



TURAN
UNIVERSITY

Қазақстан Республикасының
білім және ғылым министрлігі

«ТУРАН»

УНИВЕРСИТЕТІНІҢ ХАБАРШЫСЫ

Ғылыми журнал



ВЕСТНИК УНИВЕРСИТЕТА

«ТУРАН»

Научный журнал

№ 2 (78)

2018

Алматы

НАУЧНО-РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

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

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

1. Алшанов Р.А. - **главный редактор**, ректор университета «Туран»
2. Исламгулова С.К. - **зам. главного редактора**, проректор по стратегическому развитию, науке и инновациям университета «Туран»
3. Алиев У.Ж. - вице-президент корпорации «Туран»
4. Тазабеков К.А. - первый проректор университета «Туран»
5. Абдиев К.С. - проректор по учебно-методической работе университета «Туран»
6. Тусупова Л.А. - проректор по внешним связям, международной аккредитации и поствузовскому образованию, д.э.н., профессор университета «Туран»
7. Бычкова С.Ф. - депутат Мажилиса Парламента РК, д.ю.н., профессор университета «Туран»
8. Бузелю А.С. - зав. кафедрой журналистики и переводческого дела, к.филол.н.
9. Вуколов В.Н. - директор Научно-исследовательского института туризма университета «Туран», д.п.н., профессор
10. Ерубасева Г.К. - зав. кафедрой туризма и сервиса, к.б.н.
11. Жанузакова Л.Т. - зам. директора Научно-исследовательского института права, д.ю.н., профессор
12. Закирова Д.И. - зав. кафедрой мировой и национальной экономики, PhD
13. Калпетходжаева С.К. - зав. кафедрой регионоведения и международных отношений, к.филол.н., доцент
14. Куандыкова Д.Р. - декан факультета «Академия кино и телевидения», к.т.н., доцент
15. Курбатова Н.В. - **редактор**, руководитель редакционно-издательского отдела
16. Нурмуханова Г.Ж. - декан экономического факультета, д.э.н., профессор
17. Разакова Д.И. - зав. кафедрой маркетинга и логистики, к.э.н., PhD
18. Сулейменова С.Ж. - декан гуманитарно-юридического факультета, д.ю.н., профессор
19. Таменова С.С. - зав. кафедрой менеджмента, к.э.н., профессор
20. Хошаева Г.Б. - зав. кафедрой казахского и иностранных языков, к.филол.н.

1 ЭКОНОМИКА: ИСТОРИЯ, ТЕОРИЯ, ПРАКТИКА

<i>Demesinov T.Zh., Konuspaev R.K., Oralbaeva Zh.Z., Taipov T.A.</i> Methodological foundations of the theory of strategic planning	9
<i>Demesinov T.Zh., Konuspayev R.K., Taipov T.A.</i> Prerequisites for the emergence, essence and significance of strategic planning in modern conditions.....	14
<i>Тургинбаева А.Н., Ахметова З.Б.</i> Перспективные векторы форсированного развития малого и среднего бизнеса Республики Казахстан	19
<i>Pleuberdiyeva S.S., Zhanseitova G.S., Moldashbayeva L.P.</i> System modernization of the industry of the Republic of Kazakhstan.....	26
<i>Давиденко Л.М., Беспалый С.В., Золотарева С.В.</i> Устойчивое развитие промышленных предприятий в условиях кризиса: вызовы интеграционной политики.....	30
<i>Байтиленова Е.С., Наренова А.Н., Амирова А.У.</i> Инвестиционная привлекательность казахстанских предприятий	35
<i>Қабдуалиев Ұ.Б., Назарова О.И., Курмангазина С.К.</i> Қазақстанда қолайлы инвестициялық ахуалды құруды бағалау	40
<i>Бекова Р.Ж., Файзуллина С.А.</i> Экономиканың жаңа инвестициялық элеуетінің жүйесіндегі нақты сектор	45
<i>Нурмуханова Г.Ж., Алтайбаева Ж.К., Алимханова Р.К.</i> Инвестирование в развитие рекреационных территорий в Павлодарской области	50
<i>Onyusheva I.V., Ting Q.Y.</i> Key Global E-Commerce Concepts in Contemporary Conditions of Sharing Economy	56
<i>Қаменова М.Ж., Тұрсымбаева М.Ж., Қанышева С.Қ.</i> Қазақстан Республикасының азық-түлік қауіпсіздігі: жағдайы, мәселелері, шешімдері	63
<i>Карсыбаев Е.Е.</i> Логистизация зерновых сельских территорий и инфраструктуры в целях реализации экспортного потенциала зерновой продукции	68
<i>Razakova D.I.</i> Formation and development of agromarketing in Kazakhstan in the conditions of integration in EEU.....	74
<i>Асанова Т.А.</i> Алматы қаласы тұтынушыларының ет және ет өнімдеріне сұранысы мен талғамдарына маркетингтік зерттеу	80
<i>Давлетова М.Т.</i> Совершенствование маркетинговой деятельности ТОО «Danone Verkut»	86
<i>Темирбекова А.Б., Дуламбаева Р.Т.</i> Инновационное развитие мегаполиса: проблемы и перспективы	92
<i>Смыкова М.Р., Рахимбекова Ж.С.</i> Оценка уровня лояльности потребителей сотовой связи Казахстана	97
<i>Елеусинова А.У., Уристемова Г.Е.</i> Развитие рынка услуг Республики Казахстан и исследование конкурентоспособности услуг.....	104
<i>Барышева С.К.</i> Основная цель и последовательность анализа текучести трудовых ресурсов	109
<i>Кантүреев М.Т., Азымбай А.О., Бейсекова П.Д.</i> Бәсекеге қабілетті мемлекет: қазақстанның әлеуметтік-экономикалық дамуындағы жұмыссыздықтың қазіргі жағдайын талдау	114
<i>Мухамбетова Л.К., Турекулова Д.М., Чимгентбаева Г.К.</i> Экономическое содержание и функциональные особенности рынка труда	119
<i>Шеломенцева В.П., Фрезергер Л.А., Алтайбаева Ж.К.</i> Экономические и социальные аспекты развития гендерных отношений в Казахстане	126
<i>Бертембаева Р.К., Асилова А.С., Искаков Б.М.</i> Проблемы исполнения государственного бюджета Республики Казахстан в условиях глобальной реальности	132
<i>Рахметова А.М.</i> Формирование системного взаимодействия банковского и реального секторов экономики: концептуальный подход	140

<i>Кошкина О.В., Кошкина Н.В.</i> Актуальные проблемы трансформации капитала на современном этапе развития финансового рынка в Казахстане	147
<i>Солтангазинов А.Р., Амирова М.А., Кашук Л.И.</i> Финансово-экономическая основа местного самоуправления Казахстана: проблемы и перспективы	154
<i>Гриднева Е.Е., Калиакпарова Г.Ш., Гусева О.С.</i> Исламские финансы: возможности для экономики Казахстана	160
<i>Корженгулова А.А., Утеев Б.Ж., Несипбеков Е.Н.</i> Современная характеристика долгосрочных активов	166
<i>Момынова С.А., Сохатская Н.П.</i> Банковский маркетинг в Казахстане	171
<i>Оразалинова М.С.</i> Кәсіпорынның қаржылық жағдайын бағалау әдістемесі	177
<i>Жоламанова М.Т., Шайхутдинова А.К.</i> Финансовая поддержка агропромышленного комплекса Казахстана	182
<i>Фурсова Т.В., Заболотникова В.Д.</i> Современные подходы к оценке кредитоспособности заемщика	189

2 ТУРИЗМ: МИРОВОЙ ОПЫТ

<i>Вуколов В.Н.</i> Использование инноваций в обучении и аттестации инструкторов туризма в Республике Казахстан	194
<i>Rakhmetulina Zh.B., Omurzakov A.</i> Risks in the hotel business and ways to reduce them	199

3 ТРИБУНА МОЛОДОГО ИССЛЕДОВАТЕЛЯ

<i>Цеховой А.Ф., Жаксылыкова А.А.</i> Факторы, определяющие развитие малого и среднего бизнеса, и их связь с валовым внутренним продуктом Республики Казахстан	204
<i>Кулембаева Ф.М., Сейткадиева А.М.</i> Аутсорсингтің экономикалық маңызының теориялық аспектілері	210
<i>Мейманкулова Ж.Ж., Жанбырбаева С.М.</i> Стратегиялық жүйеде инновацияны басқару әдістемелері	215
<i>Сатанбеков Н.А., Абаева Н.Е., Муканова А.Б.</i> Роль бюджетной децентрализации в формировании и дальнейшем совершенствовании межбюджетных отношений	219
<i>Мухтарова К.С., Мылтыкбаева А.Т., Усманов А.С.</i> Роль науки в сельском хозяйстве и проблемы коммерциализации научных разработок в аграрном секторе Республики Казахстан	225
<i>Расулова А.М.</i> Қазақстан нарығында импортты алмастыру және сүт өнімдерінің қазіргі жағдайын бағалау	231
<i>Серикбаева Г.К., Тургульдинова С.А.</i> Возможности использования зондирования для борьбы с опустыниванием в Алматинской области	236
<i>Турдалина Ш.К.</i> Қазақ жастарының шетелге ағуының ел экономикасына әсері	243
<i>Борбасова З.Н., Безлер О.Д.</i> Построение LOGIT-модели для анализа трудоустройства выпускников-грантников	247

4 ОБРАЗОВАНИЕ И ОБУЧЕНИЕ: МЕТОДОЛОГИЯ, ТЕОРИЯ, ТЕХНОЛОГИЯ

<i>Абуова А.Ж.</i> Особенности формирования PR-кампании вуза на рынке образовательных услуг высшего образования	252
---	-----

5 НАУЧНАЯ ЖИЗНЬ

<i>Тусупова Л.А.</i> К 200-летию К. Маркса	258
<i>Аханов С.А.</i> Прометей: К. Маркс и современная политическая экономия (к 200-летию со дня рождения К. Маркса)	261
<i>Тусупова Л.А.</i> К 100-летию академика Т.А. Ашимбаева	266
<i>Байзаков С.</i> Об одном уроке академика Т.А. Ашимбаева о системе целевых индикаторов планирования и управления (к 100-летию со дня рождения Т.А. Ашимбаева)	269

1 ЭКОНОМИКА: ТАРИХ, ТЕОРИЯ, ПРАКТИКА

<i>Демесинов Т.Ж., Конуспаев Р.К., Оралбаева Ж.З., Таинов Т.А.</i> Стратегиялық жоспарлау теориясының әдістемелік негіздері	9
<i>Демесинов Т.Ж., Конуспаев Р.К., Таинов Т.А.</i> Қазіргі жағдайдағы стратегиялық жоспарлаудың пайда болуының алғышарттары, мәні және маңызы	14
<i>Тургинбаева А.Н., Ахметова З.Б.</i> ҚР шағын және орта бизнесті қарқынды дамытудың перспективті бағыттары	19
<i>Тлеубердиева С.С., Жансеитова Г.С., Молдашбаева Л.П.</i> Қазақстан Республикасы өнеркәсібінің жүйелі жаңғыруы	26
<i>Давиденко Л.М., Беспалый С.В., Золотарева С.В.</i> Дағдарыс жағдайында өнеркәсіптік кәсіпорындарының тұрақты дамуы: интеграциялық саясаттың сын-тегеуріндері	30
<i>Байтиленова Е.С., Наренова А.Н., Амирова А.У.</i> Қазақстандық кәсіпорындардың инвестициялық тартымдылығы	35
<i>Қабдуалиев Ұ.Б., Назарова О.И., Курмангазина С.К.</i> Қазақстанда қолайлы инвестициялық ахуалды құруды бағалау	40
<i>Бекова Р.Ж., Файзуллина С.А.</i> Экономиканың жаңа инвестициялық әлеуетінің жүйесіндегі нақты сектор	45
<i>Нурмуханова Г.Ж., Алтайбаева Ж.К., Алимханова Р.К.</i> Павлодар облысындағы рекреациялық аумақтың дамуын инвестициялау	50
<i>Онюшева И.В., Ting Q.Y.</i> Үлескерлік экономиканың қазіргі жағдайындағы ғаламдық электрондық сауданың негізгі тұжырымдамалары	56
<i>Қаменова М.Ж., Тұрсымбаева М.Ж., Қапышева С.Қ.</i> Қазақстан Республикасының азық-түлік қауіпсіздігі: жағдайы, мәселелері, шешімдері	63
<i>Карсыбаев Е.Е.</i> Астық өнімдерін экспортқа тарату мақсатында астық ауыл шаруашылық аймағын және инфрақұрылымын логистизациялау	68
<i>Разакова Д.И.</i> ЕЭО-қа интеграция жағдайында қазақстанда агромаркетингті қалыптастыру және дамыту	74
<i>Асанова Т.А.</i> Алматы қаласы тұтынушыларының ет және ет өнімдеріне сұранысы мен талғамдарына маркетингтік зерттеу	80
<i>Давлетова М.Т.</i> «Danone Berkut» ЖШС маркетингтік қызметін арттыру	86
<i>Темирбекова А.Б., Дуламбаева Р.Т.</i> Мегалополистің инновациялық дамуы: проблемалары және келешегі	92
<i>Смыкова М.Р., Рахимбекова Ж.С.</i> Қазақстандағы ұялы байланысты тұтынушылардың адалдық деңгейін бағалау	97
<i>Елеусинова А.У., Уристемова Г.Е.</i> Қазақстан Республикасында қызмет көрсету нарығының дамуы және қызмет көрсету бәсекелестігін зерттеу	104
<i>Барышева С.К.</i> Еңбек ресурстарының ағымын талдаудың негізгі мақсаты мен жүргізу бағыттары	109
<i>Кантуреев М.Т., Азымбай А.О., Бейсекова П.Д.</i> Бәсекеге қабілетті мемлекет: қазақстанның әлеуметтік-экономикалық дамуындағы жұмыссыздықтың қазіргі жағдайын талдау	114
<i>Мухамбетова Л.К., Турекулова Д.М., Чимгентбаева Г.К.</i> Еңбек нарығының экономикалық мазмұны және қызмет ету ерекшеліктері	119
<i>Шеломенцева В.П., Фрезоргер Л.А., Алтайбаева Ж.К.</i> Қазақстандағы гендерлік қарым-қатынастар дамуының экономикалық және әлеуметтік аспектілері	126
<i>Бертембаева Р.К., Асилова А.С., Искаков Б.М.</i> Жаһандық нақты жағдайдағы ҚР мемлекеттік бюджетінің атқарылу мәселелері	132
<i>Рахметова А.М.</i> Экономиканың банк секторы мен нақты секторларының жүйелік өзара әрекеттесуін қалыптастыру: тұжырымдамалық тәсіл	140

<i>Кошкина О.В., Кошкина Н.В.</i> Қазақстанның қаржы нарығын дамытудың қазіргі кезеңінде капиталды трансформациялаудың өзекті мәселелері.....	147
<i>Солтангазинов А.Р., Амирова М.А., Каишук Л.И.</i> Қазақстанның жергілікті өзін-өзі басқарудың қаржы-экономикалық негізі: мәселелері мен келешегі.....	154
<i>Гриднева Е.Е., Калиакпарова Г.Ш., Гусева О.С.</i> Исламдық қаржы: Қазақстан экономикасы үшін мүмкіндіктер.....	160
<i>Корженгулова А.А., Утеев Б.Ж., Несипбеков Е.Н.</i> Ұзақ мерзімді активтердің қазіргі заманғы сипаттамасы	166
<i>Момынова С.А., Сохатская Н.П.</i> Қазақстандағы банктер маркетингі	171
<i>Оразалинова М.С.</i> Кәсіпорынның қаржылық жағдайын бағалау әдістемесі	177
<i>Жоламанова М.Т., Шайхутдинова А.К.</i> Қазақстанның агроөнеркәсіптік кешенін қаржылық қолдау	182
<i>Фурсова Т.В., Заболотникова В.Д.</i> Қарыз алушының несие төлеу қабілеттілігін бағалаудың қазіргі замануи тәсілдері	189

2 ТУРИЗМ: ӘЛЕМДІК ТӘЖІРИБЕ

<i>Вуколов В.Н.</i> ҚР туризм нұсқаушысын оқытуда және аттестациялауда инновацияларды пайдалану.....	194
<i>Рахметулина Ж.Б., Омурзаков А.</i> Қонақ үй бизнесіндегі қауіп-қатерлер және оларды азайту жолдары	

3 ЖАС ЗЕРТТЕУШІНІҢ МІНБЕСІ

<i>Цеховой А.Ф., Жаксылыкова А.А.</i> Қазақстан Республикасының шағын және орта бизнесті дамыту факторлары және олардың жалпы ішкі өніммен байланысын айқындау.....	204
<i>Күлембаева Ф.М., Сейтказиева А.М.</i> Аутсорсингтің экономикалық маңызының теориялық аспектілері.....	210
<i>Мейманқұлова Ж.Ж., Жанбырбаева С.М.</i> Стратегиялық жүйеде инновацияны басқару әдістемелері.....	215
<i>Сатанбеков Н.А., Абаева Н.Е., Муканова А.Б.</i> Бюджетаралық қарым-қатынастарды қалыптастыруда және жетілдіруде бюджеттік орталықсыздандырудың алатын рөлі	219
<i>Мухтарова К.С., Мылтыкбаева А.Т., Усманов А.С.</i> Қазақстан Республикасының ауыл шаруашылығында ғылымның рөлі және аграрлық сектордағы ғылыми зерттеулерді коммерцияландыру мәселелері.....	225
<i>Расулова А.М.</i> Қазақстан нарығында импортты алмастыру және сүт өнімдерінің қазіргі жағдайын бағалау.....	231
<i>Серикбаева Г.К., Тургульдинова С.А.</i> Алматы облысында шөлейттенуге қарсы күресте алдын ала тексеру мүмкіндіктерін пайдалану	236
<i>Турдалина Ш.К.</i> Қазақ жастарының шетелге ағуының ел экономикасына әсері	243
<i>Борбасова З.Н., Безлер О.Д.</i> Бітірушілер-грант иегерлерінің еңбекпен қамтылуын талдауға арналған Logit-моделін құру.....	247

4 БІЛІМ БЕРУ ЖӘНЕ ОҚЫТУ: ӘДІСТЕМЕ, ТЕОРИЯ, ТЕХНОЛОГИЯ

<i>Абуова А.Ж.</i> Жоғары оқу орындарының білім беру қызметтері нарығында ЖОО-ның PR-науқанын қалыптастыру ерекшеліктері	252
--	-----

5 ҒЫЛЫМИ ӨМІР

<i>Тусупова Л.А.</i> К. Маркстың 200 жылдығына орай	258
<i>Аханов С.А.</i> Прометей: К. Маркс және қазіргі заманғы саяси экономика (К. Маркстің туғанына 200 жыл толуына орай).....	261
<i>Тусупова Л.А.</i> Академик Т.Ә. Әшімбаевтың 100 жылдығына орай.....	266
<i>Байзақов С.</i> Академик Т.Ә. Әшімбаевтың жоспарлау және басқарудың мақсаттық көрсеткіштер жүйесі туралы бір сабағы туралы (Т.Ә. Әшімбаевтың 100 жылдығына арналған).....	269

1 ECONOMY: HISTORY, THEORY, PRACTICE

<i>Demesinov T.ZH., Konuspaev R.K., Oralbaeva ZH.Z., Taipov T.A.</i> Methodological foundations of the theory of strategic planning	9
<i>Demesinov T.Zh., Konuspayev R.K., Taipov T.A.</i> Prerequisites for the emergence, essence and significance of strategic planning in modern conditions.....	14
<i>Turginbaeva A.N., Akhmetova Z.B.</i> Perspective vectors of forced development of small and medium enterprises in the Republic of Kazakhstan	19
<i>Tleuberdiyeva S.S., Zhanseitova G.S., Moldashbayeva L.P.</i> System modernization of the industry of the Republic of Kazakhstan.....	26
<i>Davidenko L.M., Bepalyi S.V., Zolotareva S.V.</i> Sustainable development of industrial enterprises in a down economy: challenges of the integration policy	30
<i>Baitilenova E.S., Narenova A.N., Amirova A.U.</i> Investment attractiveness of Kazakhstan enterprises.....	35
<i>Kabdualiev U.B., Nazarova O.I., Kurmangazian S.K.</i> Assessment of creating a favourable investment situation in Kazakhstan	40
<i>Bekova R.Zh., Faizullina S.A.</i> Real sector is in the system of investment potential of economy.....	45
<i>Nurmukhanova G.Zh., Altaibayeva Zh.K., Alimkhanova R.K.</i> Investments in the development of recreational territories in the Pavlodar region	50
<i>Onyusheva I.V., Ting Q.Y.</i> Key Global E-Commerce Concepts in Contemporary Conditions of Sharing Economy	56
<i>Kamenova M.Zh., Tursymbaeva M.Zh., Kapysheva S.K.</i> Food security of the Republic of Kazakhstan: condition, problems, solutions	63
<i>Karsybaev E.E.</i> Logisation of cereal rural territories and infrastructure in order to realize the export potential of grain products.....	68
<i>Razakova D.I.</i> Formation and development of agromarketing in Kazakhstan in the conditions of integration in EEU.....	74
<i>Asanova T.A.</i> Marketing research of demand and preferences of Almaty consumers for meat and meat products.....	80
<i>Davletova M.T.</i> Improvement of the marketing activity of LLP “Danone Berkut”	86
<i>Temirbekova A.B., Dulambayeva R.T.</i> Innovative development of megapolis: problems and prospects.....	92
<i>Smykova M.R., Rakhimbekova Zh.S.</i> Assessment of the consumer loyalty level of Kazakhstan cellular communication.....	97
<i>Yelessinova A.U., Uristemova G.E.</i> Development of the service market of the Republic of Kazakhstan and research of competitiveness of services	104
<i>Barysheva S.K.</i> Main purpose and sequence of labor resource turnover analysis	109
<i>Kantureev M.T., Agymbai A.O., Beisekova P.D.</i> Competitive state: analysis of the state of unemployment in the socio-economic development of Kazakhstan.....	114
<i>Mukhambetova L.K., Turekulova D.M., Chimgentbaeva G.K.</i> Economic content and functional features of the labour market	119
<i>Shelomentseva V.P., Frezorger L.A., Altaibaeva Zh.K.</i> Economic and social aspects of gender relations in Kazakhstan.....	126
<i>Berstembaeva R.K., Asilova A.S., Iskakov B.M.</i> Problems of execution of the state budget of the Republic of Kazakhstan in the context of global reality	132
<i>Rakhmetova A.M.</i> Development of the system of interaction between the banking and real sectors of the economy: a conceptual approach	140

Koshkina O.V., Koshkina N.V. Actual problems of capital transformation at the present stage of financial market development	147
Soltangazinov A.R., Amirova M.A., Kashuk L.I. Financial and economic basis of local self-government of Kazakhstan: problems and perspectives	154
Gridneva E.E., Kaliakparova G.Sh., Guseva O.S. Islamic finance: opportunities for the economy of Kazakhstan	160
Korzhenkulova A.A., Uteev B.Zh., Nesipbekov E.N. Modern classification of long term assets	166
Momynova S.A., Sokhatskaya N.P. Bank marketing in Kazakhstan	171
Orazalinova M.S. Metodology of enterprise final state assessment	177
Zholamanova M.T., Shaikhutdinova A.K. Financial complex of the agroindustrial complex of Kazakhstan	182
Fursova T.V., Zabolotnikova V.D. Modern approaches to the assessment of borrower's creditability	189

2 TOURISM: WORLD EXPERIENCE

Vukolov V.N. Use of innovations in training and certification of tourism instructors in the Republic of Kazakhstan	194
Rakhmetulina Zh.B., Omurzakov A. Risks in the hotel business and ways to reduce them	199

3 PLATFORM OF YOUNG RESEARCHER

Tsekhovoi A.F., Zhaksylykova A.A. Factors determining the development of small and medium-sized business and their connection with the gross domestic product of the Republic of Kazakstan	204
Kulembaeva F.M., Seitkazieva A.M. Theoretical aspects of the economic value of outsourcing	210
Meimankulova Zh.Zh., Zhanbyrbaeva S.M. Methods of innovative management in strategic systems	215
Satanbekov N.A., Abaeva N.E., Mukanova A.B. The role of the budgetary decentralization in formation and further improvement of the interbudgetary relations	219
Mukhtarova K.S., Mylytkbaeva A.T., Usmanov A.S. The role of science in agriculture and problems of commercialization of scientific developmens in the agrarian sector of the Republic of Kazakhstan	225
Rasulova A.M. Assessment of import substitution and modern status of dairy products in the market of Kazakhstan	231
Serikbaeva G.K., Turguldinova S.A. Potentials of using remote sensing to fight desertification in Almaty region	236
Turdalina Sh.K. Impact of the brain drain of Kazakhstani youth on the economy of the country	243
Borbasova Z.N., Bezler O.D. Building logit-model for the analysis of the employment of graduates	247

4 METHODOLOGY, THEORY, TECHNOLOGY

Abuova A.Zh. Features of the university PR campaign formation in the market of higher educational services	252
---	-----

5 SCIENTIFIC LIFE

Tusupova L.A. To the 200th anniversary of K. Marx	258
Akhanov S.A. Prometheus: K. Marx and Modern Political Economy (devoted to the 200th anniversary of the birth of Karl Marx)	261
Tusupova L.A. To the 100th anniversary of academician T.A. Ashimbaev	266
Baizakov S. Academician T.A. Ashimbaev's lesson on the system of target indicators of planning and management (devoted to T.A. Asimbaev's 100th anniversary)	269

IRSTI 06.75.13
UDC 65.014.1

T.ZH. DEMESINOV,¹

c.e.s.

R.K. KONUSPAEV,¹

c.e.s.

ZH.Z. ORALBAEVA,²

c.e.s.

T.A. ТАЙПОВ,³

c.e.s., associative professor.

Sh. Ualikhanov Kokshetau State University.¹

Al-Farabi Kazakh National University.²

Almaty Academy of Economics and Statistics³

METHODOLOGICAL FOUNDATIONS OF THE THEORY OF STRATEGIC PLANNING

Abstract

Methodological strategic planning in the modern world has been reviewed in the article, an attempt to generalize the gathered material particularly on theoretical aspects of strategic planning for the production of market economics was made. The article substantiates the stages of plan development, as well as the principles of strategic planning. Principles of planning as objective scientific categories serve as a starting basis for the construction of appropriate models. The following stages of the complex of works on the development and implementation of the enterprise development strategy are identified: analysis of the investment attractiveness of the industry; development of a scenario forecast for the development of the industry; a forecast of changes in the supply and demand situation on the domestic and foreign markets, as well as an analysis of the company's competitive position in the industry (business strength); financial assessment of strategic alternatives; formation of the image of the future enterprise; development of strategic goals and objectives, a set of works on the implementation of the strategy. None of the models focuses much attention on how to implement the recommended strategies. Favorable conditions do not arise by themselves, but largely depend on the creative efforts of the firm to identify new market segments and use the available opportunities. The competitiveness of the company can be improved by introducing various innovations and developing its capabilities to meet new challenges.

Key words: strategic planning, strategic management, long-term development, competitiveness, analysis, investment attractiveness, portfolio models.

The term methodology is derived from the Greek words «methodos» – method, technique and “logos”-doctrine, word-for-word translation of that means “scientific method, technique”.

Methodology of strategic planning is an organic unity of the logic of strategic forecasts, program drafts and plans developing; specific methodological principles and approaches; system of indicators used in the strategic planning process, as well as a system of methods for drawing up and justifying the optimality of forecast and planned indicators expressing the tasks of strategic programs and plans [1, p. 36].

During the past forty years theoretical and methodological aspects of strategic planning have been devoted to many special foreign studies and monographs. A huge contribution to the formation and development of this part of management science was made by Ph. Abrams, I. Ansoff, G. Queen, K. Andrews, E. Chandler, M. Porter, G. Hamel, K. Prahalad, G. Mintzberg, K. Hofer, G. Steiner, A. Thompson, A. Strickland. Today, we can confidently say that the classical theory of strategic planning and management has been begun from their works. These works help to identify and formulate the fundamental difference of strategic business planning. The applied developments of such leading business consulting firms as Boston Consulting Group, McKinsey, Arthur D. Little were the most significant in the field of strategic planning methodology. They contributed to the fact that the practical

benefits and need for strategic planning were realized by the business community quite quickly [2, p. 4].

The solution of any problems of management, therefore, of strategic planning, has a certain logic. The logic of strategic planning is understood as the ordered sequence, mutual consistency and validity of procedures related to the solution of any problem of strategic planning, as well as the determination of the starting point from which they must be decided and to whom the whole process of planned work must be subordinated.

The term «logic» comes from the Greek word «logike», word-for-word translation of that means “the course of reasoning, inference”. In a number of works devoted to problems of planning, the authors, describing the sequence, mutual consistency and validity of procedures related to solving the problem of strategic planning, also use a number of other terms, such as “process” derived from the Latin “processus” – a set of sequential actions for achieving any results; “Structure” comes from the Latin “structura” – collocation and connection of the constituent parts of something; “Algorithm” from algorithm is the exact order of the sequence of actions to achieve the goal in a finite number of steps; stages; cycles, etc. [3, p. 108]. From our point of view, the use of these terms does not distort the key point of the subject of research.

The foundation of strategic planning technology is the result of a comprehensive analysis of the situation in the company, in its industry and related industries. Strategic planning provides a whole range of special methods, procedures and question-hints that help to qualitatively carry out this analysis and objectively understand “who we are” and “where we are”. A superficial, incomplete situational analysis does not allow identifying the most profitable development opportunities for the enterprise, and therefore early and significant development is out of the question [4, p. 5–7].

The author concludes that the strategic goals of the enterprise are being developed only on the basis of the results of this analysis and methods of strategic planning.

One of the important things is the comparison of the planning methodology under socialist economy condition. Methodology of national economic planning reveals the internal logic of this process, which is of paramount importance for socialist society. It determines the basic principles and methods of compiling the national economic plan, the sequence of stages in drawing up a plan for the development of the national economy.

Scientifically based working-out of the plan of the national economy consists of the following stages [5, p. 31].

1. Analysis of the state of the economy to the beginning of the planning period and the trends of economic development that have appeared itself in the pre-planning period.
2. Forecast of scientific and technological progress, social needs and resources for the future.
3. The choice of specific goals and objectives of economic development for this planning period and the determination of the main directions for the development of the national economy.
4. Working-out of the main indicators of the national economic plan (the pace and structure of social industry).
5. Drawing up a detailed national economic plan.

As it follows from the above-mentioned stages of drawing up a national economic plan: economic analysis, forecasting and selection of specific goals of economic development for the planned period, provide the necessary preliminary information for planned calculations.

Strategic planning, its logic are based on certain regularities, called planning principles. The planning principle should be understood as the objective category of the planning science, which serves as the starting fundamental concept, expressing the combined effect of a number of developmental laws as a planning object and the planning practice itself, and determining the tasks, the direction and nature of compilation, the ability to fulfill planned tasks, and their implementation.

Since strategic planning is a central element of the management system of society, firm, it is also generally valid for four general management principles, which include:

- 1) the principle of economic and political unity in the priority of politics;
- 2) the principle of unity of centralism and independence;
- 3) the principle of scientific validity and effectiveness of management decisions;
- 4) the principle of combining general and local interests, with priority of interests of a higher rank and stimulating personal and collective interest in the implementation of managerial decisions.

Principles of planning as objective scientific categories serve as a starting basis for the construction of appropriate models.

The model of Harvard Business School (Harvard Group) is considered to be the basic model of the strategic planning, whose leader is K. Andrews. This model was developed by American researchers for a fairly long period of time.

G. Mintzberg calls this model a “model of the design school”, because it is based on the belief that the formulation of the strategy as a process relies on several basic postulates that provide together “design strategy” [6, p. 34–36].

According to this model, the process of strategic planning represents a certain point of intersection of the identified opportunities and threats of the external business environment, which are expressed in the form of key success factors, and strengths and weaknesses of the firm’s resource potential, expressed in distinctive abilities for development.

In our opinion, an important addition to the model of the Harvard Group can be the explanation given by I. Ansoff in his consideration of “management through the choice of strategic positions.” In particular, the author points out: “When the idea of strategic planning was firstly developed, it was clear that the opportunities for moving to new activities depend on how much the firm will be able to operate successfully in them. Therefore, one of the main rules for choosing a strategy was that new strategies in both traditional industries and in new business areas should correspond to the accumulated potential of the firm. Therefore, one of the first steps in developing the principles of strategic planning was the analysis of the firm’s potential in terms of determining its strengths and weaknesses.

But it soon became evident from experience that such a link to the accumulated potential of the firm limits its capabilities to strategic actions. Often, firms have not been able to find a promising industry of this kind for it to be able to apply the accumulated experience. Worse, even with the updating of competitive strategies within the framework of traditional activities, the accumulated experience of the firm often turned into weakness and prevented the assimilation of a new one “ [7, p. 53].

Four stages of the complex of works on the development and implementation of the enterprise development strategy can be distinguished:

- ◆ analysis of the investment attractiveness of the industry;
- ◆ development of a scenario forecast for the development of the industry;
- ◆ forecast of changes in the supply and demand situation on the domestic and foreign markets, as well as analysis of the company’s competitive position in the industry (business strength);
- ◆ financial evaluation of strategic alternatives; formation of the image of the future enterprise; development of strategic goals and objectives; complex of works on strategy implementation.

Historically, the so-called “growth-share” model (BCG matrix), developed by the Boston advisory group in the early 1970 s, is generally considered the first model of corporate strategic planning. In the last two decades, it has been widely used as a model for portfolio analysis of strategic business units of companies.

The success that accompanied the model of strategic analysis and business planning, developed by experts from Boston Consulting Group, stimulated methodological research in this area. One after another, analytical models began to appear, bearing a semantic load similar to BCG and even very similar to it in the basic idea, but at the same time, in some way different, and in some way, undoubtedly, superior to it.

Portfolio models reflect the fundamental position of the strategy that it is expedient for a company to invest in those attractive markets on which it is most competitive. The idea of the need to equip managers with applied analysis methods looks attractive. The problem is that for their understanding and ease of use, combined models need to be simplified.

None of the models focuses enough attention on how to implement the recommended strategies. Favorable conditions do not arise by themselves, but largely depend on the creative efforts of the firm to identify new market segments and use the available opportunities. Similarly, the competitiveness of a company can be enhanced by introducing various innovations and developing its capabilities to meet new challenges.

Several years ago, the role of portfolio models in strategic planning was exaggerated, today there is a risk of undue diminution of their value. Portfolio analysis models should not be viewed as a tool

for solving practical problems, they are analytical methods that allow managers to understand the essence of the business, its strengths and weaknesses, and its capabilities.

Portfolio models help to understand the direction of investment in strategic business units, but they do not allow to evaluate the strategies proposed for them. Usually the change in the value of the company's share capital, achieved through the implementation of the adopted strategy, is considered in the cost model of planning which has been proposed by the American financial analyst A. Rapoport.

The increase in the cost of equity due to the chosen strategy depends on three factors: the cash flow that ensures the implementation of the strategy; the cost of capital (which is used to discount future cash flows); market value of liabilities. The essence of the method consists in estimating the cash flow arising from the implementation of the chosen strategy. From the shareholders' point of view, an attractive strategy is that as a result of which the share of capital owned by them acquires a higher additional value.

In our opinion, P. Doyle cited the most detailed critical evaluation of the cost models of planning. In particular, the author points out: "Despite the attractiveness and growing popularity (especially in studies dealing with acquisitions), the use of cost planning involves many practical problems. The main thing is the requirement of a detailed forecast of the behavior of various variables for ten or more years ahead: the expected sales volumes, commodity mix, prices, costs, measures aimed at increasing competitiveness, volumes and directions of investments. It is unlikely that the most talented manager is able to accurately predict what the conditions of competition, demand, technological and production capabilities will be in ten, let alone twenty years.

Methodology also includes definitions of the concepts of strategic planning used.

The basic concepts of strategic planning are: plan, project, program, forecast, strategy.

The concept of "plan" is of Latin origin (*planum* – plane), that is, it is a pre-planned order, the sequence of the implementation of any work; the main features of any work.

The plan is the "route" of the organization's movement toward the goals set, including resource allocation schemes, various schedules, and intermediate tasks. Goals are a "beacon", the end results; plans – "ship", available at the disposal of the current moment means. The term planning combines a "beacon" and a "ship"; this is the process of determining the goals of the organization and the means to achieve them.

The term program is often used for other purposes than the authors indicate. "In our understanding, it refers to a set of areas of activity, or projects aimed at achieving a specific goal or set of objectives. For example, the "cost reduction program" contains a clearly defined objective. Such a program can be a set of areas of activity or a set of clearly delineated projects, each of which covers a group of areas of activity".

The above explanation does not contradict the etymology of the term "program", which derives from the Greek (*programma* – announcement, prescription), that is – a plan for the intended activity, an outline of the main tasks and goals.

Thus, the program is a system of projects. The term project, as it is known, comes from the Latin word *projectus*, word-for-word translation of that means "thrown forward." In this regard, V. Efremov notes: "It immediately becomes clear that the object of management, which can be represented in the form of a project, distinguishes the possibility of its future deployment, i.e. possibility to provide for its condition in the future. Although, various official sources interpret the concept of the project in different ways, the features of the project as a management object are clearly seen, in all definitions, due to the complexity of tasks and work, a clear orientation of this complex to achieve certain goals and time, budget, material and labor resources.

However, if the task arises regularly, and its solution turns into routine activity brought to automatism, then there is no special meaning each time, when it comes to solving it, to consider and model its complex structure. The result is known in advance and the time spent on planning will simply be lost. Therefore, the object of project management is, as a rule, a set of interrelated works aimed at solving some original task. But, in fact of the matter, in the modern business environment, with the rapid development of technology, technology and production organization, with the rapid change in the types and varieties of goods and services in the markets, the appearance of original tasks in front of the manager has become virtually the usual situation. If at the end of the fifties, at the dawn of the origin of the project management, only research and development programs were the objects of

such management, but nowadays few people can be surprised by technical, organizational, economic and even social projects. The definition of the type of project has already had the characteristics of the area of its application”.

LIST OF LITERATURE

- 1 Strategic Planning / Ed. E.A. Utkin. – Moscow: TANDEM, Publishing house EKMOS, 1999. – 440 p.
- 2 Efremov V.S. Organizations, business systems and strategic planning // Management in Russia and abroad. – 2001. – № 2. – P. 6.
- 3 Atabayev Zh.T. Methodological aspects of making strategic decisions in business // Bulletin of the Semipalatinsk state University named after Shakarim. – 2005. – № 2(30). – P. 106–113.
- 4 Karasev A.B. About the development of the Russian system of corporate management of the enterprise (evidence from industrial production) // Management in Russia and abroad. – 2003. – № 5. – P. 5–7.
- 5 Planning of the National Economy of the USSR / ed. L.Ya.Bery: the textbook for economic university faculties. – Moscow: Economics, 1968. – 420 p.
- 6 Strategic Planning: Textbook / ed. A.N. Petrova. – 2 nd ed. – St. Petersburg: Knowledge, SUEF, 2004. – P. 182.
- 7 Ansoff I. Kh. Strategic management / adopted translation from English; scientific Ed. [and the author’s pref.] L.I.Evenko. – M., 1989. – P. 53.

Аңдатпа

Мақалада қазіргі заманғы стратегиялық жоспарлау мәселелері талқыланды, нарықтық экономика жағдайында өндірістің стратегиялық жоспарлауына қатысты ілімдік аспектілер бойынша жинақталған материалды толықтай жиынтықтау жүзеге асырылған. Мақалада жоспар жасау кезеңдері, сонымен қатар стратегиялық жоспарлау қағидалары негізделген. Жоспарлау қағидалары объективті ғылыми категориялар ретінде сәйкес модельдерді құруда негізгі базис болып табылады. Кәсіпорынның даму стратегиясын әзірлеу және өркендету бойынша жұмыс жасау кешенінің келесі кезеңдері ұсынылды: саладағы инвестициялық тартымдылықты талдау; саланың дамуының сценарийлік болжамын әзірлеу; ішкі және сыртқы нарықтардағы сұраныстар мен ұсыныстардың өзгеру болжамын жасау, сондай-ақ салада (бизнес беріктігі) бәсекелестік позицияларды талдауды жүзеге асыру; стратегиялық альтернативті қаржы бағалауы; болашақ кәсіпорынның формасын қалыптастыру; стратегиялық мақсаттар мен міндеттерді құру, стратегияны енгізу бойынша жұмыстар кешенін жасау. Ұсынылған модельдердің бірде-біреуінде ұсынылған стратегиялық мақсаттарға қол жеткізуге жеткілікті назар аударылмайды. Қолайлы жағдайлар өздігінен туындамайды, бірақ көбінесе жаңа нарық сегменттерін анықтау және қолда бар мүмкіндіктерді пайдалану бойынша фирманың шығармашылық күштеріне байланысты болады. Компанияның бәсекеге қабілеттілігі әртүрлі инновацияларды енгізу және жаңа мәселелерді шешу үшін оның қабілеттілігін дамыту арқылы жақсартылуы мүмкін.

Тірек сөздер: стратегиялық жоспарлау, стратегиялық менеджмент, ұзақ мерзімді дамыту, бәсекеге қабілеттілік, талдау, инвестициялық тартымдылық, портфельдік модельдер.

Аннотация

В статье рассмотрены методологические проблемы стратегического планирования в современных условиях, предпринята попытка наиболее полного обобщения накопленного материала относительно теоретических аспектов стратегического планирования развития производства в условиях рыночной экономики. В статье обоснованы этапы разработки плана, а также принципы стратегического планирования. Принципы планирования как объективные научные категории выступают в качестве отправного базиса при построении соответствующих моделей. Выделены следующие этапы проведения комплекса работ по разработке и внедрению стратегии развития предприятия: анализ инвестиционной привлекательности отрасли; разработка сценарного прогноза развития отрасли; прогноз изменения конъюнктуры спроса и предложения на внутренних и внешних рынках, а также анализ конкурентной позиции предприятия в отрасли (прочности бизнеса); финансовая оценка стратегических альтернатив; формирование образа будущего предприятия; разработка стратегических целей и задач, комплекса работ по внедрению стратегии. Ни в одной из моделей не уделяется достаточного внимания способом реализации рекомендуемых стратегий. Благоприятные условия не возникают сами по себе, а в значительной мере зависят от творческих усилий фирмы по определению новых сегментов рынка и использованию имеющихся возможностей. Конкурентоспособность компании может быть повышена путем внедрения различных инноваций и развития ее способностей к решению новых задач.

Ключевые слова: стратегическое планирование, стратегический менеджмент, долгосрочное развитие, конкурентоспособность, анализ, инвестиционная привлекательность, портфельные модели.

T.ZH. DEMESINOV,¹
c.e.s., associate professor.

R.K. KONUSPAYEV,¹
c.e.s.

T.A. TAIPOV,²

c.e.s., associative professor.

Sh. Ualikhanov Kokshetau State University.¹
Almaty Academy of Economics and Statistics²

PREREQUISITES FOR THE EMERGENCE, ESSENCE AND SIGNIFICANCE OF STRATEGIC PLANNING IN MODERN CONDITIONS

Abstract

This article deals with the issues of strategic planning in modern conditions. Strategic management and planning sphere expansion to the widest possible number of industrial enterprises is a prerequisite for ensuring sustainable long-term economic growth and diversification of Kazakhstan economy. In the system of managing socio-economic processes occurring in society, regulating their direction and dynamics, ensuring the sustainable functioning of enterprises planning takes a special place. Important aspects of strategic planning are identified. The stages corresponding to certain forms of organization of planning systems: budgetary and financial planning, long-term extrapolation planning, strategic planning. The following factors are determined: internationalization, globalization, informatization, social responsibility of business and other factors of economic life that present high requirements to strategic management today. The article identifies and reveals the main problems of strategic management. The strategy is developed starting with the analysis of the company and its external environment, then the goals, tasks and strategies of various levels of management. Finally, determination, organization, motivation, guidance and monitoring system are planned. The result is a hierarchical and phased plan of strategic management. Therefore, the main direction of modern American strategic thinking can be called a «management mechanism» or even a «planned management mechanism».

Key words: strategic planning, long-term development, competitiveness, management, economy diversification, stable growth.

In the Address of the President of the Republic of Kazakhstan N.A. Nazarbayev “New Kazakhstan in the New World” within the framework of the “Kazakhstan–2050” Strategy identifies 30 important directions of the country’s social and economic development for the next ten years and makes a clear and unambiguous conclusion about the country’s accession to a new stage of its development. This conclusion is based on the whole set of new conditions, prerequisites and opportunities that have been created in the country by now. And one of the most important tasks of the state is effective development of natural resources, with which Kazakhstan connects the prospects of its development [1].

However, since the Kazakhstan independence starts, most of the investment has been allotted to the oil and gas sector. The volume of new investments in the mining and metallurgical industries did not match both the geological potential of the country and the importance of these industries for its economy (in particular, metallurgical enterprises produce more than 28% of the country’s gross product).

Expansion of the sphere of strategic management and planning to the widest possible number of industrial enterprises is a prerequisite for ensuring sustainable long-term economic growth and diversification of the economy of Kazakhstan.

In this regard, the issues of theory and practice of strategic management and planning of industrial enterprises in a market economy are very relevant and produce scientific interest.

In the process of writing this article, we came to conclusion that the topic chosen by us covers a very wide range of issues aimed at ensuring the competitiveness of the enterprise on basis of effective organization of strategic management. Therefore, the main areas of research on the problem of ensuring competitiveness, we decided to relate mainly to the strategic planning of the enterprise, as one of the most important components of strategic management.

Theoretical and methodological aspects of strategic planning during the last forty years have been devoted to many special studies and monographs abroad. A huge contribution to the formation and development of this section of management was made by F. Abrams, R. Ackoff, I. Ansoff, J. Quinn, C. Andrews, E. Chandler, M. Porter, G. Hamel, K. Prahalad, G. Mintzberg, K. Hofer, H. Steiner, A. Thompson, A. Strickland. Today we can say that it was with their works that the classical theory of strategic planning and management began. These works help to identify and formulate the fundamental difference between strategic business planning. Elements in the field of strategic planning methodology were once the applied developments of such leading business-consulting firms as Boston Consulting Group, McKinsey, Arthur D. Little. They contributed to the fact that the business community realized the practical benefits and need for strategic planning quite quickly. These issues were highlighted in the works of CIS economists: Y.A. Ushanov, E.A. Utkin, A.N. Lyukshinova, T.P. Lyubanova, L.V. Myasoedovoy, Y.A. Oleynikova, L.O. Prokopchuk, A.A. Kozyreva, D.M. Dashevskaya, V.G. Kleinikova, I.V. Tulin, V.S. Efremova, A.N. Petrova, G.B. Kleiner and others.

In Kazakhstan, the problems of sustainable long-term development of enterprises on the basis of improving the system of strategic planning are reflected in the works of Russian scientists: K.B. Berdaliyeva, V.Y. Dodonova, R.E. Elemensova, E.B. Zhatkanbaeva, Z.O. Ihdanova, M.B. Kenzheguzin, K.N. Kelimbetova, K.E. Kubaeva, K.O. Okaeva, G.N. Sansyzbayeva, Z. Sundetova, S.A. Shevelyov and others.

At the same time, despite the variety of literature on market economy, strategic management, planning and marketing, adequate approaches to strategic planning of domestic enterprises are practically not covered.

In the system of managing socio-economic processes occurring in society, regulating their direction and dynamics, ensuring the sustainable functioning of enterprises planning takes a special place. The forecasts, programs and plans developed in the country at all levels of the national economy are the most important tools for implementing the development strategy of our state. They make it possible to organize a clear, comprehensively grounded work aimed at achieving the tasks assigned to society and business entities.

The adoption of the Development Strategy “Kazakhstan–2050” marked the beginning of a creative process aimed at achieving long-term goals and priorities, sustainable development of the country’s economy.

As a result, of a balanced economic policy, the macroeconomic situation in the country has stabilized production in industry and agriculture has increased high growth rates of investments in fixed assets.

We believe it is appropriate to quote the statement of the well-known system analysis expert Russel Ackoff: «if we are constantly striving for some ideal, we should never be guided by anything in principle less».

In this article, the authors attempted to make a full generalization of the accumulated material on the theoretical aspects of strategic planning for the development of production in a market economy.

According to [2, p. 33–34] in the theory of strategic planning distinguish three extremely important aspects. The first of these is the socio-economic. It consists in the study of specific laws determining the development of socio-economic processes. The knowledge of these regularities and the inherent quantitative relationships is the basis for the scientific justification of strategic forecasts, draft programs and plans for all levels and time horizons.

The second is the methodology of strategic planning. It is an instrument of cognition of socio-economic processes and the use of acquired knowledge in the process of planning the activities of economic entities. In order to make all this possible and carried out effectively, it is necessary to have a clear idea of the nature and laws of development as the very object of strategic planning. The national economy as a whole and its individual subsystems and commercial organizations and directly all procedures of planned work, improve the logic, methodological approaches, a system of methods for solving problems of strategic planning, be able to fulfil a practical use of the entire system of knowledge of this science.

The third aspect of the science of strategic planning is organizational. It covers a set of issues related to set a number of tasks performed by the system of bodies participating in the strategic planning process, identifying the functions performed by them, organizing their work, also giving a certain organizational form to the results of strategic planning.

American business researchers developed the theory of strategic planning and management and consulting firms, and then this apparatus was included in the arsenal of methods of intrafirm planning of all developed countries.

Here is what Y. Ushanov points out in this regard. One of the biggest innovations in the management of American companies in the 1970s and early 1980s is the system of strategic planning and management, the organizational mechanism for developing and implementing a strategy through which company management tries to ensure the concentration of resources in industries that promise the fastest growth in profits in future. The creation of appropriate services in companies, the development of a network of strategic planning advisory firms, the emergence of numerous theoretical and applied concepts in this area is comparable in scale only to the “automation boom” of the 1960s.

Considering the evolution of entrepreneurship, the American researcher, the founder of strategic planning and management I. Ansoff notes «The current business history of the United States of America begins with the 1820s–1830s. The creation of a network of canals, and later of the railroad system, initiated the process of economic unification of the country. The technological innovations that followed one by one – the steam engine, the cotton cleaning machine, the Bessemer process of cast iron remelting, the vulcanization of rubber and others – created the basis for a rapid recovery of industry» [3, p. 36].

The concept of competition in its modern understanding until 1880 did not exist, specifies A. Lyukshinov [4, p. 46]. According to the ideas of that time, to compete was to seek to suppress or absorb an opponent, but not to compete with him on the market on an equal footing. Thus, before the emergence of modern marketing was still far away.

Since the mid of 1950s, a post-industrial era has begun, characterized by an accelerated development of events, which, as they grow, began to change the boundaries, structure and dynamics of entrepreneurship.

The successful functioning of organizations in an environment characterized by extreme environmental instability dictates the need to modify their management systems.

An important feature of relations about management is their planned nature. The essence of plannedness lies in the fact that people consciously determine the goals of their actions and balance their actions with resources, while taking into account the direct and indirect impact of the environment external to them. The experience of the development of collective interaction of individuals indicates that the planned nature is inherent in every labor act, develops as society grows, the division and cooperation of labor deepens.

Planning is the first and most significant stage of the management process. Based on the system of plans created by the enterprise, in the future, the organization of planned work, motivation of personnel involved for their implementation, monitoring of results and their evaluation in terms of planned targets.

Planning is not just the ability to foresee all the necessary actions. It is also the ability to anticipate any surprises that may arise along the way, and be able to cope with them. The enterprise cannot completely eliminate the risk in its activity, but is able to manage it with the help of effective foresight.

“If I take a risk,” wrote Lee Iacocca, “one of the most famous representatives of the US business world in the past thirty years, it is only after technological and market research has reinforced my flair. I am able to act by intuition, but only if my premonitions are based on facts.

Foresight is a rather complex process in planning the actions of an enterprise because of the need to correlate on a selected basis the factors of the present period of operation with probabilistic, forecasting, which in general represent the external economic environment of the enterprise and are subject to measurement, evaluation and analysis [5, p. 709]. “... planning is a process of anticipating the goals, costs and performance of an enterprise in the face of uncertainty and market volatility, based on the ability to anticipate various surprises and be prepared to overcome them [6, p. 10]. An important aspect in this connection is the compatibility of planning with a market economy, the need for planning the organization of activities of economic entities and the fulfillment of functions by the state.

Since planning is a control element, and occupying a central place in the control system, it is necessary to turn to the objective bases of the emergence of the need for planning. Planning is a property intrinsic to an individual and to the whole of society. It has a specifically conditioned character and

is determined by the decisive fact that people must communicate, work together, exchange products of their activity for the production of goods and services, and for other types of their activities. Labor has always been a public work. In order to resist the forces of nature successfully, people from the first steps of their existence had to work together, join forces.

However, the labor collective is inconceivable without the organization, order, division of labor, the definition of the place of each employee in the team, its functions. This means that the division of labor, the establishment of certain proportions between the various elements of production are necessary in any society. Hence, it follows that the planning of joint labor is nothing more than the establishment of co-ordination, coordination of efforts of workers who jointly produce goods and services. It provides the necessary order in the production process, the regularity of its repetition, and, consequently, the expanded reproduction.

Planning in its development has passed three main stages, corresponding to certain forms of organization of planning systems [7, p. 6]:

- ◆ budgetary and financial planning;
- ◆ long-term extrapolation planning;
- ◆ strategic planning.

Kazakhstan economists R. Elemesov, E. Zhatkanbaev, having generalized the problem of planning in the conditions of market economy, describe the preconditions for planning: "... with the advent of machines, a system of machines, a large industry began to develop. Each machine, performing certain operations in the production of the final product, was a certain production unit. Such production units had a certain productivity, a certain system of their service, with a certain number of employees. Similarly, the emerging system of economic relations objectively led to the socialization of labor in individual sectors and spheres of the economy. Labor became joint, which objectively led to the need to reconcile various sectors of social production, from investment and ending with the distribution and redistribution of manufactured goods. The formation of a certain structure, production process, exchange and distribution has begun.

The presence of a specific structure creates some relations in the sphere of producers of labor products. The very structure of the production process and the relations based on it in the process of functional activity are constantly changing. Transformations taking place in the structure of production, exchange and distribution, cause a certain method of regulation. This method of regulation was called "planning", "plan".

Professor Nyasi, Professor of the School of Business Administration of the University of Tampere (Finland), analyzing various concepts of strategic management and considering the problems of their practical application, notes that the concept of strategic thinking applied to business appeared only about forty years ago, but in a short time passed a long way. Within a decade after the appearance of the first works of Chandler (1962), Ackoff (1965) and Andrews (1971), the concept of strategic planning gradually supplanted the concepts of long-term planning.

In the 1980s, the importance of strategic management increased noticeably. Internationalization, globalization, informatization, social responsibility of business and other factors of economic life present high demands to strategic management.

The key to strategic management, in our opinion, is planning again. The strategy is developed starting with the analysis of the company and its external environment, then the goals, tasks and strategies of the various levels of management are determined, and organization, motivation, guidance and monitoring system are finally planned. The result is a hierarchical and phased plan of strategic management. Therefore, the mainstream of modern American strategic thinking can be called a "management mechanism" or even a "planned management mechanism".

LIST OF LITERATURE

- 1 Nazarbayev N.A. New Kazakhstan in the new world. Strategy "Kazakhstan-2050" at new stage of development of Kazakhstan: Message of the President of the Republic of Kazakhstan to the people of Kazakhstan. February 28, 2007. – Almaty, 2007. – p. 70.
- 2 Strategic Planning / Ed. E.A. Utkin. – Moscow: TANDEM, EKSMOS Publishing House, 1999. – 440 p.
- 3 Ansoff I.K. New corporate strategy / trans. with English. – St. Petersburg, 1999. – 416 p.

- 4 Lyukshinov A.N. Strategic management: teaching for universities. – M.: UNITY-DANA, 2000. – 410 p.
- 5 Bachelor of Economics // Reader: v. 3. / Ros. Ekonom. acad. named after G.V. Plekhanov, the Center for Personnel Development. – M.: Triad, 1999. – V. 2. – 1047 p.
- 6 Lyubanova T.P., Myasoyedova L.V., Oleynikova Yu.A. Strategic planning in the enterprise. – Moscow: PRIOR Publishing House, 2001. – 314 p.
- 7 Prokopchuk L.O., Kozyrev A.A. Strategic planning: Lecture notes. – St. Petersburg, 2000. – 128 p.

Андапта

Мақалада қазіргі заманғы стратегиялық жоспарлау мәселелері талқыланды. Стратегиялық басқаруды және жоспарлауды кеңейту көптеген өнеркәсіптік кәсіпорындардың мүмкіншілігін ұлғайтады, олар экономиканың ұзақ мерзімді экономикалық өсуі мен ел экономикасының тұрақты дамуын қамтамасыз етудің негізгі қағидалық шарты болып табылады. Қоғамда әлеуметтік-экономикалық үрдістерді басқару, олардың жүйесі мен динамикасын реттеуде, сондай-ақ, кәсіпорындардың тұрақты жұмыс істеуін қамтамасыз етуде жоспарлау маңызды орын алады. Стратегиялық жоспарлаудың маңызды аспектілері атап көрсетілді. Жүйені жоспарлаудың ұйымдық формаларын анықтайтын кезеңдер: бюджеттік-қаржылық жоспарлау; ұзақ мерзімді экстраполялық жоспарлау; стратегиялық жоспарлау қарастырылды. Интернационализация, жаһандану, ақпараттандыру, бизнестің әлеуметтік жауапкершілігі және бүгінгі таңда стратегиялық басқаруға жоғары талаптар қоятын сыртқы факторлар анықталды. Мақалада стратегиялық басқарудың негізгі мәселелері айқындалды, стратегия компанияның және оның сырқы ортасын талдаудан басталып, басқарудың түрлі деңгейлерінің мақсаттары, міндеттері мен стратегиясы айқындалады, ұйымдастыру, мотивация, басқару және бақылау жүйесі жоспарланады. Нәтижесінде стратегиялық басқарудың иерархиялық және кезеңдік жоспары жасалады. Сондықтан қазіргі американдық стратегиялық миссияның басты бағыты «бақыланатын механизм» немесе тіпті «жоспарлы басқару механизмі» болып аталуы мүмкін.

Тірек сөздер: стратегиялық жоспарлау, ұзақмерзімді дамыту, бәсекеге қабілеттілік, менеджмент, экономиканың әртараптандыруы, тұрақты өсім.

Аннотация

В статье рассмотрены вопросы стратегического планирования в современных условиях. Расширение сферы стратегического менеджмента и планирования на возможно более широкое число промышленных предприятий является принципиальным условием обеспечения устойчивого долгосрочного экономического роста и диверсификации экономики Казахстана. В системе управления социально-экономическими процессами, происходящими в обществе, в регулировании их направления и динамики, в обеспечении устойчивого функционирования предприятий особое место занимает планирование. Выделены важные аспекты стратегического планирования. Рассмотрены этапы, соответствующие определенным формам организации систем планирования: бюджетно-финансовое планирование; долгосрочное экстраполятивное планирование; стратегическое планирование. Определены такие факторы, как интернационализация, глобализация, информатизация, социальная ответственность бизнеса и другие факторы экономической жизни, которые предъявляют сегодня высокие требования к стратегическому управлению. В статье выявлены и раскрыты основные проблемы стратегического управления, стратегия разрабатывается на основе анализа компании и ее внешнего окружения, затем определяются цели, задачи и стратегии различных уровней управления, планируются организация, мотивация, руководство и система мониторинга. Результат – иерархический и поэтапный план стратегического управления. Поэтому главное направление современного американского стратегического мышления может быть названо «управленческим механизмом» или даже «плановым управленческим механизмом».

Ключевые слова: стратегическое планирование, долгосрочное развитие, конкурентоспособность, менеджмент, диверсификация экономики, устойчивый рост.

А.Н. ТУРГИНБАЕВА,¹

Д.Э.Н., доцент.

З.Б. АХМЕТОВА,¹

К.Э.Н.

Казахский национальный
университет им. аль-Фараби¹

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ ВЕКТОРЫ ФОРСИРОВАННОГО РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН¹

Аннотация

В статье отмечено, что за годы независимости Казахстан достиг не самых лучших показателей развития малого и среднего бизнеса, его вклада в экономику страны. Это произошло по причине пробелов в создании здоровой экономической инфраструктуры и рамочных условий предпринимательской деятельности. В связи с этим в работе выделены комплексные прорывные действия краткосрочной и среднесрочной перспективы для увеличения доли малого и среднего бизнеса в ВВП республики. В числе краткосрочных мер предлагается увеличение квоты МСБ на государственные закупки и закупки госкорпораций, решение вопросов передачи собственности в руки МСБ, активное развитие промышленной кооперации, ориентация на экспорт и инновации, льготное кредитование. В числе среднесрочных мер выделены изменение принципов и философии государственной поддержки малого и среднего бизнеса по примеру американской Администрации по делам малого бизнеса, создание новой юридической модели, действенно реализующей целевые программы содействия развитию МСБ. Сделан вывод о том, что развитие малого бизнеса на Западе идет более быстрыми темпами, поскольку национальные власти придают большое значение предприятиям малого бизнеса и оказывают им поддержку на федеральном уровне. Даже бывшие развивающиеся страны именно с развитием малого, среднего бизнеса совершили большой экономический рывок. Малый бизнес в этих странах в настоящее время представляет собой средний класс, который служит базой для стабильного развития экономики.

Ключевые слова: малый и средний бизнес, экономика, собственность, форсированное развитие, комплексные меры, государственная поддержка.

За 25 лет независимости Казахстан достиг ощутимого прогресса, осуществляя переход к рыночной экономике. Однако за этот же период в зарубежных странах, не обязательно развитых или быстрорастущих, развивающихся, возникло значительно больше МСП и достигнуты лучшие показатели соотношения ВВП и численности населения, чем в Казахстане. Международные и казахстанские эксперты объясняют это различие прежде всего пробелами в создании здоровой экономической инфраструктуры, а также в рамочных условиях предпринимательской деятельности. Поэтому для увеличения доли малого и среднего бизнеса в ВВП республики нужны комплексные прорывные действия краткосрочной и среднесрочной перспективы. К числу краткосрочных мер можно отнести следующие.

1. Увеличение квоты МСБ на государственные закупки и закупки госкорпораций. В Казахстане на этот счет существуют различные точки зрения. Некоторые казахстанские эксперты сходятся во мнении, что заикленность бизнеса на государственных тендерах развращает предпринимательство, делает бизнес менее гибким. Однако председатель правления ОЮЛ «Союз промышленников и предпринимателей «Национальная индустриальная палата Казахстана» считает, что многие государства стремятся повышать уровень конкурентоспособности малых и средних предприятий, улучшать условия для предпринимательской деятельности, поддерживать МСБ на государственном уровне, зачастую не без системы государственных закупок.

В Республике Казахстан Закон РК «О государственных закупках», введенный в действие с 1 января 2016 г., имеет ряд норм, которые, по мнению специалистов, можно расценивать как косвенную поддержку МСБ.

¹ Работа выполнена в рамках проекта грантового финансирования научных исследований МОН РК ГФ 4 № 4978 «Стратегия развития малого и среднего предпринимательства как важнейший фактор ускоренного роста экономики Казахстана: теория, методология и механизмы повышения эффективности».

Так, одним из основных принципов осуществления госзакупок (статья 4) является оказание поддержки отечественным производителям, поставщикам работ и услуг. Если учесть, что подавляющее большинство компаний Казахстана – субъекты МСБ, а не субъекты крупного предпринимательства (по состоянию на 1 февраля 2016 г., количество действующих субъектов МСП в стране – более 1,3 млн, количество субъектов крупного бизнеса – 2 520), то можно считать, что поддержка будет касаться именно МСБ.

Другой косвенной поддержкой МСБ считают специалисты техническую спецификацию с указанием требуемых функциональных, технических, качественных и эксплуатационных характеристик закупаемых товаров, работ и услуг, требуемых в конкурсной документации согласно новому Закону РК «О государственных закупках». Ведь через систему технического регулирования (техрегламенты) могут устанавливаться особые требования к поставляемой продукции.

Тем не менее, на наш взгляд, в новом законе, в отличие от ранее действовавшего, отсутствуют прямые нормы о предоставлении гарантированного закупа для субъектов МСП в то время как у партнеров по ЕАЭС и в соседних странах в законодательстве о госзакупках прописаны специальные нормы о поддержке МСБ.

В России уже с 2016 г. года вступил в силу Закон «О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд», согласно которому государственные компании с оборотом свыше 2 млрд руб. обязаны отдавать 10% своего заказа малому и среднему бизнесу [1]. В частности был утвержден перечень из 35 крупнейших госкомпаний («Газпром», «Почта России», «Ростелеком», «Аэрофлот», АЛРОСА, «Роснефть», РЖД и др.), чьи закупки подлежали госконтролю.

Благодаря комфортным условиям, созданным, к примеру, правительством Москвы для участия малого бизнеса в госзакупках, в 2016 г. объем закупок города у представителей малого предпринимательского звена вырос в два раза, превысив 200 млрд руб. Если по России общий объем закупок крупнейших госзаказчиков у малого бизнеса в прошлом году составил 1,5 трлн руб., то 42% от этой суммы приходится на московских предпринимателей [2].

Кроме того, в конце лета 2016 г. премьер-министр РФ Д. Медведев подписал постановление об увеличении доли прямых закупок, осуществляемых госкомпаниями у субъектов малого и среднего предпринимательства, с 10% до 15% с 1 января 2018 г.

В Китае также осуществляется поддержка МСБ через систему госзакупок. Закон КНР «О содействии малым и средним предприятиям» устанавливает, что государство предпринимает меры для расширения прямых каналов финансирования малых и средних предприятий, активно создает условия для их деятельности, а также непосредственно финансирует их в различной форме в рамках, разрешенных законодательством и подзаконными актами.

Более того, в соответствии с законодательством КНР большинство иностранных производителей не могут проникнуть на китайский рынок закупок, потому что их товары, даже если изготовлены или собраны в Китае, не считаются внутренними (национальными).

Таким образом, на основе анализа опыта ряда стран считаем, что новый Закон РК «О государственных закупках» нуждается в дополнении в части установления норм возможного гарантированного закупа товаров, работ и услуг у субъектов МСБ.

2. Решение вопросов передачи собственности в руки малого и среднего бизнеса без наращивания дополнительных площадей. Речь идет о возможности приватизации помещений, сдаваемых в аренду, проведении соответствующих аукционов. Например, в собственность активно развивающимся компаниям целесообразно передать неиспользуемые помещения убыточных предприятий.

Следует заметить, что в Казахстане с 2015 г. имеются отдельные прецеденты подобной поддержки МСБ. Так, партнерская программа по передаче сети АЗС АО «ҚазМұнайГаз» в управление малому и среднему бизнесу имела конкретное воплощение: к примеру, автозаправочная станция № С-34 (Z-155) на 97 км автодороги Астана – Петропавловск в Аккольском районе Акмолинской области.

За период 2015–2016 гг. в управление переданы 143 АЗС сети «ҚазМұнайГаз», в результате чего у предпринимателей появилась возможность стать партнерами компании с национальным брендом при достаточно демократичных и открытых условиях программы.

Тем не менее, как заявил председатель президиума НПП «Атамекен», «кампания по приватизации проходит не так активно, и предложенные активы не представляют интереса для бизнеса. Все, что можно передать в частную среду, необходимо передать. Учитывая сложную финансовую ситуацию, то, что банки неохотно финансируют проекты, у многих предпринимателей нет возможности приобрести объекты. Мы считаем, что необходимо рассмотреть механизмы передачи собственности в рассрочку, тем самым расширить список объектов в рамках развития государственно-частного партнерства».

Кроме того, в НПП «Атамекен» ведется работа над списком реальных отечественных производителей, а не фирм-«однодневок», рекомендуемых к участию в государственных закупках производителей, при особом внимании к сельхозтоваропроизводителям.

3. Активно развивать промышленную кооперацию между малыми, средними и крупными промышленными предприятиями, чтобы обеспечить частные компании достаточным количеством заказов. Необходимо передавать предпринимателям на условиях аутсорсинга выполнение неключевых производственных позиций (например, изготовление электропроводки, резинотехнических изделий и др.). Передача таких позиций профильным частным компаниям позволит снизить издержки и, соответственно, повысить доходность крупных предприятий.

Термин «аутсорсинг» происходит от английского слова «outsource», что означает «производить на стороне». Быстрый рост объемов аутсорсинговых услуг в развитых странах свидетельствует об их экономической целесообразности. Современный аутсорсинг – это многогранное экономическое явление. Представляется целесообразным рассмотреть его как минимум с трех сторон. Первая связана с характеристикой аутсорсинга как формы производственной кооперации. Вторая раскрывает сущность аутсорсинга как управленческой технологии. Третья позволяет охарактеризовать аутсорсинг как способ рационального использования ресурсов предприятия [3]. Положительные следствия использования аутсорсинга обобщены на рисунке 1.



Рисунок 1 – Развитие промышленной кооперации между МСБ и крупным бизнесом

Примечание – Разработано авторами.

В результате четкого выделения «бизнес-процессов» выявляются так называемые «узкие места» в производстве, хранении и сбыте продукции, в управлении этими процессами. Это дает возможность разработать стратегию управления, направленную на ликвидацию «узких мест», передать по возможности часть бизнес-процессов сторонним исполнителям, обладающим необходимыми профессиональными знаниями и опытом [4].

Сформированная в результате новая структура производства и управления будет «не связана с устаревшими производственными фондами и со стереотипами ведения бизнеса... Произведенные таким образом изменения в структуре крупного предприятия могут привести к микро-, мезо-, а то и макроэкономическим трансформациям». Потребность в таких трансформациях в Казахстане назрела давно, и экономика нуждается в научно обоснованных направлениях осуществления этих трансформаций.

4. Ориентация МСБ на экспорт и инновации. В ближайшем будущем выиграют те предприятия малого и среднего бизнеса, которые работают над повышением своей эффективности, инновационности, поскольку для них откроются серьезные перспективы в виде рынков стран Евразийского сообщества и ВТО.

Как отметил председатель правления Национальной палаты предпринимателей РК «Атамекен», при Национальной палате создается Центр содействия инноваций, который будет координирующим органом, куда будут поступать заказы от всех предприятий, предпринимателей для решения технических и технологических задач наукой. «Будут созданы соответствующие группы в университетах, вузах не только нашей страны, но мы планируем привлечь также университеты Российской Федерации, ряда стран, которые входят в Евразийский экономический союз».

Интерес вызывают проекты Палаты предпринимателей «Виртуальная торговая площадка» и «Биржа деловых контактов – online», создающие новый уровень деловых контактов. В частности, «Биржа деловых контактов – online» – модернизированный подход к выгодному сбыту своей продукции по Казахстану и за рубежом. В рамках ресурса каждый предприниматель может на бесплатной основе наладить деловое партнерство в формате B2B, открыть возможности для развития экспортного потенциала, расширить бизнес-отношения.

Специально созданное АО «Национальное агентство по экспорту и инвестициям KAZNEX INVEST» создало потенциальные возможности для экспорта казахстанской обработанной продукции в 2015 г.

Агентство предлагает содействие выходу на внешние рынки путем следующих мер: торговые миссии; единый национальный стенд; национальный интерактивный информационный ресурс www.export.gov.kz, зарубежные выставки; продвижение товарных знаков; продвижение на рынок гуманитарных закупок.

При этом в качестве финансовой поддержки экспортера предлагается возмещение для субъектов индустриально-инновационной деятельности 50% затрат, связанных с продвижением и раскруткой продукции, услуг на внешний рынок, привлечением франшизы, оплатой услуг по маркетинговым исследованиям, обучением сотрудников предприятия, занятых в сфере управления экспортом, процедурами регистрации товарных знаков и сертификации продукции для экспорта, созданием и запуском собственного интернет-ресурса.

Кроме того, со стороны государства организована поддержка выхода отечественных производителей на внешние рынки, в частности, действует программа «Экспорт–2020». Однако предприниматели сталкиваются с рядом проблем, которые связаны в первую очередь с различным подходом к технологическому регулированию в странах Таможенного союза. Эта по сей день актуальная проблема, препятствующая развитию экспорта казахстанского малого и среднего бизнеса.

5. Гарантийная поддержка и льготное кредитование МСБ. Например, специальные условия кредитования для полезных компаний в сфере зеленой энергетики распространены в европейских странах. В России, к примеру, в 2016 г. запущена трехуровневая модель, в которой участвуют «Корпорация МСП», «Банк МСП» и региональные гарантийные организации (РГО), обеспечивающие гарантией инвестиционные проекты на региональном и федеральном уровне. «Корпорация» может дать гарантию под 50% суммы кредита при работе с банками-партнерами. С привлечением РГО объем гарантии может вырасти до 70%, РГО в данной схеме выступает как поручитель, что, помимо прочего, ведет и к снижению ставки по кредиту [5].

6. Обеспечение МСБ доступа к финансовым ресурсам государства посредством инвестиционных инструментов. Оно может быть реализовано в виде программ финансового содействия малому и среднему бизнесу в случае чрезвычайных обстоятельств (стихийных бедствий),

социальных беспорядков, террористических актов) и программ государственного гарантирования аренды и страхования строительных подрядов, осуществляемых малыми предприятиями.

Малый и средний бизнес США, к примеру, получает поддержку со стороны акционерных коммерческих организаций: Государственная комиссия США по делам малого бизнеса, имеющая 68 местных отделений по всей стране, помогает малым предприятиям, гарантируя их кредиты и содействуя повышению квалификации персонала. Малый и средний бизнес поддерживает также Национальная ассоциация независимых предпринимателей, в которую входят более 500 тыс. мелких и средних предприятий [6].

К среднесрочным мерам относятся следующие.

1. Изменить принципы и философию государственной поддержки малого и среднего бизнеса по примеру США. Администрация по делам малого бизнеса (АМБ, US Small Business Administration), созданная в 1953 г. в США, защищает интересы малого и среднего бизнеса на правительственном уровне. На АМБ возложена обязанность оказывать предпринимателям финансовую и консультационную поддержку, содействовать в получении правительственных заказов и в заключении контрактов с крупными предприятиями.

Отдел АМБ по стандартизации в соответствии с промышленной классификационной системой определяет критерии отнесения бизнеса к малому, которые варьируются по отраслям, разрабатывает отдельный каталог определения размеров малых предприятий.

Обладая возможностью предоставления и гарантирования займов и инструментами венчурного капитала на сумму более 45 млрд долл. США в дополнение к кредитам на случай чрезвычайных бедствий на сумму 5 млрд долл. США, АМБ является крупнейшей финансовой опорой малого и среднего бизнеса.

На данный момент в рамках программы гарантирования кредитов АМБ может гарантировать погашение за счет государства 90% кредитных обязательств. Это обеспечивает продление сроков кредитования при выдаче банковских кредитов на срок до 5 лет, а при предоставлении прямых ссуд – до 15 лет.

2. Создать новую юридическую модель, действенно реализующую целевые программы финансового, технологического, информационного и кадрового содействия развитию малого и среднего предпринимательства, подобно центрам развития предпринимательства (ЦРП), создаваемым в США АМБ совместно с университетами (иногда с администрацией штата). АМБ обеспечивает 50-процентное финансирование ЦРП, т.е. из средств федерального бюджета. Остальные 50% покрываются принимающей стороной из какого-либо одного из следующих источников: собственные средства университета, бюджет штата, частные спонсоры или меценаты. Принимающая сторона может обеспечить финансирование и материальными средствами (помещения, оборудование, техника и т.д.).

Как правило, ЦРП создается на базе одного из университетов штата, реже – при органах власти штатов. Университет должен доказать свою компетентность, т.е. располагать квалифицированным персоналом, материально-технической базой, методиками обучения, исследований и др. Университеты проходят аккредитацию в АМБ, после чего участвуют в программе АМБ по поддержке малого бизнеса через сеть ЦРП. При университетах имеется должностное лицо (обычно проректор), который ведет данное направление деятельности университета, и ему подотчетна вся сеть ЦРП штата. Такой сотрудник университета отвечает за организацию, менеджмент, подбор кадров, планирование работы и распределение финансовых средств ЦРП.

Основной акцент ЦРП делают на обучение населения навыкам предпринимательства и ведения бизнеса, поиск источников финансирования и предоставление консультаций по расширению действующего бизнеса.

Если говорить об отдаче от деятельности ЦРП, то в АМБ убеждены в их высокой эффективности. Согласно статистическим наблюдениям, осуществляемым АМБ, 1 доллар инвестиций в ЦРП приносит прибыль в виде поступлений в бюджет от деятельности МП в размере от 2 до 19 долларов, в зависимости от штата. Кроме того, из 5 субъектов малого бизнеса, получивших обучение и консалтинг в ЦРП, четыре сохраняют свой бизнес на протяжении первых 5 лет, тогда как, согласно статистике АМБ, из 5 субъектов малого предпринимательства, начавших бизнес самостоятельно, только одному удается просуществовать хотя бы 5 лет [6].

3. Обеспечить правовой и экономический порядок в стране, стабильность финансовой и валютной системы, как практикуется в Германии. Здесь огромную роль играют независимый немецкий Центральный банк, Бундесбанк, Центральный европейский банк и банковское законодательство (в том числе и банковский надзор). Государство может вмешиваться в экономический процесс, если частный сектор не в состоянии в должной мере приспособиться к существующим или изменившимся условиям деятельности и общественным требованиям (например, в области охраны окружающей среды) или устранить недостатки экономического развития.

Важное значение при этом имеет, по словам К. Брюммер, советника, руководителя Кредитанштальт фюр Видерауфбау – отдела координации экономико-консультационной деятельности Посольства Германии в Москве, принцип соответствия государственного вмешательства правилам рыночной экономики, смысл которого – в обеспечении справедливых условий и высокого уровня конкуренции. Усилия направлены на создание и сохранение как можно большего числа производительных, динамично развивающихся МСП [7].

Развитие малого бизнеса на Западе идет более быстрыми темпами, поскольку национальные власти придают большое значение предприятиям малого бизнеса и оказывают им поддержку на федеральном уровне. Малый бизнес в развитых странах в настоящее время представляет собой средний класс, который служит базой для стабильного развития экономики. Даже бывшие развивающиеся страны (Тайвань, Сингапур, Индонезия) именно с развитием малого, среднего бизнеса совершили большой экономический рывок, именуемый «азиатским чудом», мотивировав тем самым новую волну промышленных «азиатских тигров» XXI в. (Бангладеш, Вьетнам, Камбоджа).

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1 Информационное агентство RNS. Глава корпорации МСП: госкомпании выполняют квоты по закупкам у малого и среднего бизнеса: <https://rns.online/>.

2 Информационное агентство Рамблер/новости. Доля бизнеса Москвы в госзакупках у МСП составила 40% от общероссийского объема: https://news.rambler.ru/economics/37011141/?utm_content=news&utm_medium=read_more&utm_source=copylink.

3 Аникин Б.А. Аутсорсинг: создание высокоэффективных и конкурентоспособных организаций. – М.: Инфра-М, 2003. – 192 с.

4 Брюховецкая Н.Е., Егизарова К.Ю. Кооперация крупного и малого бизнеса как способ оптимизации деятельности крупных предприятий КиберЛенинка: <https://cyberleninka.ru/article/n/kooperatsiya-kрупnogo-i-malogo-biznesa-kak-sposob-optimizatsii-deyatelnosti-kрупnyh-predpriyatij>.

5 Шаров А. Меры поддержки МСБ: <http://2016.rbc.ru/podderzhka/>.

6 Фонд развития предпринимательства «Даму». О секторе МСБ США. Аналитический обзор: <https://www.damu.kz/8003>.

7 Брюммер К. Система поддержки предприятий малого и среднего бизнеса в Германии: http://vasilieva.narod.ru/10_2_02.htm.

Андатпа

Қазақстан тәуелсіздігін алған жылдар ішінде шағын және орта бизнестің дамуының көрсеткіштері, оның ел экономикасына үлесі аса үлкен, маңызды болған емес екендігі мақалада айқындалды. Бұл жақсы экономикалық инфрақұрылым мен кәсіпкерлік қызметтің шекті шарттарын құрудағы кемшіліктерге байланысты болды. Мақалада осы жағдайға байланысты, республикада ЖІӨ-де шағын және орта бизнестің үлесін ұлғайтудың қысқа және орта мерзімді кешенді серпінділігі анықталды. Атап айтқанда, қысқа мерзімді шаралар шеңберінде мемлекеттік сатып алу және мемлекеттік корпорацияларды сатып алулардағы ШОБ квотасының ұлғаюы, ШОБ-қа меншік құқығын беру мәселелерін шешу, өнеркәсіптік кооперациясың белсенді дамыту, экспорт пен инновацияларға бағдарлану, жеңілдікті несиелендіру жолдары қарастырылған. Орта мерзімді шараларға шағын бизнес ісіне байланысты америкалық Администрация мысалы бойынша шағын және орта бизнестің мемлекеттік қамтамасыздығының философия мен принциптерінің өзгеруі, ШОБ дамытуына ынталандыруды іске асыратын мақсатты бағдарламалар жатады. Батыста шағын бизнестің жылдам дамытуы ұлттық билік органдарының шағын бизнеске аса назар аударуына және оларға федералдық деңгейде қолдауына байланысты деген қорытынды шығарылды. Тіпті бұрынғы дамушы елдер шағын, орта бизнестің дамытуына байланысты үлкен экономикалық серпіліс алды. Бұл елдердегі шағын бизнес қазіргі уақытта экономиканың тұрақты дамуының негізі болатын орта классын құрайды.

Тірек сөздер: шағын және орта бизнес, экономика, меншік, жеделдетілген даму, кешенді шаралар, мемлекеттік қолдау.

Abstract

The article notes that over the years of independence, Kazakhstan has not achieved the best indicators of development of SME, its contribution to the economy of the country. This was due to gaps in the creation of a sound economic infrastructure and framework conditions for business. In this regard, the work outlined the complex of breakthrough actions for the short and medium-term prospects to increase the share of small and medium enterprises in the gross domestic product of the republic. Namely, among short-term measures, it is proposed to increase the quota of SME for government purchases and purchases of state corporations, to resolve issues of transferring ownership to SMEs, to develop actively industrial cooperation, export orientation and innovation, and concessional lending. Among the medium-term measures the following ones are emphasized: changes in the principles and philosophy of state support for small and medium enterprises following the example of the US Administration for small business; the creation of a new legal model that effectively implements the target programs of assistance to the development of SME. The conclusion is drawn that the development of small business in the West is proceeding at a faster pace, as national authorities attach great importance to small business enterprises and provide them with support at the federal level. Even the former developing countries, with the development of small and medium businesses, made a big economic breakthrough. Small business in these countries is now a middle class, which serves as a base for the stable development of the economy.

Key words: small and medium enterprise, economics, property, forced development, complex measures, state support.

S.S. TLEUBERDIYEVA,¹
c.e.s., senior teacher.

G.S. ZHANSEITOVA,¹
c.e.s., associate professor.

L.P. MOLDASHBAYEVA,¹
c.e.s., associate professor.

Eurasian National University after L.N. Gumilev¹

SYSTEM MODERNIZATION OF THE INDUSTRY OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN

Abstract

In the article the system modernization of the industry Republic of Kazakhstan is discussed. Industry of Kazakhstan in many segments is characterized by a sufficiently high level of depreciation of funds. This problem is recognized by the business community and the state, measures for its effective resolution are already taken. Effective modernization of Kazakhstan's industry is possible in national industrial policy, diversified into sectors and areas, based on the state. Industrial policy should be a tool that responds to changes. Its most important features are adaptability and application in economic practice of the best practices of world experience, taking into account specificity of national conditions. The article analyzes the positive dynamics in metallurgy branches of the Republic of Kazakhstan. In recent years, metallurgical industry in Kazakhstan has become one of the leading industries, after oil, which is given special attention to the government. Today, this state is among the world leaders in metallurgy. Kazakhstan enterprises provide metallurgical products as in domestic market, and export different non-ferrous metals to other countries. Drawing conclusions, it can be noted that the location of enterprises engineering in the Republic of Kazakhstan is directly dependent on technical and economic specifics of production, primarily from such features as the structural complexity of manufactured products and wide development of specialization and cooperation. According to the nature of technological process, many branches of engineering tend to areas of high technical culture with qualified workers.

Key words: industrial modernization, industry, metallurgy, mechanic engineering, specifics of production, technological process.

In the January Address of the Head of the State "The third modernization of Kazakhstan: global competitiveness" Nursultan Nazarbayev marked the first priority as "accelerated technological modernization of the economy" [2].

The head of state, noting the rapid development of technology in the conditions of the future new reality in the world, emphasized the need for applying new knowledge and approaches to the implementation of the tasks set in the Message.

Since early 2016, there has been an improvement in economic activity and indicators of the real sector of the economy. In January–February 2017, GDP growth was 2,5% compared to the corresponding period of 2016.

Kazakhstan wants to get accelerated development, but we are constrained by high dependence on the raw materials sector, still low rates of technological modernization in most industries, due to insufficiently active involvement of new technologies in production. In this same series, the state is still involved in the regulation of business processes.

In 2016 a positive contribution to the growth of the economy of Kazakhstan was provided by such sectors as building – 0,5%, transport – 0,3%, agriculture – 0,3% and processing industry – 0,7%.

In the oil and gas engineering industry, there was also a decline in production by 16.7%, as a result of which the share of this sector in the total manufacturing industry in Kazakhstan decreased to 0,5%.

The industry of Kazakhstan is represented by several leading segments: the coal industry; metallurgy; fuel and petrochemical industry; chemical industry; food industry; light industry; production of building materials.

The positive dynamics of the metallurgical industry increased by 6,6%, which was in turn caused by an increase in output of non-ferrous metallurgy by 8,5%, ferrous metallurgy by 3,3%, pharmaceuticals by 2,5% and of electrical engineering – 2,5%.

Stability of the metallurgical industry in the current market realities can be explained by the fact that in previous years the opportunities of the industrial development program were most productive

here. Thus, during the first five-year plan, about 60 new enterprises were put into operation in this sphere for a total of \$ 2,5 billion, which ensured a significant increase in output. Within the framework of industrialization, only in the ferrous metallurgy projects for the amount of 390 billion tenge were realized, in the non-ferrous metallurgy – more than 1 trillion tenge. At the same time, labor productivity in the metallurgical industry has increased by 59% since 2010, from 68,2 thousand dollars per person; up to 108,2 thousand dollars per person in 2014.

In recent years, the enterprises of the machine-building industry continue to face difficulties related to crisis phenomena, which led to a drop in production volumes in 2015 by 29,1% and in 2016 – by 15%. Production in machine building for 2 years decreased almost twice as compared to the level of 2014. A certain decline felt in the beverage, clothing and chemical industries.

According to experts, most engineering companies are practically idle, or they work on individual orders from time to time. On average, capacity utilization in the industry does not exceed 50%. Only a few enterprises among those who have special orders, the load of the main equipment is close to the maximum. The coefficient of renewal of fixed assets in the industry as a whole remains relatively low. The fixed assets are being updated slowly, and the available funds are used under-efficiently, which creates the prerequisites for high costs, which do not allow the enterprises of the industry to be competitive in the foreign market.

Recall that about 90% of the export of machinery production in Kazakhstan falls to the share of the Russian market. Russia is the main consumer of electrical equipment of Kazakhstan enterprises, whose share in the export structure reaches 90%. It also remains the only partner in the export of computers, electronic and optical products. Machines and equipment produced in Kazakhstan are mainly focused on the markets of Russia, Uzbekistan, the USA and Belarus.

According to expert estimates, the share of imports in the domestic consumption of the machine-building market is about 75%. And this circumstance influences profitability and competitiveness of the enterprises of the industry. At the same time, this is an undeveloped field of activity for small and medium-sized businesses that could be better informed in the field of import substitution.

In the first half of the year 2015, machine-building enterprises suffered most severely as a result of the worsening economic situation in the Russian Federation and the devaluation of the ruble. The abolition of VAT and excises on imported cars exacerbated the state of the domestic automotive market. In the first quarter of 2015, a record level of “gray imports” was recorded – over 107 thousand new and used cars entered the territory of the republic through “gray” channels. At the same time, about 74% of the volume of shadow imports was used cars.

Railway machine building also experienced a significant decline in production volumes, which is associated with a decrease in orders from JSC NC Kazakhstan Temir Zholy. According to the results of six months of 2015, the volume of production of railway equipment amounted to 12,8 billion tenge, IFO – 41,1%. At the same time, production of locomotives and passenger cars reduced to a minimum, and production of freight cars decreased by 83,4% (50 units). However, in 2016 for this sector, many windows of growth arose in connection with the production of new types of wagons and the prospect of export of products to the Iranian market.

Meanwhile, in the previous 5 years, the growth rate of investments in modernization and increase in labor productivity in the manufacturing industry was not significant enough. In general, according to NCE Atameken, since from 2009, investments to the manufacturing industry have increased by 65,4%, having predetermined the growth rates of the industry during this period by only 29,2%. In view of this situation, it remains to be hoped that in the coming years much will be achieved in this regard. Otherwise, at the next round of global turbulence, domestic companies in the real sector will have to regret the missed opportunities that existed in the mainstream of the industrialization program, but were not used productively to build the capacity of Kazakhstan’s non-primary exports [1].

In the industrial park of special economic zone “Astana-new city” was held a round table on the theme “Development of light industry enterprises as a key aspect of technological modernization within the framework of the implementation of the Address of the Head of State”.

There were discussed issues of technological modernization of the country’s light industry and its transformation into an efficient and competitive industry that would ensure an increase in the share of domestic goods in the domestic market and access to the external market.

In their speeches, the participants of the meeting repeatedly stressed that the development of light industry in many countries of the world is given considerable attention, since this industry has an important socio-economic significance, providing high employment among women.

On the level of consumption, the light industry occupies the second position, yielding to food products. The main world manufacturers of light industry products are China and India, which we regularly make sure by visiting markets and shops.

In Kazakhstan, according to Duman Kadyrbaev, there are all prerequisites for the development of light industry – state support, basic production and human resources.

According to the Committee of Statistics of the Ministry of National Economy of Kazakhstan, there are more than 900 light industry enterprises in the country. The main share (58%) is occupied by garment companies, since for the production of clothing less investment is required than when creating textile (31%) and leather-shoe industries (11%).

In the light industry, a fairly large number of small enterprises operate – 95%, or 872 of the total number of enterprises, almost all of them (99,66%) are privately owned. At present time, domestic production capacities of textile production are modernized and have the opportunity to produce high quality products. Moreover, it was noted that Kazakh textile products meet the necessary requirements of generally accepted international standards and regulations, which makes it possible to trade in foreign markets.

At the same time, there are a number of problematic issues in the development of the industry. In particular, entrepreneurs are not interested in working in this sector (growing cotton, making leather and furs, modeling and sewing clothes and shoes), as there is no one-time profit making, as, for example, in trade and services.

According to experts, to ensure import substitution for key positions, to raise the level of processing products, to create an effective system of transportation and marketing of goods, and to raise the level of labor productivity and reduce production costs is possible only through the consolidation of efforts of manufacturers of the light industry.

As a successful example was given the experience of the consortium of domestic producers “Zhasampaz” created last year. It unites 12 domestic companies with the involvement of 31 Kazakhstani manufacturing companies that were involved in the execution of the state defense order for 2016. Another effective example of the consolidation of manufacturers of light industry is established in 2015. The Union of Kazakhstan light industry producers, which unites more than 40 enterprises of the textile, clothing, knitwear, footwear, fur industry, and educational enterprises.

The leaders and representatives of the light industry companies emphasized that in practice, for active development of the industry, huge financial injections are not required, and state support is a significant help for producers. For example, a number of support tools are provided for under the Business Road Map–2020 program. Only from 2010 to 2016 by programme funded more than 200 projects in the light industry. Almost all major projects were implemented within the framework of the program of industrial and innovative development. Also part of the cost of product certification and quality management systems is compensated in accordance with international standards within the framework of the “Productivity–2020” program.

As is known, the Ministry of Investment and Development approved the Comprehensive Plan for the development of light industry in the years 2015–2019. The main directions include: modernization of production facilities, implementation of systemic measures of economic policy, including in the field of state purchases and increasing the share of Kazakh content, providing the industry with qualified human resources, developing science and innovation, post-crisis recovery and financial rehabilitation of industry enterprises.

During the round-table meeting, presentations were also made of the pilot project Industrial Certificate and the Independent Supervisory Board of the Atameken NCE.

According to Dmitry Zverev, the analysis of the level of industrial development and the potential of domestic production can be realized through the Industrial Certificate. The pilot project involves the participation of three industries: engineering, light and furniture industries. He also announced the objectives of the pilot project. This is an assessment of the feasibility of the project, the identification of risks when carrying out industrial expertise by industry criteria, approbation of the methodology for calculating production capacity. Industrial expertise will be carried out by expert auditors of industry associations and other organizations.

To ensure its objectivity and applicability, the role of the project coordinator was assumed by the NCE Atameken. Regarding the timing of implementation, it will be held in April-May this year, but can be corrected. It is estimated that today the consumer market (with a minimum annual expenditure of 40 thousand tenge for each person with a population of 17 million), in total, is about 700 billion

tenge per year. If we add here the school uniform market (27,5 billion tenge), procurement market of light industry products health, pre-school and social institutions (34,5 billion tenge), the purchase of products by national companies and subsoil users (44,43 billion tenge), the market volume will rise to over 900 billion tenge per year.

Participants of the meeting of the “round table” recognized that this is a huge amount of work and real opportunities for the development of the Kazakhstan enterprises.

In this way, in resolving the tasks outlined, it is important to clearly coordinate the actions of the main participants in the modernization process. At the same time, it is necessary to ensure a balanced development of industries and regions.

LIST OF LITERATURE

1 Галиев С.Ж., Жумабева С.А., Шукитова Э.Б. Перспективы и проблемы модернизации промышленности Казахстана // Журнал «KazEnergy». – 2011. – № 4.

2 Third modernization of Kazakhstan: global competitiveness. Address of the President of the Republic of Kazakhstan of January 31, 2017.

Аңдатпа

Мақалада Қазақстан Республикасы өнеркәсібі жүйесінің жаңғыруы қарастырылған. Қазақстан өнеркәсібі көптеген сегменттерде қорлардың тозуының айтарлықтай жоғары деңгейімен сипатталады. Бұл проблеманы бизнес-қоғамдастық пен мемлекет мойындайды және оны тиімді шешу үшін шаралар әзірленуде. Қазақстан өнеркәсібінің тиімді жаңғыруы мемлекетке арқа сүйейтін салалар мен бағыттар бойынша әртарапандырылған жалпыұлттық өнеркәсіптік саясат аясында жүзеге асады. Өнеркәсіптік саясат болатын өзгерістерге жауап бере алатын құрал болуы тиіс. Оның ең маңызды ерекшеліктері – ұлттық жағдайдың ерекшелігін ескере отырып, экономикалық тәжірибеде әлемдік тәжірибенің ең үздік үлгілерін қолдануы мен бейімдеуі болып табылады. Мақалада Қазақстан Республикасының металлургия өнеркәсібіндегі оң динамикалық көрсеткіштер талданған. Соңғы жылдары Қазақстандағы металлургия өнеркәсібі мұнай өнеркәсібінен кейін, үкімет ерекше назар аударатын жетекші салалардың бірі болды. Бүгінде республика металлургия саласындағы әлемдік көшбасшылардың бірі болып табылады. Қазақстандық кәсіпорындар металлургиялық өнімдермен өздерінің нарығын толығымен қамтамасыз етіп қана қоймай, әртүрлі түсті металдарды шетелдерге экспорттайды. Қазақстан Республикасындағы машина жасау кәсіпорындарының орналасуы өндірістің техникалық және экономикалық ерекшеліктеріне, оның ішінде, өндірілетін өнімнің құрылымдық күрделілігі, мамандану мен кооперациялау деңгейінің кең дамуына тікелей байланысты екенін атап өтуге болады. Технологиялық процестің ерекшелігі бойынша көптеген машина жасау салалары білікті қызметкерлері бар, жоғары техникалық мәдениет салаларына бейім аймақтарға тартылады.

Тірек сөздер: технологиялық жаңғыру, өнеркәсіп, металлургиялық сала, машина жасау, өндіріс ерекшелігі, технологиялық процесс.

Аннотация

В статье рассмотрена системная модернизация промышленности Республики Казахстан. Промышленность Казахстана во многих сегментах характеризуется достаточно высоким уровнем изношенности фондов. Эта проблема признается бизнес-сообществом и государством, вырабатываются меры ее эффективного разрешения. Эффективная модернизация промышленности Казахстана возможна в рамках общенациональной промышленной политики, диверсифицированной по секторам и направлениям, опирающейся на государство. Промышленная политика должна быть инструментом, реагирующая на происходящие изменения. Ее важнейшие черты – адаптивность и применение в экономической практике наилучших наработок мирового опыта с учетом специфичности национальных условий. В статье проанализирована положительная динамика в металлургической отрасли Республики Казахстан. В последние годы металлургическая промышленность в Казахстане стала одной из ведущих отраслей, после нефтедобывающей, которой уделяется особое внимание правительства. Сегодня это государство состоит в числе мировых лидеров по металлургии. Казахстанские предприятия обеспечивают металлургической продукцией как собственный рынок, так и экспортируют разные цветные металлы в другие страны. Делая выводы можно отметить, что размещение предприятий машиностроения в Республике Казахстан находится в прямой зависимости от технико-экономической специфики производства, прежде всего, от таких его особенностей, как конструкционная сложность выпускаемых изделий и широкое развитие специализации и кооперирования. По характеру технологического процесса многие отрасли машиностроения тяготеют к районам высокой технической культуры, обладающим квалифицированными кадрами рабочих.

Ключевые слова: технологическая модернизация, промышленность, металлургическая отрасль, машиностроение, специфика производства, технологический процесс.

Л.М. ДАВИДЕНКО,¹

к.э.н.

С.В. БЕСПАЛЫЙ,¹

к.э.н., доцент.

С.В. ЗОЛОТАРЕВА,¹

к.э.н.

Инновационный
Евразийский университет¹

УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА: ВЫЗОВЫ ИНТЕГРАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ

Аннотация

Устойчивый экономический рост казахстанской экономики связан с развитием промышленности, научно-технологической сферы, банковского сектора, малого и среднего предпринимательства. Комплексное управление экономикой хозяйственных структур направлено на глобальные вызовы лидерства, эффективное управление в условиях мирового кризиса. Одним из основных вызовов является технологический рост, который становится предметом исследований ученых и ведущих научно-исследовательских институтов. Связанные по производственной цепочке структурные подразделения и отдельные компании решают задачи организации бизнес-процессов с элементами цифровой экономики. Информационные технологии значительно упрощают процесс углубления переработки сырья/продуктов путем технологической интеграции смежных производств и научно-исследовательской среды. Для национальной экономики цифровизация связана с модернизацией крупнейших отраслей, разработкой управленческих механизмов технологической интеграции. На уровне промышленных предприятий разрабатываются специальные программы антикризисного развития с использованием аналитических инструментов, которые опираются на инновационное и технологическое развитие, укрепление финансовой устойчивости, производительности труда. В рамках Евразийского экономического союза важным условием роста экономики является использование механизмов технологической интеграции промышленного и научного капитала. Анализ современного индустриально-инновационного развития казахстанской экономики показывает, что для перехода сложились все предпосылки.

Ключевые слова: экономика, промышленность, устойчивое развитие, технологическая интеграция, инновационный рост.

Экономическая устойчивость любой хозяйственной структуры является основным фактором ее функционирования и развития. В последние годы проблемы научно-технологического развития социально-экономических систем выступают предметом глобальных научных исследований. Особую роль устойчивое развитие стало играть в условиях вызовов активной интеграционной политики в рамках становления евразийского партнерства, концепции «Один пояс – один путь», а также полномасштабного перехода к индустриальной экономике нового поколения.

Решение проблем обеспечения экономической устойчивости предприятий в целях наиболее полной реализации их социально-экономической и инновационной миссии возможно лишь при наличии глубоко проработанной методологии антикризисного управления промышленными хозяйственными структурами в условиях современных вызовов. При этом достижение конкурентных преимуществ обусловлено эффективным взаимодействием государственных органов и бизнес-сообщества. Механизмы такого взаимодействия лежат в плоскости активной интеграционной политики, совместного финансирования крупных инвестиционных проектов модернизации экономики промышленности, освоения нового технологического уклада, по сути, смены базовых технологий и отраслей, изменения режимов экономического регулирования основных экономических институтов.

В Послании Президента Республики Казахстан Н.А. Назарбаева 2018 г. говорится о завершении эпохи «нефтяного изобилия». В связи с этим на первый план выходит «новое качество развития» и широкое внедрение «четвертой промышленной революции» [1].

Мощным представителем казахстанской индустрии выступает промышленный комплекс нефтехимии и нефте – и газопереработки, в состав которого входят ТОО «Павлодарский нефтехимический завод», ТОО «ПетроКазахстан Ойл Продактс» (ранее известный как Шымкентский нефтеперерабатывающий завод), ТОО «Атырауский нефтеперерабатывающий завод», газохимический комплекс в Атырауской области, ТОО «Нефтехим.Ltd». Совокупность воздействия внешних факторов предопределила формы устойчивого развития в условиях глобального кризиса путем интеграции бизнеса и научно-исследовательских подразделений, в число которых входят следующие научно-исследовательские центры: АО «Институт органического катализа и электрохимии им. Д.В. Сокольского», Назарбаев Университет, РГП на ПХВ «Казахский национальный университет имени аль-Фараби», ДГП на ПХВ «Научно-исследовательский институт новых химических технологий и материалов КазНУ им. аль-Фараби», АО «Институт химических наук имени А.Б. Бектурова, АО «Институт органического синтеза и углехимии РК», РГП «Институт проблем горения». Активными звеньями в модернизации технологии и производства выступают российские компании: Омский институт проблем переработки углеводородов Сибирского отделения РАН (г. Омск), Институт катализа имени Г.К. Борескова (г. Новосибирск), ПАО «СИБУР Холдинг», ООО «ТОМСКНЕФТЕХИМ», ОАО «Уфаоргсинтез». Среди партнеров дальнего зарубежья зарекомендовали себя немецкие концерны Basf, Bayer, английский концерн Symphony Environmental, американские концерны Willow Ridge Plastics, BioTec Environmental и другие известные компании [2].

Исследуя современную ситуацию, можно предположить, что объективные и обоснованные решения вытекают из качественного анализа. Определяя особенности антикризисного анализа в целом, целесообразно опираться на следующие подходы, основанные на технологической интеграции (рисунок 1).

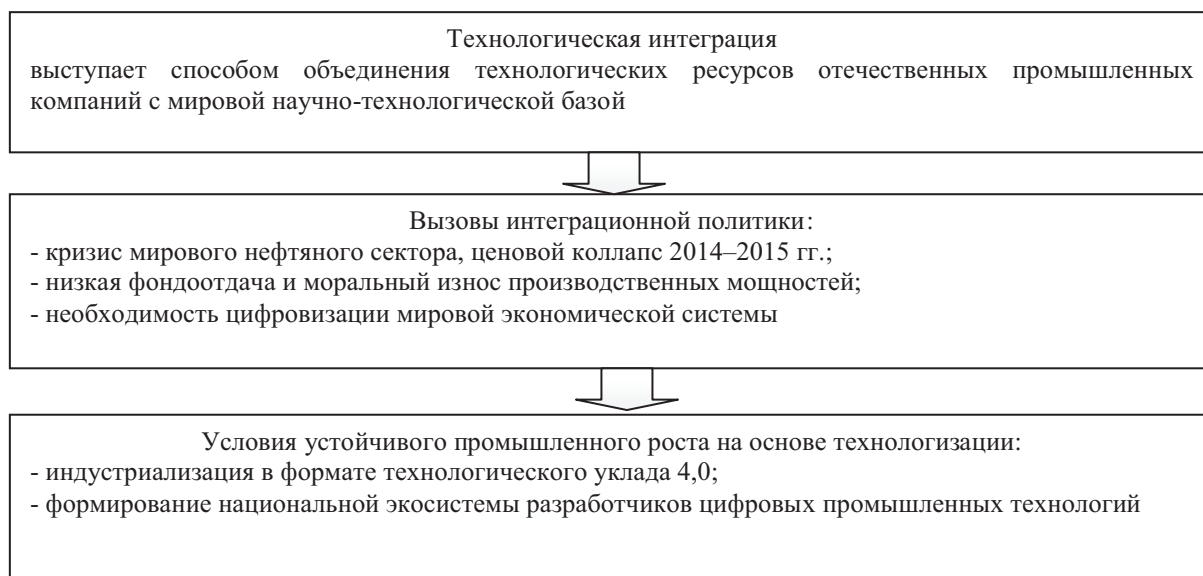


Рисунок 1 – Назначение технологической интеграции для устойчивого развития промышленных компаний (с использованием [1])

Поиск, мобилизация и целевое использование технологических, финансовых (прежде всего собственных) ресурсов становятся важными задачами антикризисного управления в условиях сложившихся интеграционных вызовов [3–5]. Ученые сходятся во мнении, что инструментарий для принятия инновационных решений лежит в области экономического анализа (в том числе формирование добавленной стоимости, выявление экономического потенциала, увеличение производительности труда), что напрямую связано с циклами развития промышленных объектов (таблица 1, стр. 32).

Таблица 1 – Матрица жизненных стадий промышленного предприятия и показателей экономической активности в условиях интеграционных вызовов

Стадия жизни промышленного предприятия	Показатели интеграционной активности	Показатели финансовой устойчивости	Показатели деловой активности	Показатели эффективности	
				Производительность труда	Рентабельность продаж
Возникновение	+	+			
Подъем	+	+	+		
Замедление роста	+	+	+		+
Зрелость	+		+	+	+
Спад				+	+

Примечание – Знак «+» означает актуальность направления экономической оценки для жизненной стадии предприятия – участника интеграционного процесса.

Развитие научной школы технологического роста берет за основу труды, так или иначе связанные с приемами экономического анализа в области устойчивого развития. В частности, Бернар Коласс считал, что «понятие финансового равновесия может быть рассмотрено с двух различных, не противоречащих и взаимодополняющих друг друга точек зрения: первая отражает юридические требования и предполагает, что предприятие должно быть способно с помощью своих ликвидных средств погашать долги, когда это необходимо; вторая исходит из того, что предприятие должно поддерживать функциональное равновесие между источниками и их использованием, учитывая стабильность первых и предназначение вторых» [6].

Такой подход к формированию экономической политики технологического роста особенно близок отечественным предприятиям на современном этапе. Во-первых, совершенствуется юридическая база таможенных взаимоотношений, а также формируются новые стандарты регулирования производственно-технологической деятельности на общем рынке нефти, газа, нефтепродуктов в рамках Евразийского экономического союза. Во-вторых, постепенно формируется ресурсная база как основа раскрытия инновационного потенциала отечественной промышленности.

Именно сейчас наступает период, когда рост промышленного производства достиг положительных темпов в 7%, доля обрабатывающего сектора в общем объеме промышленности преодолела порог в 40% [1]. Крупные промышленные объекты находятся в фазе экономической устойчивости. При этом экономическая политика управления промышленными предприятиями должна основываться на мониторинге, оценке и прогнозировании экономической устойчивости и перспектив технологического развития, что предполагает непрерывный замкнутый цикл аналитической работы. Указанные функции способны в полной мере соответствовать современным вызовам евразийского партнерства через активную интеграционную политику, расширение технологического обмена, совместное финансирование технологических и инфраструктурных проектов, что в конечном итоге обеспечит устойчивое индустриально-инновационное развитие экономики (таблица 2, стр. 33).

Разумеется, ситуация на внешнем рынке представляет собой динамичную систему, однако умение анализировать кризисные явления и по возможности нивелировать их влияние – это залог выживания современных промышленных предприятий [8]. Поэтому использование аналитического инструментария при формировании экономической политики предприятий отраслей обрабатывающей промышленности на основе интеграции технологических ресурсов может стать фундаментом научно-технологического рывка, который так необходим в условиях создания открытой экономической системы.

Таблица 2 – Динамика показателей индустриально-инновационного развития Республики Казахстан за 2014–2016 гг., январь–декабрь 2017 г.

Показатель	Период				Вывод
	2014 г.	2015 г.	2016 г.	Январь–декабрь 2017 г.	
Индекс промышленного производства обрабатывающей промышленности в % к соответствующему периоду предыдущего года	101,1	100,2	100,6	105,1	Несмотря на вызовы мировой экономики, динамика показателя положительная, создается «подушка» экономической безопасности
Объем экспорта обрабатывающей промышленности, млн долларов США	18499,3	14051,2	12891,0	14011,9	Экспорт продукции в 2017 г. выравнялся с объемом 2015 г., несмотря на колебания валютного рынка
Рост стоимостного объема экспорта обрабатывающей промышленности в % к предыдущему году	94,3	76,0	91,7	122,1	Положительные темпы роста свойственны расширению рынка сбыта
Численность занятых в обрабатывающей промышленности, тыс. человек	536,3	552,6	568,2	573,1	Ежегодный прирост численности занятых в обрабатывающей промышленности
Производительность труда в обрабатывающей промышленности, тыс. долларов США / чел.	42,6	34,3	27,4	22,3	Снижение вследствие опережения динамики занятых на производстве над ростом объема выпуска в долларовом выражении
Инвестиции в основной капитал в обрабатывающую промышленность в % к соответствующему периоду предыдущего года	101,8	110,2	101,8	104,7	Четырехлетний прирост объема инвестиций в модернизацию производственных мощностей
Примечание – С использованием источника [7].					

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1 Послание Президента Республики Казахстан Н. Назарбаева народу Казахстана 10 января 2018 г. «Новые возможности развития в условиях четвертой промышленной революции»: http://www.akorda.kz/ru/addresses/addresses_of_president/poslanie-prezidenta-respubliki-kazahstan-n-nazarbaeva-narodu-kazahstana-10-yanvary-2018-g.

2 Miller A.Ye., Miller N.V., Davidenko L.M. Formation of Integrated Industrial Companies under Current Conditions // Asian Social Science. – 2015. – Vol. 11. – № 19. – P. 70–81. – DOI: 10.5539/ass.v11n19p70: <http://dx.doi.org/10.5539/ass.v11n19p70>.

3 Родина Л.А. Налогообложение как внешнеполитический и внешнеэкономический аспект национальной безопасности России: материалы конференций ГНИИ «НАЦРАЗВИТИЕ». – Санкт-Петербург, 2017. – С. 174–178.

4 Симонов С.Г., Эпп Л.В., Хаматханова М.А. Инновационные преобразования инфраструктуры потребительского рынка Республики Казахстан: детерминанты и приоритеты // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». – 2017. – № 2(58). – С. 165–175.

5 Шеломенцев А.Г., Фролова Е.Д., Фролова Е.А. Модели пространственного развития и формирование локальных систем промышленного типа в современной мировой экономике: раздел в коллективной монографии «Метаморфозы в пространственной организации мировой экономики в начале XXI века» – М.: ИД «Университетская книга», 2016. – С. 18–30.

6 Коласс Б. Управление финансовой деятельностью предприятия. Проблемы, концепции и методы: учеб. пособие: пер. с франц. / под ред. проф. Я.В. Соколова. – М.: Финансы, ЮНИТИ, 1997. – 576 с.

7 Показатели Государственной программы индустриально-инновационного развития Республики Казахстан за январь–декабрь 2017 г. Бюллетень Комитета по статистике Министерства национальной экономики Республики Казахстан: <http://stat.gov.kz>.

8 Миллер А.Е., Реутова Т.И. Исследование тенденций развития технико-технологических изменений // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». – 2017. – № 2(58). – С. 63–69.

Андапта

Қазақстан экономикасының тұрақты экономикалық өсуі өнеркәсіп, ғылыми-технологиялық сала, банк секторы, шағын және орта кәсіпкерліктің дамуымен байланысты. Шаруашылық құрылымдардың экономикасын кешенді басқару көшбасшылықтың жаһандық сын-тегеуріндеріне, жаһандық дағдарыс жағдайында тиімді басқаруға бағытталған. Негізгі сын-тегеуріндердің бірі ғалымдар мен жетекші ғылыми-зерттеу институттарының зерттеу тақырыбына айналатын технологиялық өсу болып табылады. Өндіріс тізбегі бойынша байланысты құрылымдық бөлімшелер мен жеке компаниялар сандық экономика элементтерімен бизнес-процесстерді ұйымдастыру міндеттерін шешеді. Ақпараттық технологиялар іргелес салалар мен ғылыми-зерттеу органы технологиялық интеграция жолы арқылы шикізат/өнімді қайта өңдеудің тереңдетілу үдерісін едәуір жеңілдетеді. Ұлттық экономика үшін сандандыру ірі салаларды жаңғыртуға, технологиялық интеграцияның басқару тетіктерін дамытуға байланысты. Өнеркәсіптік кәсіпорындар деңгейінде инновациялық және технологиялық дамуға, қаржылық тұрақтылықты нығайтуға және еңбек өнімділігіне сүйенетін аналитикалық құралдарды қолдану арқылы дағдарысқа қарсы арнайы бағдарламалар әзірленуде. Еуразиялық экономикалық одақ шеңберінде экономикалық өсудің маңызды шарты – өнеркәсіптік және ғылыми капиталдың технологиялық интеграция механизмдерін пайдалану. Қазақстан экономикасының қазіргі индустриалды-инновациялық дамуын талдау ауысуға барлық алғышарттардың қалыптасқанын көрсетеді.

Тірек сөздер: экономика, өнеркәсіп, тұрақты даму, технологиялық интеграция, инновациялық өсу.

Abstract

Sustained economic growth of Kazakhstan economy is connected with development of industry, scientific and technological spheres, banking sector, small and medium enterprise. Integrated management of economic structures is directed to global challenges of leadership, effective management in the conditions of world crisis. One of the main challenges is technological growth, which becomes the subject of research by scientists and leading research institutes. Structured divisions and separate companies linked by the production chain solve the tasks of organizing business processes with elements of the digital economy. Information technology greatly simplifies the process of deepening the processing of raw materials / products through the technological integration of related industries and the research environment. For the national economy, digitalization is associated with the modernization of the largest industries, the development of management mechanisms of technological integration. At the level of the industrial enterprises special programs of anti-crisis development with use of analytical instrument which rely on innovative and technological development, strengthening of financial stability, labor productivity are developed. An important condition of economy growth is use of mechanisms of technological integration with participation of the industrial and scientific capital of participants of the Eurasian Economic Union. The analysis of modern industrial-innovative development of Kazakhstan economy shows that all the prerequisites for this have been formed.

Key words: economy, industry, sustainable development, technological integration, innovative growth.

Е.С. БАЙТИЛЕНОВА,¹

К.Э.Н.

А.Н. НАРЕНОВА,¹

К.Э.Н.

А.У. АМИРОВА,²

К.Э.Н.

Таразский государственный
университет им. М.Х. Дулати.¹
Алматы Менеджмент Университет²

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ КАЗАХСТАНСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Аннотация

Реализация финансовой и инвестиционной стратегии, стратегии привлечения, аккумуляции и распределения финансовых ресурсов предполагает осуществление целенаправленного комплекса мероприятий. Очевидно, что процесс принятия инвестиционных решений направлен на достижение целей, относительно которых оценивается эффективность деятельности предприятия, в том числе и инвестиционной. Правильно сформулированные цели инвестиционных возможностей должны удовлетворять таким требованиям, как соответствие главной цели, ориентация на результат, измеримость, ясность, четкость, взаимосвязанность и гибкость. Все это в комплексе обеспечивает ясность понимания, создает четкую базу для оперативного контроля и последующей оценки уровня эффективности управленческих решений. При формировании инвестиционных возможностей на предприятии можно объединить различные цели в группы по соответствующим однородным признакам: требование по повышению эффективности финансово-инвестиционных возможностей, темпы экономического роста, регулирование производственно-экономического потенциала, улучшение качества, группа «инновационная деятельность». Составной частью инвестиционных возможностей является стратегия формирования и использования инвестиционных ресурсов, разработка которой обеспечивает финансирование инвестиционных возможностей в необходимых и достаточных объемах. Прогнозирование потребности в общем объеме инвестиционных ресурсов заключается в определении необходимого объема финансовых средств для реализации инвестиционных проектов. В процессе изучения возможностей формирования этих ресурсов рассматривается все многообразие возможных источников.

Ключевые слова: экономика, инвестиции, привлекательность, менеджмент, портфель, промышленность, предприятие.

К важнейшим функциям инвестиционного менеджмента относятся привлечение инвестиций и обеспечение инвестиционного процесса. Основным элементом этой деятельности является формирование инвестиционных возможностей, имеющих решающее значение для функционирования предприятий независимо от размеров, отраслевой принадлежности, организационно-правовой формы и других особенностей. Уровень развития инвестиционных возможностей предприятий зависит от инвестиционных особенностей государства, а на их формирование оказывают влияние факторы, сдерживающие инвестиционную активность экономики. Под инвестиционной политикой предприятий понимается общее руководство по выбору приоритетных направлений инвестиционных возможностей, способов и методов ее достижения через формирование и использование инвестиционных ресурсов [1].

Реализация финансовой и инвестиционной стратегии, стратегии привлечения, аккумуляции и распределения финансовых ресурсов, предполагает осуществление целенаправленного комплекса мероприятий. Очевидно, что процесс принятия инвестиционных решений направлен на достижение целей, относительно которых оценивается эффективность деятельности предприятия, в том числе и инвестиционной. Правильно сформулированные цели инвестиционных возможностей должны удовлетворять следующим требованиям: соответствие главной цели, ориентация на результат, измеримость, ясность, четкость, взаимосвязанность и гибкость. Все это в комплексе обеспечивает ясность понимания, создает четкую базу для оперативного контроля и последующей оценки уровня эффективности управленческих решений. При формировании инвестиционных возможностей предприятию можно объединить различные цели

в группы по соответствующим однородным признакам: требование по повышению эффективности финансово-инвестиционных возможностей, темпы экономического роста, регулирование производственно-экономического потенциала, улучшение качества, группа «инновационная деятельность».

Составной частью инвестиционных возможностей является стратегия формирования и использования инвестиционных ресурсов, разработка которой обеспечивает финансирование инвестиционных возможностей в необходимых и достаточных объемах. Прогнозирование потребности в общем объеме инвестиционных ресурсов заключается в определении необходимого объема финансовых средств для реализации инвестиционных проектов. В процессе изучения возможностей формирования этих ресурсов рассматривается все многообразие возможных источников. Инвестиционная деятельность организации осуществляется на рынке инвестиций, который, в свою очередь, распадается на ряд относительно самостоятельных сегментов, включая рынки объектов реального, финансового и инновационного инвестирования. Последний подразделяется на следующие составные части – рынок интеллектуальных инвестиций, рынок научно-технических инноваций. Именно эти два последних рынка представляют интерес для предприятия.

На практике принято различать два вида инвестиционной стратегии предприятия – пассивную и агрессивную. Целью пассивной, или выжидательной, стратегии является обеспечение получения стабильного и устойчивого дохода на уровне, близком к среднерыночному. При пассивной стратегии обычно используется метод «лестницы» или «метод штанги». Первый метод основан на покупке ценных бумаг различной срочности с равномерным их распределением в пределах выбранного срока инвестирования. Метод «штанги» означает, что подавляющая часть инвестиций направляется в очень краткосрочные ценные бумаги, обеспечивающие получение высокого дохода. Среднесрочные бумаги при таком методе составляют очень незначительную часть портфеля. Большое количество разнообразных видов ценных бумаг, появившихся на казахстанском рынке в последнее время, позволяет отечественным предприятиям применять эти методы при формировании собственных инвестиционных портфелей. Отличие «пассивных» портфелей казахстанских предприятий от аналогичных портфелей в компаниях других стран – в относительно более коротких сроках инвестирования.

Агрессивная стратегия направлена на максимальное использование возможностей получения дохода от рыночного колебания курсов и процентов. Такой стратегии могут придерживаться только крупные компании, имеющие значительный по объему инвестиционный портфель. Для успешного проведения агрессивной стратегии предприятие должно располагать серьезной аналитической базой, обеспечивающей проведение объективной оценки рынка и составление прогнозов его движения. Предпосылки для проведения агрессивной стратегии инвестирования создают неустойчивое состояние финансового рынка, резкое колебание курсов и процентов.

Государство, которое осуществляет инвестиционную деятельность, определяет инвестиционную политику и занимает особое место в системе инвестиционных возможностей, потому что только оно наделено политической властью и обладает способностью реализовать свою волю в нормативно-правовых и законодательных актах, регулирующих инвестиционные потоки, приоритетном финансировании и т.д.

Министерство по инвестициям и развитию Республики Казахстан – центральный исполнительный орган в составе правительства – осуществляет руководство в сфере индустрии, индустриально-инновационного и научно-технического развития страны. К компетенции министерства относится регулирование горно-металлургической, химической, фармацевтической, легкой отраслей, деревообрабатывающей и мебельной промышленности, строительной индустрии и производства строительных материалов, машиностроения, туристской деятельности и т.д. К тому же министерство занимается государственной поддержкой инвестиций, безопасностью машин и оборудования, безопасностью химической продукции в соответствии с отраслевой направленностью, созданием, функционированием и упразднением специальных экономических зон, экспортным контролем, техническим регулированием и обеспечением единства измерений, электроэнергетикой, минеральными удобрениями, за исключением углеводородного сырья и т.д. [2].

В Республике Казахстан сосредоточено 38% хромовой руды, 30% марганцевых руд, 6% железной руды, 1% бокситов мировых подтвержденных запасов. Запасы меди, свинца и цинка составляют соответственно 5,5% и 10,1% от мирового объема. Среди стран Содружества Независимых Государств удельный вес запасов хромитов составляет 97%, вольфрама – 60%, свинца и меди – 50%, бокситов – 30%, фосфоритов – 25%, железной руды – 15%.

В настоящее время Казахстан по производству титана занимает 2–3-е место в мире, цинка – 6-е, свинца – 6-е, меди – 10-е, меди – 15-е, хромитов – 2-е, урана – 5-е, серебра – 9-е.

В горно-металлургический комплекс РК входит более 70 предприятий и организаций, включающих национальные акционерные компании «Қазақстан түсті металдары», «Алтын алмас», НАК «Қазатомпром», государственные холдинговые компании («Қазақмыс», «Алтай ТМ», «Усть-Каменогорский титано-магниевого комбинат», «Ақсұңқар», «Қазсталь-холдинг», «Қайсар», «Қазметаллургремонт», республиканский концерн «Ертыс», корпорацию «Қазхром».

Размещение новых и модернизация действующих производств более высоких переделов в металлургии и металлообработке будут привязаны в первую очередь к:

- ♦ существующим предприятиям первичных переделов: производство стали (Қарағандинская область), титановых слитков (Восточно-Қазақстанская область), феррохрома (Ақтөбінская область), производство рельсов и проката (Павлодарская область), ферросилимарганец (Жамбылская область);

- ♦ производству специальных сталей (Қарағандинская и Қостанайская области);

- ♦ источникам дешевой электроэнергии: производство алюминия (Павлодарская область), катодной руды (Восточно-Қазақстанская область).

Рассмотрим нефтегазовую отрасль. Нефтедобыча является основной и наиболее динамично развивающейся отраслью экономики Республики Казахстан. Нефтяники обеспечивают значительную часть национального валового продукта, бюджетных доходов и валютных поступлений в страну. Перед нефтеперерабатывающей отраслью стоят задачи по наращиванию объемов и повышению качества производимых нефтепродуктов, производству востребованных на мировом рынке нефтехимических продуктов с высокой добавленной стоимостью, производству нефтехимического сырья для расширенного спектра нефтехимической продукции (строительные, упаковочные, облицовочные материалы, товары промышленные и бытового назначения и т.п.), обеспечению комплексной переработки углеводородного сырья, стимулированию строительства предприятий малого и среднего бизнеса в сфере дополнительной переработки базовой нефтехимической продукции и выпуска инновационной продукции с высокой добавленной стоимостью, созданию экологичного производства, уменьшению негативного воздействия на окружающую среду и т.д. Иностранные компании, занятые в данной отрасли, привлекают большие запасы нефти (11-е место) и газа (17-е место), которые находятся на территории Республики Казахстан [3].

К приоритетным отраслям также относится химическая промышленность, которая является одним из крупнейших поставщиков сырья, полуфабрикатов и материалов для других отраслей реального сектора экономики. Размещение новых иностранных предприятий, связанных проектами в области химической промышленности с начальными переделами, должно быть связано с привязкой к источникам сырья, имеющимся в регионах. Например, в Жамбылской, Ақтөбінской, Атырауской, Южно-Қазақстанской областях имеются азотные, фосфорные, калийные, комплексные минеральные удобрения. Более высокие переделы привязаны к имеющимся производственным мощностям, трудовым ресурсам, научно-технической базе и спросу со стороны населения и промышленных предприятий (спецхимикаты и потребительская химия – Павлодарская, Қарағандинская, Восточно-Қазақстанская области и г. Алматы). Перед фармацевтической отраслью стоит задача создания условий для импортозамещения фармацевтической и медицинской продукции на базе современных технологий в соответствии с международными стандартами GMP. Именно с этой целью привлекаются высококвалифицированные иностранные специалисты.

Реализация инновационных возможностей со стороны государства через соответствующие нормативно-законодательные акты по сути своей направлена на улучшение социально-экономического состояния общества в целом. Решение экономических проблем связано в первую очередь с социальными проблемами, поэтому инвестиционную политику, как считают некото-

рые специалисты, можно считать важнейшим направлением социально-экономической политики государства, позволяющим добиться поставленных целей посредством государственного управления финансовыми средствами независимо от источников их образования [4].

Государство играет ведущую роль в базовых отраслях промышленности, производстве военной и космической техники и других отраслях, обеспечивающих государственные нужды и национальную безопасность. Как собственник оно создает условия для стабильной хозяйственной деятельности государственных предприятий через систему государственных заказов, кредитование оборотных средств для предприятий, продукция которых имеет гарантированный сбыт, путем содействия продвижению товаров государственных предприятий на мировой и казахстанский рынок. В Казахстане принят ряд нормативных актов, которые стали основой для финансового регулирования инвестиционных возможностей республики.

Сказанное выше позволяет отметить, что стабильное и последовательное развитие любой экономической системы невозможно без серьезных эффективных капитальных вложений. Инвестиции выступают единственным реальным рычагом выхода из кризиса, базовым условием реформирования и реструктуризации экономики, перехода от затянувшейся депрессии к экономическому росту.

Именно пониманием этого вызваны предпринимаемые президентом Республики Казахстан Н. Назарбаевым и правительством страны шаги по активизации инвестиционных возможностей в стране. Центральное место в формировании инвестиционной политики принадлежит государству, экономическая роль которого заключается в формировании инвестиционной политики, разработке на ее основе общегосударственных планов развития и инвестиционных программ, выработке общегосударственных инвестиционных программ, индикативных планов развития на региональном, местном, межотраслевом уровнях, уровне отдельных предприятий, объединений, реализации инвестиционной политики и внедрении всей системы программ и планов в общественное воспроизводство. Эти три аспекта составляют органическое единство политики и экономики.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что, несмотря на активное развитие инвестиционных возможностей в стране, в сфере финансово-правового обеспечения и развития инвестиций и инвестиционных возможностей накопилось очень много проблем. Решение их, на наш взгляд, лежит в дальнейшей оптимизации, вопросах нормативного обеспечения и четкой оценки инвестиционной ситуации по каждому проекту или рынку. Поэтому важно, чтобы ученые и практики по-прежнему уделяли повышенное внимание вопросам оценки инвестиционной привлекательности нашей страны. Большую роль в этом аспекте может сыграть привлечение инвестиций не путем прямых вливаний или кредитования, а путем покупки доли в капитале казахстанских компаний, путем использования первичных и вторичных финансовых инструментов.

Изучение проблем инвестирования экономики в системе поиска новых инвестиционных возможностей казахстанских предприятий всегда находилось в центре внимания науки. Это связано с тем, что в системе воспроизводства инвестициям принадлежит базовая роль в возобновлении и увеличении производственных ресурсов, а следовательно, и в обеспечении высоких темпов экономического роста. Коренное реформирование экономики на сегодняшний день сопровождается серьезными проблемами. Несмотря на наличие достаточно крупного производственного потенциала, Казахстан еще не имеет целостной и эффективной системы национальных производительных сил. Исторически размещение на территории республики целых отраслей и предприятий диктовалось прежде всего интересами сырьевого и продовольственного обеспечения бывшего Советского Союза, реализации его ядерной и космической программ. В результате этого на сегодняшний день мы имеем экономику в виде набора предприятий, мало связанных между собой и не образующих воспроизводственной целостности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Лахметкина Н.И., Седаш Т.Н., Капранова Л.Д. Инвестиционный менеджмент. – М.: Кнорус, 2015.
- 2 <http://www.government.kz>.

3 <http://www.kazportal.kz>.

4 Государственная программа по форсированному индустриально-инновационному развитию Республики Казахстан на 2010–2014 годы: утв. Указом Президента Республики Казахстан № 958 19 марта 2010 г.

Аңдатпа

Қаржылық және инвестициялық стратегияны, қаржы ресурстарын тарту, жинақтау және тарату стратегиясын іске асыру, мақсатты іс-шаралар кешенін жүзеге асыруды көздейді. Инвестициялық шешімдерді қабылдау үдерісі кәсіпорынның, сондай-ақ инвестициялық қызметінің тиімділігін бағалау қатысты мақсаттарға қол жеткізуге бағытталған. Инвестициялық мүмкіндіктердің дұрыс тұжырымдалған міндеттері басты мақсат, нәтижелерге бағдарлау, өлшенетіндігі, анықтығы, дәлдігі, өзара байланысы және икемділігі секілді талаптарға сәйкес болуы тиіс. Осының бәрі түсінікті айқын етеді, операциялық бақылау және басқару шешімдерінің тиімділігін кейінгі бағалауға нақты негіз құрайды. Инвестициялық мүмкіндіктерді қалыптастыру кезінде кәсіпорын әр түрлі мақсаттарды бір біртекті сипаттамаларға сәйкес біріктіре алады: қаржылық және инвестициялық мүмкіндіктердің тиімділігін арттыру, экономикалық өсу қарқыны, өндірістік және экономикалық әлеуетті реттеу, сапаны жақсарту, «инновациялық белсенділік» тобы. Инвестициялық мүмкіндіктердің ажырамас бөлігі – бұл қажетті және жеткілікті көлемде инвестициялық мүмкіндіктерді қаржыландыруды қамтамасыз ететін инвестициялық ресурстарды қалыптастыру және пайдалану стратегиясы. Инвестициялық ресурстардың жалпы сомасына қажеттілікті болжау инвестициялық жобаларды іске асыру үшін қажетті қаржы ресурстарын анықтау болып табылады. Осы ресурстарды қалыптастыру мүмкіндігін зерделеу барысында ықтимал көздердің алуан түрлілігі қарастырылады.

Тірек сөздер: экономика, инвестиция, тартымдылық, менеджмент, портфель, өндіріс, кәсіпорын.

Abstract

The realization of the financial and investment strategy, the strategy of attracting, accumulating and distributing financial resources presupposes the implementation of a purposeful set of measures. It is obvious that the process of making investment decisions is aimed at achieving the goals, regarding which the efficiency of the enterprise's activity, including investment, is assessed. Well-formulated objectives of investment opportunities must meet such requirements as the correspondence of the main goal, the orientation to the result, measurability, clarity, interconnectedness and flexibility. All these factors provide clarity of understanding, create a clear basis for operational control and subsequent evaluation of the effectiveness of management decisions. When forming investment opportunities in an enterprise, it is possible to combine different goals into groups according to the corresponding homogeneous characteristics: the requirement to increase the efficiency of financial and investment opportunities, the rate of economic growth, the regulation of production and economic potential, improvement of quality, the group «innovation activity». An integral part of investment opportunities is the strategy of formation and use of investment resources, the development of which provides financing of investment opportunities in necessary and sufficient volumes. Forecasting the need for the total amount of investment resources is to determine the necessary amount of financial resources for the implementation of investment projects. In the process of studying the possibilities for the formation of these resources, the diversity of possible sources is considered.

Key words: economy, investment, attractiveness, management, portfolio, industry, enterprises.

Ұ.Б. ҚАБДУАЛИЕВ,¹
қаржы магистрі.
О.И. НАЗАРОВА,¹
аға оқытушы.
С.К. КУРМАНГАЗИНА,¹
қаржы магистрі.
Абай Мырзахметов атындағы
Көкшетау университеті¹

ҚАЗАҚСТАНДА ҚОЛАЙЛЫ ИНВЕСТИЦИЯЛЫҚ АХУАЛДЫ ҚҰРУДЫ БАҒАЛАУ

Аңдатпа

Еліміздің әлеуметтік-экономикалық жағдайы, макроэкономикалық көрсеткіштердің өсімі, тұрақты саяси жағдай инвестициялық ахуалды бағалауға негіз болып отыр. Қазіргі кезде Қазақстан Республикасы алдындағы міндеттер, алға қойған мақсат әлеуметтік бағыттағы жоғары тиімді экономиканы қалыптастыру әлемдік кеңістікте өз орнын табу, экономикалық тәуелсіздікті қамтамасыз ету, жоғары дәрежелі еңбек өнімділігіне жету, халық шаруашылығындағы құрылымда жоғары технологияны пайдалану, халықтың тұрмыс дәрежесін көтеру, аралас экономиканы қалыптастыру, инвестицияларды тарту, түрлі меншік иелеріне жол ашу, нарық орталықтарында тиімді заңға негізделген іскерлікке қол жеткізу. Бұл біздің болашақта дамыған мемлекеттердің қатарынан көрінуімізге тікелей жол ашады. Қазақстан Республикасы шетел инвестицияларының ағымын кеңейтуге көңіл бөлуде, бірақ инвестицияға бәсекелестік күресінің жоғары болуының салдарынан, инвесторлар өздерінің қаражаттарын қайда бағыттауын анықтау үшін, әрбір елдерді тереңдей зерттеуде және инвестиция қабылдаушы елдерге қатаң талаптарды қоя отырып, тәуекел деңгейін минимумға дейін жеткізуге тырысады. Инвестициялық ахуалды қазіргі таңда дұрыс бағалау, мемлекет экономикасының тұрақты даму шартында ішкі және сыртқы ресурстарды тартып, оны тиімді қолдануда атқаратын рөлі өте зор. Сонымен қатар, халықаралық аренада инвестициялық белсенділігімізді көрсетпек.

Тірек сөздер: инвестиция, бағалау, инвестициялық климат, экономикалық өсім, қауіп-қатер, белсенділік, тиімділік.

Қазақстан Республикасы Президентінің «Қазақстан–2050» стратегиясындағы ұзақ мерзімді кезеңдегі елдің дамуының басты басымдылықтарының бірі экономикалық өсу болып табылады. Экономикалық өсудің қазақстандық стратегиясы ашық нарықтық экономикаға, мемлекеттің белсенді рөлі мен мәнді шетелдік инвестицияны тартуға негізделген [1].

Президенті Н.Ә. Назарбаевтың «Қазақстан жаңа жаһандық нақты ахуалда: өсім, реформалар, даму» атты Қазақстан Халқына Жолдауының «Жаңа инвестициялық саясаттың негіздері» атты төртінші бөлімінде инвестициялық ахуалды жетілдіруге бағытталған реформаларды әрі қарай жалғастыру ЭЫДҰ және басқа да халықаралық қаржы институттарымен бірлесіп жүргізілуі тиіс. Үкіметке үш ай мерзім ішінде инвестициялық ахуалды жақсартудың егжей-тегжейлі жоспарын жасап ұсынуды тапсырамын. Бұдан бөлек, инвесторлармен жұмысты белсенді ете түсу үшін инвесторлар тарту мен инвестициялық ахуалды жақсартуға бағдарланған Үкімет кеңесін құруды тапсырамын. Өңірлерде жергілікті маңыздағы жобаларды жүзеге асыру үшін инвестициялар тартуға қажетті осындай кеңестер құру керек деп баса айтып кетті [2].

Сөзсіз, шетелдік инвестицияны тарту елдің экономикасы үшін маңызды стратегиялық мәні бар, бірақ олардың ағымы тек жағымды инвестициялық ахуал қамтамасыз етілген уақытта ғана мүмкін болады. Инвестициялық ахуал нарықтық реформалардың жетілгендік критериясы, елдегі әлеуметтік-экономикалық және саяси тұрақтылыққа, меншіктік құқықтарды сақтауда әлемдік ынтымақтастықтың сенімі болып табылады. Басқа жағынан, ұлттық экономиканы дамытуда шетел инвестицияларын қолдану әлемдік нарықтарға шығу мен әлемдік ынтымақтастыққа интеграциялану процесінің жылдамдатылуына жағдай жасайды.

Айта кету керек, инвестициялық ахуал жалпы айтқанда, мемлекеттен меншік иелерінің мүдделері мен құқықтарын қорғайтын белгілі бір құқықтық нормаларды (шарттар мен кепілдіктер) белгілеп беруді талап етеді. Және осы нормалар мемлекеттік инвестициялық саясатын

анықтайды, өйткені меншік әрдайым кез келген әлеуметтік-экономикалық жүйенің анықтаушы факторы болып табылады. Демек, бұл жерде инвесторға қолайлы жағдай туғызу қажеттілігі туындайды.

Мәселен, ҚР «Инвестициялар туралы» заңына сәйкес, инвестор басым салаларда инвестицияларды жүзеге асырған кезде келесі жеңілдіктерге ие болады. Материалдар мен шикізаттарды, құрал-саймандарды елге кіргізген кездегі баж салықтарынан босатылу, мемлекеттік заттай гранттар т.с.с. [3].

Әлемдік тәжірибеде инвестициялық ахуалды белгілі бір елге капитал салуы үшін қаншалықты жағымды жағдайлар жасалғанын бағалайтын инвестор есебіндегі капитал салу кезіндегі нақты қалыптасқан жағдайлардың жиынтығы деп түсінуге болады.

Толығымен алғанда инвестициялық ахуал түсінігі сыйымды және инвестициялық тәуекел деңгейі туралы шешімдер жасауға мүмкіндік беретін, өзіне идеология, саясат, экономикалық жағдай, мәдениет, әлеуметтік-экономикалық тұрақтылық және басқа да аспектілерді енгізеді. Инвестициялық ахуалға маңызды әсерді елдің халықаралық келісімдерге қатысуы, мемлекеттік басқару органдарының тұрақтылығы мен бірімәнділік қызметтері, экономикалық қызметке олардың араласу әдістері мен дәрежесі, мемлекеттік аппараттың тиімді жұмысы, шешімдерді қабылдау жылдамдылығы, экономикалық саясат жүргізудегі біртіндептілігі және т.с.с. факторлар әсерін тигізеді.

Инвестициялық ахуалдың негізгі компоненттері жұмысшы күшінің құны, жерді қолдану құқығы және тарихи ресурстарды қолдану мүмкіндігі, өндірістік және әлеуметтік-тұрмыстық инфрақұрылымдық даму деңгейі, салық салу жүйесі, валюталық заңнамалар болып табылады.

Осыған орай, инвестициялық ахуал келесідей факторлардың салыстырмалы бағаларымен негізделеді:

- ◆ елге капитал ағымын реттейтін, соның ішінде біріккен кәсіпкерлік сұрақтары бойынша заңдардың мінезі;
- ◆ табиғи шикізаттар қорының саны және оларды біріккен және шетел кәсіпорындарының қызметтерінде қолдану;
- ◆ өндірістік инфрақұрылымның даму дәрежесі, квалификациялық жұмыс күшінің саны;
- ◆ энергетикалық қамтамасыз етілуі және экономикалық резервтердің саны;
- ◆ ішкі шаруашылық механизм мінезі, жергілікті тауар өндірушілермен еркін нарықтық қатынастардың мүмкіндігі;
- ◆ жергілікті валютаның айналымдылығы, тапқан пайданы елден қатты валютада шығаруға кепілдік.

Инвестициялық ахуал, бірінші кезекте, елдегі саяси және макроэкономикалық жағдайлармен анықталады. Сәйкесінше, егер де елдегі инвестициялық ахуал жағымсыз болса, онда инвестор өзінің кәсіпкерлік тәуекелін жоғары деп есептейді, ол өз алдына шетел инвестициясын тарту бойынша қабылдаушы елдің шығындарының өсуіне алып келеді.

Қазақстанның инвестициялық ахуалына позитивті және негативті әсер ететін он негізгі факторлар берілген. Соңғы жылдары «ыстық нүкте» саны мен терроризмнің өсуін есепке ала отырып, рейтингке елдің қорғану мүмкінділігі жағдайы сияқты факторды енгізуді қажет етті (кесте 1, 2, б. 41).

Кесте 1 – Қазақстанда инвестициялық ахуалға жағымды әсер ететін факторлар рейтингісі

Факторлар	«-1-ден 1-ге дейінгі» белгісімен әсер ету бағалары
1. Экономикалық өсу дәрежесі	1
2. Президенттік билік ету формасы	1
3. Келісімдерді іске асыру мүмкіндіктері	0,8
4. Төлемдік баланс жағдайы	0,8
5. Жұмыс күшінің құны	0,8
6. Ішкі саяси тұрақтылық	0,64

1 кестенің жалғасы

7. Шетелдік инвестицияларды заңнамалық қамтамасыз ету	0,6
8. Ұзақмерзімді несиелердің саны	0,6
9. Қысқамерзімді несиелердің саны	0,6
10. Елдің қорғану мүмкіндігінің жағдайы	0,4

Сонымен қатар, инвестициялық ахуалға жағымсыз әсер ететін он фактор рейтингісі бар.

Кесте 2 – Қазақстанда инвестициялық ахуалға жағымсыз әсер ететін факторлардың рейтингісі

Факторлар	«-1-ден 1-ге дейінгі» белгісімен әсер ету бағалары
1. Мемлекеттік аппараттың бюрократиялық дәрежесі	-1
2. Паракорлық деңгейі	-1
3. Заңдардың тұрақсыздығы	-1
4. Экономикалық сфералардың монополиясы	-1
5. Қылмыстылық деңгейі	-1
6. Қоғамдық поляризация, әлеуметтік теңсіздік	-1
7. Соттық жүйенің тиімділігі	-0,83
8. Орталық пен аймақтар арасындағы қайшылықтар	-0,82
9. Экологиялық ситуация	-0,78
10. Сыртқы қарыз	-0,6

Инвестициялық ахуалға жағымсыз әсер ол, елімізде дұрыс қызмет ететін бағалы қағаздар нарығының жоқ екендігін атап көрсету керек, онда шетелдік қоржынды инвестицияны тарту үшін нақты негіз қалыптасар еді. Әлемдік капитал нарығында (олардың бірінші шығуы 2008 жылы желтоқсанда Амстердам қаласында болды) қазақстандық еврооблигациялардың сәттілі дебютіне қарамастан, ішкі қор нарығы дамымаған. Республиканың бағалы қағаздар нарығының анықталмағандығы, айқынсыздығы, сонымен қатысты үлкен тәуекелдердің болуы кезінде шетел инвесторы Қазақстанның бағалы қағаздарына ақшаларын салуды бәсеңдетуде [5]. Мысалы: АҚШ 1933 жылы «Құнды қағаздар туралы» заң қабылдады. Бұл заң арқылы инвесторлар құнды қағаздар шығарған мекеменің қаржы жағдайына немесе басқа да ақпараттарға қол жеткізе алады. Заңмен жалған және бұрмаланған ақпарат беруге тыйым салған.

Еліміз тәуелсіздік алғаннан бері шетел инвесторлары өз қаржыларын әртүрлі салаларға салып келеді. Жалпы ішкі өнімде инвестициялар деңгейі – 19% екенін ескерсек, еліміздегі инвестициялар деңгейін екі есеге дейін арттыру қажет. Қазіргі кезде инвестициялардың басым бөлігі (80% шамасында) негізінен айналымдылық қаражаттарға немесе қысқа мерзімді негізгі құралдарға бағытталуда. Елден сыртқа қарай капитал ағындарының басымдылығынан, кәсіпорындардың инвестициялық қызметін ынталандыру бірінші кезектегі басты мәселе болып отыр.

Инвестициялық қызметті ынталандыру мақсатында қолайлы ахуалды бағалау үшін келесі мәселелерді ұсынуға болады:

- ♦ салық салудан белгілі бір мерзімге дейін босату (табыс салығы, жер, жылжымайтын мүлікке);
- ♦ салық ставкалары, алымдар мен төлемдердің «тұрақтылығы»;
- ♦ инвесторлардың құжаттық рәсімдеуін оңтайландыру «бір терезе» қағидаты;

♦ инвесторлардың құқықтары мен мүдделерін қорғау мақсатында «инвестициялық омбудсмен» институтты енгізу.

Инвестиция құрылымында жыл сайын жеке қаражат есебінен капитал жұмсалымының салыстырмалы салмағы төмендеп келеді. Бұл еліміздегі инвестициялық климатқа тиімді әсер етеді.

Инвестициялық климат тиімділік көрсеткішімен және тәуекел дәрежесімен анықталады. Ол бес факторға әсер етуімен байланысты:

- ♦ аймақтың геосаяси жағдайы және оның табиғи-ресурсы әлеуеті;
- ♦ елдің өндірістік потенциалы және аймақтық тауарлық нарықтардың жағдайы;
- ♦ қаржылық инфрақұрылым дамуының деңгейі;
- ♦ салық саясаты;
- ♦ экономикадан тыс тәуекелдер [4].

Инвестициялық ахуалды жақсарту инвестицияларды шетелдіктердің ғана емес, отандық инвесторлардың да экономиканың нақты салаларына салуын тиімді ететін шетелдік капиталдың құйылуына да, сондай-ақ ішкі капиталдың шетелге кетуін болдырмауына да жәрдемін тигізетіндей іскер ортаны қалыптастыруды талап етеді. Бұл үшін нормативтік-құқықтық базаны, салықтық және кеден режимдерін, жұмыс күші нарығын, жер және жылжымайтын мүлік нарығын, көлік және коммуникациялар нарығын, банк және қаржы қызмет көрсетулер нарығын одан әрі дамыту қажет.

Елімізде заңнамалық, нормативтік-құқықтық, әкімшілік-ұйымдастырушылық, кедендік іс-әрекетін ретке келтіру және жетілдіру, орын алған мәселелерді уақытылы шешу, дамудың жаңа бағытын ұстану арқылы еліміздің инвестициялық ахуалын жетілдіріп қана қоймай, бұдан әрі дамыта аламыз деген нәтижеге келеміз.

ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1 «Қазақстан–2050» Стратегиясы қалыптасқан мемлекеттің жаңа саяси бағыты. Қазақстан Республикасы Президент – Елбасы Н.Ә. Назарбаевтың Қазақстан Халқына Жолдауы: <http://gamshy.kz>. – 2012 ж., 14 желтоқсан.

2 Президенті Н.Ә. Назарбаевтың «Қазақстан жаңа жаһандық нақты ахуалда: өсім, реформалар, даму» атты Қазақстан Халқына Жолдауы: <http://www.inform.kz>. – 2015 ж., 30 қараша.

3 ҚР «Инвестициялар туралы» Заңы 08.01.2003 ж.

4 Доскеева Д.Ж., Мейманкулова Ж.Ж. Қазақстан Республикасы аймақтарының инвестициялық климаты және оны жақсарту жолдары // «Тұран» университетінің хабаршысы ғылыми журнал. – 2015. – № 4(67). – Б. 15–19.

5 www.bigox.kz/kazakhstan.

Аннотация

Социально-экономическое положение страны, рост макроэкономических показателей, стабильное политическое положение являются основой для оценки инвестиционного положения. В настоящее время задачами Республики Казахстан являются формирование эффективной экономики в социальном направлении, обретение своего места в мире, обеспечение экономической независимости, достижение трудовой производительности высокой степени, использование высоких технологий в структуре народного хозяйства, поднятие бытового положения народа, формирование смешанной экономики, привлечение инвестиций, оказание поддержки различным собственникам имущества, достижение партнерства, основанного на законе в рыночных центрах. Это в будущем способствует нашему вступлению в число развитых государств. Республика Казахстан обращает внимание на расширение потоков зарубежных инвестиций, однако из-за того, что конкурентная борьба за инвестиции является высокой, инвесторы внимательно изучают каждую страну и предъявляют высокие требования к тем странам, в которые планируют вложить инвестиции, стараясь достичь минимального риска. На сегодняшний день правильная оценка инвестиционного положения, привлечение внутренних и внешних ресурсов в условиях стабильного развития экономики страны играют важную роль в ее эффективном использовании, к тому же показывают нашу инвестиционную активность в мировой арене.

Ключевые слова: инвестиции, оценка, инвестиционный климат, экономический рост, риск, активность, эффективность.

Abstract

The socio-economic situation of the country, the growth of macroeconomic indicators, and a stable political situation are the basis for assessing investment provisions. At present, the tasks of the Republic of Kazakhstan are the development of effective economy in the social direction, finding its place in the world, ensuring economic independence, achieving high-level labor productivity, using high technology in the structure of the national economy, raising the people's livelihood, forming a mixed economy, providing support to various property owners, achieving a partnership based on the law in market centers. This helps our entry into the numbers of developed countries in the future. The Republic of Kazakhstan draws attention to the expansion of foreign investment flows, however, due to the fact that the competitive struggle for investment is high, investors carefully study each country and put high demands on countries that invest in trying to reach a minimum risk in order to determine where to put their investments. To date, a correct assessment of the investment situation, the attraction of domestic and external resources in the conditions of stable development of the country's economy play an important role in its effective use, and also show our investment activity in the world arena.

Key words: investments, assessment, investment climate, economic growth, risk, activeness, efficiency.

ЭКОНОМИКАНЫҢ ЖАҢА ИНВЕСТИЦИЯЛЫҚ ӘЛЕУЕТІНІҢ ЖҮЙЕСІНДЕГІ НАҚТЫ СЕКТОР

Андатпа

Мақалада инвестициялық орта әлеуеті ерекше реттеуші объектісі ретінде қарастырылған. Экономикалық жүйенің тұрақты дамуының маңызды факторы тиімді инвестициялық модель болып табылады. Бұл модель ауқымды болған сайын, экономиканың инвестициялық ресурстағы сұранысын қамтуды және өз бағыттары бойынша құрылымды болған сайын маңызды әлеуметтік-экономикалық міндеттерді шешу мүмкіндігі жоғары. Осының бәрін ескере отырып, дамып келе жатқан қоғамдағы іскерлік белсенділікті жоғарылатуға, екінші жағынан оның модернизациясының маңызды құрамдас бөліктерін, әсіресе инновациялықты интенсивтілігін күшейтуге мүмкіндік береді. Жалпы инвестициялық модель экономикалық құрылымдары дамыған бәсекеге қабілетті экономикаға жол болып табылады. Осыған орай макро-, салалық және аймақтық деңгейде Қазақстан экономикасының инвестициялық әлеуетін қалыптастыру және қолданумен байланысты мәселелер кешенін бөліп көрсетілген. Ол инвестициялық әлеуетті құрылымдау үрдісін бөлуге және оны реттеу тетігінің маңызды компоненттерін анықтауға мүмкіндік берді. Мақалада Қазақстан экономикасы инвестициялық әлеуетінің қазіргі жағдайы баяндалған. Автор көптеген нақты мәліметтерді қолдана отырып, оның ұйымдастырушылық-экономикалық параметрлерін зерттеген. Бұл жерде инвестициялық аядағы құрылымдық өзгерістерге, оның инвестициялық негіздерін жаңартуға маңызды әлеуметтік-экономикалық міндеттерді шешу үшін қажетті инвестициялық ресурстарды қалыптастыратын инвестициялық ағымдардағы сәйкес өзгерістерге көңіл бөлінген.

Тірек сөздер: инвестиция, қаржылық капитал, лизингтік операциялар, акциялар, халықаралық стандарт, акционерлік капитал, несие.

Экономиканың нақты секторындағы инвестициялық сфера, әсіресе өндірістің техникалық дамуы шаруашылық қызметтің қатысушысы ретінде әлі де артта қалып келеді. Шаруашылық субъектілердің өздерінің жеке жинақтауына негізделген, инвестицияны қаржыландырудың көздерін іздестіру мен реттеу арқылы басқа да аспектілері – ұзақ мерзімді қаражат салымына тұрақты ынталандырушы механизмді құру, өндірістік аппаратты жаңарту да шаруашылық субъектілердің әрдайым қажеттілігін көрсететін және инвестицияға бейімделген қолайлы нарықтық ортаны қалыптастыру [1].

Бүгінгі күндегі өзектілігі жоғары мәселелердің бірі экономиканың нақты секторына қажетті уақытша бос ресурстарды іздестіру және тарту болып табылады. Бұл міндетті шешу экономиканың нақты секторында жаппай инвестициялық үдерістерді іске асыру нәтижесінде болуы мүмкін. Кез-келген басқа үдерістер сияқты инвестициялық үдеріс басқарылатын үдеріс болып саналады.

Еліміздегі ұлғаймалы ұдайы өндіріс циклінің мүмкіндіктері мен қазіргі жағдайының ерекшеліктерін ескере отырып, экономиканың нақты секторына инвестиция салудың мүмкін болатын келесідей альтернативті нұсқаларын бөліп көрсетуге болады.

1. Өз қызметін іске асыру барысында алынған оң ресурстық ағымдарды өндіріске қайта инвестициялау.

2. Қажетті өндірістік қорларды сатып алу үшін қарыздық немесе үлестік әдістер арқылы ресурстарды тарту. Инвестициялаудың осы технологиясы шеңберінде шетелдік инвестицияларды тарту мен мемлекеттік несиелеуді де бөліп көрсетуге болады.

3. Жаңа, неғұрлым жетілдірілген өндірістік қорларды өндіруді жүзеге асыру үшін жалды (аренда) пайдалану.

4. Лизингтік операциялар, инвестициялық салықтық несие, өндірістік ипотека сияқты ерекше инвестициялық процедураларды қолдану.

Осы аталғандардың әрқайсысында кем дегенде екі субъектінің ара-қатынастары көрінеді, яғни қаражаттарды алушы (инвестициялау объектісінің «тұлғасы») және өз ресурстарын ұсынушы (инвестор). Осы қатынастарды іске асыру кезінде әрбір субъекті өзінің алдына қойылған міндеттерін шешуге ұмтылады. Ол міндеттер бір-бірімен өзара байланысты болады: біріншісі – өндірістік үдеріске қосу үшін қосымша ресурстарды тарту сұрақтарын шешу, екіншісі – уақытша бос ресурстарын беру арқылы белгілі бір табыс алу. Бұл жерде берілген ресурстардың қайтарылуы және алынатын табыстың көлемі бірінші субъектінің өз міндеттерін шешу жетістігіне байланысты болатынын айта кеткен жөн.

Экономиканың нақты секторына инвестиция салудың жоғарыда аталған альтернативті нұсқаларына жеке-жеке тоқталайық.

1. Ұсынылып отырған бірінші технология, яғни меншікті қаражаттарды пайдалану кезінде ақша қаражаттарын алушы мен инвестор – бір тұлға болып табылады. Ол алынған ресурстарды (өндіріске қайтадан салынған) пайдалану тиімділігінің ең жақсы көрсеткіштеріне қол жеткізуге қызығушылық танытады.

Айта кететін бір жайт, инвестициялық ресурстардың бұл көзі қол жетімділігімен сипатталады және шаруашылық субъектісін оны пайдалану арқылы ең жоғарғы экономикалық тиімділікке қол жеткізуге бағыттайды. Ұйымның меншікті қаражаттарын қолдану кезінде активтерге бақылау жасауды жоғалту тәуекелділігінің деңгейі, әдетте төмен болады.

Ұйымдардың өз өндірісіне сала алатын меншікті қаражаттарының көлемі мынандай көздер есебінен қалыптасады:

- ◆ амортизация;
- ◆ ұйым пайдасы.

Халықтың өмір сүру деңгейінің төмендеуі, жалпы экономикалық тоқырау, шетелдік нарықтардың әсер етуі сияқты бірқатар себептердің әсерінен инвестициялаудың осы көздерінің әлеуетті сыйымдылығы өте төмен.

2. Үлестік қатысу технологиясының көмегімен қосымша ресурстарды тарту әдісі (ұйымның айналысқа құнды қағаздарды шығаруы) ұйымды қаражаттарды пайдаланудан жоғары экономикалық тиімділік алуға бағыттайды. Өйткені, инвесторлар үшін құнды қағаздарды сатып алуға ынталандырушы мотивтердің бірі олардың табыстылығы болып табылады. Бұл көзді пайдалану арқылы болашақта жоғары табыстылыққа қол жеткізуге болады. Үлестік қатысу арқылы тікелей инвестициялаудың тәуекелділігі өте жоғары, себебі бүгінгі күні инвесторлардың көбі тікелей немесе стратегиялық инвестициялауға қарағанда спекулятивті инвестициялауға көбірек ұмтылады. Сонымен бірге, үлестік қатысу арқылы инвестициялау технологиясын жүзеге асыру кезінде кәсіпорын тарапынан сол кәсіпорын қызметіне бақылау жүргізу қауіпі жоғары болады. Бұндай қауіпті азайту үшін ұйымның акционерлік капиталының құрылымында акциялар пакетін ірі ұстаушалардың жоқ болуын қамтамасыз ету бойынша шараларды қолдану керек. Бірақ акционерлік капиталды қалыптастыру бойынша осындай шектеулер қызығушылық танытқан инвесторларды «қорқытуы» мүмкін.

Инвестициялық үдерісті белсендіру әдістерінің бірі ретінде шетелдік инвестицияларды қолдану мүмкіндіктерін қарастыру кезінде шетелдік инвесторлардың іс-әрекеттері отандық инвесторлардың қызметтеріне ұқсас екендігіне көңіл аудару қажет. Елдің инвестициялық ахуалын жақсарту арқылы экономикаға тікелей инвестицияларды тартудың болашағы зор. Бұл шетелдік инвесторлар тарапынан қойылатын бірқатар талаптардан көрінеді:

- ◆ салықтық жеңілдіктер беру;
- ◆ қазақстандық бухгалтерлік есепті халықаралық стандарттарға сәйкес жүргізу бойынша жұмыстарды одан әрі жалғастыру. Бұл әлеуетті инвесторларды қазақстандық кәсіпорындармен серіктестік қатынастар орнату кезінде олардың баланстық көрсеткіштері мен қызметтерін неғұрлым шындыққа сай бағалауға мүмкіндіктер береді;
- ◆ шетелдік инвесторлардың қызметтерін реттейтін заң жобаларын қабылдау (қазақстандағы шетелдік инвесторлардың қызметтерін сақтандыру және кепілдеме беру).

Қазіргі жағдайда шаруашылық субъектілері үшін мемлекеттік күрделі салымдар технологиясын пайдалану бастапқыда ең тартымды көздердің бірі болып табылады. Себебі, бұл көздің әлеуетті сыйымдылығы өте жоғары, оған деген қол жетімділік әдетте экономикалық

емес факторлармен реттеледі. Күрделі салымдардың экономикалық тиімділігін қамтамасыз ету туралы жұмыстар ақша қаражаттарын алушы шаруашылық субъектісіне емес қаржыландырушы мемлекеттік басқару органына жүктеледі. Бірақ бұл жағдай инвестициялаудың негізгі тетіктерін құру және іске асыру жүйесіне әсерін тигізеді. Бюджеттік ресурстарды пайдаланбай мемлекеттік инвестициялық қор құру мақсатында қазақстандық үкімет әліде болса Батыстан ақша қаражаттарын қарызға алуға ұмтылады. Ал инвестициялық жобалардың тиімділіктеріне қарамастан шетелдік инвесторлардан алынған қарыздарды қайтару міндеті үкіметке артылатынын ұмытпау қажет. Сөйтіп, мемлекет өнеркәсіпті қажетті ресурстармен қамтамасыз ету үшін қайтарудың кепілдендірілген көздері жоқ сыртқы қарыздарды көбейтуге мәжбүр болады [2].

Нақты секторға қарыздық инвестициялау технологиясын пайдалану кезінде экономиканың несиелік секторының мүмкіндіктері туралы ғана айтып қоймай, сонымен бірге әлеуетті қарыз алушылар тұрғысынан да қарастыру қажет. Бүгінгі күні банктер өздерінің несиелік ресурстарын экономиканың нақты секторына бағыттауға қызығушылық танытпай отыр. Бұны еліміздегі қаржылық жағдайы жақсы кәсіпорындардың банктік сектордан бөлек жұмыс істеп жатқаны куәландырады. Соған байланысты өз қызметін өнеркәсіптік кәсіпорындарды несиелеуге бағыттап жұмыс істеп отырған коммерциялық банктерді мынадай топтарға бөлуге болады:

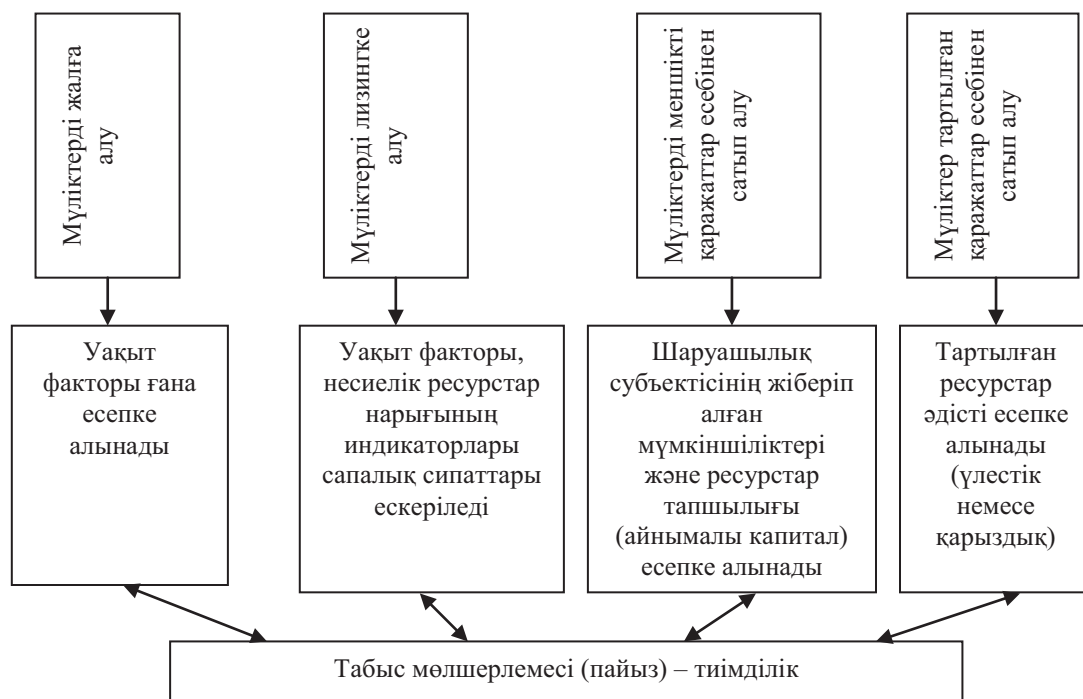
- ◆ қаржы-өнеркәсіп топтарының құрамындағы банктер сол топқа кіретін кәсіпорындар мен ұйымдарды несиелеуді жүзеге асырады;
- ◆ экономиканы белгілі-бір саласындағы кәсіпорындарға (орман шаруашылығы, мұнай, газ, электр өнеркәсіптері) несиелік қызмет көрсету үшін құрылған банктер;
- ◆ өз шешімдерін орындату үшін жеке кәсіпорындардың құрған банктері.

Бұндай банктер өз кәсіпорындарына олардың несиелік қабілеттіліктерін ескермей несиелер берумен айналысады. Оларды нақты инвестор ретінде қараудың ешқандай мәні жоқ, өйткені олардың қызметтері нарықтық тетіктермен реттелмейді және олар сыртқы құрылымның сипаттары бар «ішкі» элемент ретінде қызмет етеді. Банктердің өнеркәсіптік кәсіпорындарға деген қызығушылықтарының жылдан жылға артуына қарамастан күрделі салымдарды несиелеудегі олардың рөлі төмен болып отыр. Оны қаржыландырудың неғұрлым тиімді көздерін анықтау үшін өнеркәсіптік кәсіпорындардың жасаған бағалауы куәландырады. Барлық кәсіпорындардың жалпы санының әрбір бесіншісі ғана банктік несиені қаржыландырудың мүмкін болатын көзі деп санайды [3].

3. Экономиканың нақты секторын инвестициялаудың мүмкін болатын әдістерінің бірі ретінде жал технологиясын қарастыру кезінде ең алдымен оның келесідей сипаттамаларын көрсетейік. Біріншіден, бұл өндірістік қорларды пайдаланудың уақытша сипаты. Нәтижесінде шаруашылық субъектісі жал келісім шартының мерзімі аяқталғаннан кейін өндірістік қорды оның иесіне (жалға берушіге) қайтарады. Бұл жағдай дамудың жаңа сапалық деңгейіне өту үшін қажетті өндірістік әлеуетті қалыптастыруға мүмкіндіктер бермейді. Бірақ кейбір жағдайларда жалдық келісім шарт мерзімі аяқталғаннан кейін сол құрылғыны (негізгі құралды) сатып алуға болатынын ескерген жөн. Екіншіден, жал объектісін ұстау және оны пайдаланғаны үшін қосымша төлемдер төленеді. Үшіншіден, ФТП жеделдеуі әсерінен өндірістік қорлардың моралдық жағынан тез тозуына байланысты инвесторда өзінің өндірістік қорларын жаңартуға (жал объектісін ауыстыруға) деген объективті қажеттілік пайда болады. Осы процедураны пайдаланудың мақсаттылығын дәлелдейтін маңызды факторлардың бірі технологияны іске асыру кезінде ұлғаймалы ұдайы өндіріс циклының негізгі элементтерінің қатысу шарттарының орындалмауы болып табылады. Соған байланысты жоғарыда көрсетілген міндеттерді шешу үшін ерекше инвестициялық процедураларды қолданудың объективті қажеттілігі туады. Қазіргі кезде неғұрлым тартымды технологиялардың бірі лизинг болып саналады. Инвестициялық әлеуетті дамытудың қазіргі кезеңінде лизинг неғұрлым маңызды процедуралардың бірі бола отырып, бір бірімен өзара байланысты екі көзқарасты қолдану нәтижелерінде көрінеді.

Бірінші көзқарас ұсынылып отырған нұсқаның тиімділік көрсеткіштерімен негізделеді. Бұл көзқарас өзінің өндірісін жартылай немесе толық жаңарту есебінен өзінің әлеуетін жоғарлатуға ұмтылған шаруашылық субъектісімен бірге жоғарыдағы ұсынылған альтернативті нұсқалардың ішінен таңдауды жүзеге асыратын және өз ресурстарын белгілі бір тәуекелділікке бара

отырып беретін субъектілердің жүзеге асыратын операцияларының инвестициялық аспектісін көрсетеді. Бұл ұсынылған альтернативті нұсқаларды іске асырудың табыстылық және шығындылық ағымдарын салыстыруға мүмкіндіктер береді. Оны сурет – 1 түрінде көрсетуге болады.



Сурет 1 – Экономиканың нақты секторын инвестициялаудың мүмкін болатын альтернативті нұсқаларын іске асыру кезінде әсер ететін факторлар

Ескертпе – Құрастырған авторлар.

Елімізде нарықтық қатынастарға негізделген мүлдем жаңа менеджерлер класы пайда болды. Бірақ осы аталғандардың барлығы қазақстандық экономиканың инвестициялық тартымдылығын жоғарылатуға жеткілікті түрде әсер етіп отырған жоқ. Қазақстанды әлемдік деңгейде болашақта күшті бәсекелес ел болуы мүмкін деп қабылдауда. Бірақ бүгінгі күні нақты инвестициялар ағымына жоғары тәуекелдердің болуы кері әсер етуде. Осы жерде мәселенің негізгі көзі – отандық бизнестің жағдайы болып отыр. Қазақстанға қаржылық капиталмен бірге корпоративтік басқаруды реформалау мақсатымен батыстық тәжірибені пайдаланатын интеллектуалдық капитал да қажет. Көптеген қазақстандық компанияларда осы жағдайдың нашар болуына байланысты инвесторлар оларға өздерінің қаражаттарын салуға шешім қабылдай алмайды. Инвесторлар үшін әлі де болса қаржылық алып-сату алаңында ойнау неғұрлым тартымды сала болып отыр.

ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

- 1 Айтжанова Д., Дуйсен Г. Особенности развития кластерного потенциала в условиях модернизации национальной экономики // Экономика и статистика. – 2015. – № 3. – С. 8–12.
- 2 Инвестиционно-финансовый портфель (Книга инвестиционного менеджера. Книга финансового менеджера. Книга финансового посредника) / отв. ред. Рубин Ю.Б., Солдаткин В.И. – М.: СОМИНТЭК, 2014.
- 3 Ихданов Ж. Проблемы государственного регулирования экономики в условиях глобализации // Национальная экономика в условиях глобализации: материалы международного научного симпозиума. – Алматы: Экономика, 2015.

Аннотация

В статье потенциал инвестиционной среды рассматривается как особый регулирующий объект. Важным фактором устойчивого развития экономической системы является эффективная инвестиционная модель. Чем объемнее данная модель и сложнее ее структура по различным направлениям, тем выше ее возможности решения социально-экономических задач. Развитие инвестиционных процессов позволяет активизировать бизнес в обществе, повысить интенсивность составных частей его модернизации, в частности, инноваций. В целом инвестиционная модель направлена на формирование конкурентоспособной экономики с развитыми экономическими структурами. В этой связи комплексно рассмотрены вопросы по формированию и использованию инвестиционного потенциала экономики Казахстана на макро-, региональном и отраслевом уровнях. Это позволило распределить процесс структуризации инвестиционного потенциала и определить важные компоненты механизма его регулирования. В статье описано современное состояние инвестиционного потенциала экономики Казахстана. Используя различные фактологические материалы, автором исследованы его организационно-экономические параметры, рассмотрены изменения инвестиционных потоков, формирующих необходимые инвестиционные ресурсы для решения важнейших социально-экономических задач, направленных на модернизацию инвестиционных основ экономических структур.

Ключевые слова: инвестиции, финансовый капитал, лизинговые операции, акции, международные стандарты, акционерный капитал, кредит.

Abstract

The article describes the potential of the investment environment as a special regulatory entity. An effective investment model is an important factor in the sustainable development of the economic system. If the given model is larger and more complex in its structure in different directions then its possibilities are higher for solving social and economic problems. The development of investment processes makes it possible to intensify business in the society, to increase the intensity of the components of its modernization, in particular innovations. In general, the investment model is aimed at the formation of a competitive economy with developed economic structures. In this regard, issues on the formation and use of the investment potential of the economy of Kazakhstan at the macro, regional and sectoral levels are considered in a comprehensive manner. This allowed to distribute the process of structuring investment potential and identify important components of the mechanism for its regulation. The article also describes the current state of the investment potential of Kazakhstan's economy. Using various factual materials, the author investigated its organizational and economic parameters that form the necessary investment resources for solving the most important social and economic problems aimed at modernizing the investment foundations of economic structures.

Key words: investment, financial capital, leasing operations, shares, international standards, capital stock, credit.

Г.Ж. НУРМУХАНОВА,¹

д.э.н., профессор.

Ж.К. АЛТАЙБАЕВА,²

к.э.н.

Р.К. АЛИМХАНОВА,²

магистр экономических наук.

Университет «Туран».¹

Инновационный Евразийский

университет (г. Павлодар)²

ИНВЕСТИРОВАНИЕ В РАЗВИТИЕ РЕКРЕАЦИОННЫХ ТЕРРИТОРИЙ В ПАВЛОДАРСКОЙ ОБЛАСТИ

Аннотация

В статье рассмотрена реализуемая инвестиционная политика по развитию рекреационной сферы в Республике Казахстан на примере особо охраняемых природных территорий Павлодарской области. Авторами определены проблемы инвестирования в развитие рекреационных территорий и предложены возможные пути их решения на основе соотношения интересов общества, государства, инвесторов и потребителей рекреационных услуг. По мнению авторов, потенциал рекреационного комплекса используется частично и с малой отдачей для экономики и общества в целом. Комплексное развитие территории должно осуществляться под контролем и с участием государства, наряду с привлечением внебюджетных источников финансирования. Цель рассматриваемого исследования заключается в определении путей обеспечения активизации инвестирования в развитие рекреаций при обязательном условии сохранения природного потенциала территории. Объектом исследования выступает инвестиционная деятельность в рекреационной сфере в Республике Казахстан на примере особо охраняемых природных территорий Павлодарской области. В статье исследованы возможности развития рекреационных территорий на основе активизации инвестиционной деятельности.

Ключевые слова: рекреационная территория, потенциал, проблемы, инвестиции, рекреационная деятельность, рекреант.

Осознание обществом взаимосвязей в эколого-экономических системах требует разработки экономической модели развития производительных сил, основанной на принципах экологической сбалансированности и устойчивости. Такая модель экономического развития учитывает особенности природы, развитие рекреационных территорий в каждом регионе страны.

Важнейшим приоритетным условием развития рекреационной территории является адекватное инвестиционное обеспечение, формирование инфраструктуры и механизмов инвестиционного обеспечения. Устойчивое развитие территориальных рекреационных комплексов является важной составляющей повышения уровня инвестиционной привлекательности. Развитие рекреационной деятельности предполагает привлечение всего возможного спектра источников инвестиций при допустимых условиях инвестирования и формирования инвестиционных ресурсов. Недостаточное внимание к инвестированию рекреационной сферы в регионах снижает его положительное воздействие на развитие экономики региона, не позволяет сформировать условия для увеличения объемов инвестиционных ресурсов, направляемых в рекреационную деятельность. Рекреационная деятельность – это деятельность людей, ориентированная на восстановление собственных сил в соответствии со стандартами своей социокультурной системы [1]. Многие авторы считают синонимами термины «отдых», «рекреация», «туризм» [2, 3].

Отсутствие цивилизованных подходов к инвестированию объектов рекреации в Павлодарской области объясняет сохранение экстенсивных, малоэффективных методов использования рекреационного потенциала Баянаульского национального природного парка, лечебных грязей озера Муялды и других рекреационных объектов региона. В 2016 г. объем привлеченных в Баянаульский район инвестиций сократился почти в 2 раза по сравнению с 2013 г. Объемы инвестиций в развитие территории Баянаульского района представлены в таблице 1 (стр. 51).

Таблица 1 – Основные показатели инновационной и инвестиционной деятельности Баянаульского района

Наименование показателя	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Доля инновационно активных предприятий от числа действующих предприятий, %	–	–	–	–
Объем произведенной и реализованной инновационной продукции, млн тенге	0	0	0	0
Инвестиции в основной капитал, млн тенге	5588,0	8617,0	2929,3	3082,4
ИФО (индекс физического объема) инвестиций в основной капитал, %	137,5	146,2	32,9	115,7
Примечание – Составлено авторами по данным Программы развития территории Баянаульского района на 2016–2020 годы.				

Уменьшение инвестиций в течение четырех лет произошло из-за сокращения финансирования из республиканского бюджета (53,6% к уровню 2013 г.), местного бюджета (28,7%). В структуре источников финансирования инвестиций доминируют собственные средства предприятий. За 2013–2016 гг. доля собственных средств предприятий и населения в общем объеме вложений увеличилась с 54,3% до 66,6%, бюджетных инвестиций – уменьшилась с 34,4% до 33,4%. Заемный капитал в 2013 г. составил 11,2%, а в 2016 г. отсутствует. В 2013–2016 гг. наиболее крупные инвестиции были направлены на реализацию проектов по модернизации действующих предприятий, а также на строительство социальных объектов. За 2016 г. в основной капитал района инвестировано 3082,4 млн тенге (ИФО – 115,7%), из них более 1700,0 млн тенге (55,1%) – на строительство дома отдыха и гостиницы в зоне отдыха Жасыбай, остальное – бюджетные инвестиции (строительство мостов на республиканской трассе (села Бирик и Караши).

За 2013–2016 гг. увеличился объем туристских услуг (гостиницы, дома отдыха). Объем оказанных услуг по размещению туристов в 2016 г. составил 376 806,4 тыс. тенге. Это больше на 23,4% по сравнению с 2016 г. [4]. Увеличение количества посетителей за 4 года произошло за счет увеличения внутреннего туризма. В 2016 г. территорию национального парка посетили 153 778 туристов. 118 412 посетителей территории национального парка не пользовались услугами по размещению [5]. К основным недостаткам Баянаульской рекреации можно отнести недостаточность электроснабжения из-за увеличения количества мест размещения; низкий уровень профессионализма в туристском бизнесе, несоответствие качества и уровня обслуживания ценам на предоставляемые услуги; недостаточность развития туристской и транспортной инфраструктуры, неблагоприятные погодные условия; недостаточный уровень благоустройства рекреационных зон; проблема санитарного состояния мест отдыха.

В бюджете национального парка не предусмотрены мероприятия по восстановлению нарушенных природных комплексов и объектов, разработке и внедрению научных методов сохранения природных комплексов в условиях целевого использования особо охраняемых природных территорий (далее – ООПТ). Практически весь бюджет расходуется на оплату труда и социальные отчисления. Эти расходы в совокупности составляют почти 90%. В 2017 г. было запланировано снижение расходов на 1690,0 млн тенге [6]. Уменьшение расходов запланировано в основном за счет снижения расходов на оплату труда.

Современные требования к рекреационному бизнесу достаточно высоки. Обеспечение развития рекреационной деятельности без финансовых вложений маловероятно. Обеспечение доходности инвестиций в эту сферу требует больше времени, особого государственного регулирования и поддержки. Частные инвесторы желают быстрой отдачи, и зачастую они не предусматривают в своих проектах затраты на поддержание и улучшение природного ландшафта. Быстрой отдачи от инвестирования в Баянаульскую рекреационную зону не ожидается, так как

необходимо поддерживать экологический баланс территории. Главные проблемы инвестирования в рекреационные территории состоят:

- ♦ в эколого-социальной направленности объектов инвестирования, последствием чего является невысокая рентабельность инвестиций;
- ♦ в длительном сроке окупаемости;
- ♦ в необходимости затрат на сохранение целостности естественных экосистем, эталонных и уникальных природных комплексов, восстановление нарушенных природных комплексов и объектов, разработку и внедрение научных методов сохранения природных комплексов в условиях целевого использования ООПТ.

Следует отметить, что затраты на восстановление потерянных свойств рекреационных ресурсов гораздо выше, чем издержки на предотвращение антропогенного воздействия. Поэтому основным инвестором по-прежнему является государство. Необходимы значительные суммы капиталовложений для развития рекреационного комплекса Павлодарской области. Инвестиции государства направлены главным образом на строительство и ремонт автодорог, поддержание объектов социальной сферы (образование, здравоохранение). По направлению «Экология и земельные ресурсы» в Программе развития территорий Павлодарской области для улучшения качества окружающей среды запланированы целевые индикаторы, отраженные в таблице 2.

Таблица 2 – Целевые индикаторы улучшения качества окружающей среды, благоприятной для жизнедеятельности общества в Павлодарской области

Целевые индикаторы	Ед. изм.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.
		факт	оценка	план	план	план	план
Индекс физического объема негосударственных инвестиций в основной капитал водного хозяйства (водохозяйственные объекты) и гидромелиоративные системы и оборудование	%	–	–	–	–	–	–
Индекс физического объема инвестиций в основной капитал лесного хозяйства	%	–	–	–	–	–	–
Индекс физического объема негосударственных инвестиций в основной капитал плантационного лесоразведения	%	–	–	–	–	–	–
Индекс физического объема негосударственных инвестиций в основной капитал воспроизводства животного мира	%	–	–	–	–	–	–
Доля утилизации твердых бытовых отходов к их образованию	%	0	0	0	0	0	0
Охват населения области, города республиканского значения, столицы услугами по сбору и транспортировке отходов	%	69,0	69,0	69,0	75,0	80,0	80,0
Доля объектов размещения твердых бытовых отходов, соответствующих экологическим требованиям и санитарным правилам (от общего количества мест их размещения)	%	1,4	1,4	1,4	1,4	2,0	2,0
Объем нормативных загрязняющих веществ:	млн тонн						
- выбросов в атмосферный воздух		0,971	0,971	0,971	0,971	0,971	0,971
- сбросов в водные объекты		0,085	0,085	0,085	0,085	0,085	0,085

Продолжение таблицы 2

Площадь покрытых лесом угодий на территории государственного лесного фонда, находящегося в ведении местных исполнительных органов	тыс. га	89,95	85,95	90,0	90,05	90,1	90,15
Средняя площадь одного лесного пожара на территории государственного лесного фонда, находящегося в ведении местных исполнительных органов	тыс. га	0,013	0,014	0,013	0,012	0,011	0,010
Примечание – Составлено авторами по данным Программы развития территории Павлодарской области на 2016–2020 годы.							

В таблице по первым четырем индикаторам статистических данных нет в связи с отсутствием посетителей по въездному туризму.

В программе не предусмотрено инвестирование до 2020 г. развития рекреаций, являющихся особо охраняемыми природными объектами на региональном уровне. Сложно представить, как без надлежащего финансирования будут реализованы задачи в сфере охраны окружающей среды, определенные той же самой программой:

- ♦ обеспечение экологической безопасности населения области, восстановление целостности природных экосистем, рациональное использование природных ресурсов;
- ♦ проведение комплексных научно-исследовательских работ гидрологических исследований и изысканий для научного обоснования весенних природоохранных попусков воды на обводнение поймы Иртыша с целью повышения урожайности пойменных лугов и сохранения водной экосистемы и экологического биоразнообразия природной пойменной геосистемы;
- ♦ уменьшение общего количества свалок (по 1 объекту размещения ТБО на 1 сельский округ);
- ♦ восстановление деятельности питомника, выращивание стандартных семян и саженцев древесных пород;
- ♦ воспроизводство леса на территории государственного лесного фонда;
- ♦ обеспечение государственных учреждений по охране лесов и животного мира противопожарной техникой и оборудованием [7].

Государственное регулирование инвестиционной деятельности в рекреационном комплексе должно осуществляться на базе комплексных действий всех форм и уровней власти. Республиканский уровень – финансирование мероприятий по поддержке и развитию инфраструктуры и хозяйственной базы, по мониторингу и поддержанию состояния окружающей среды в норме, контролю и координации действий, созданию благоприятного предпринимательского климата. Местный – осуществление оперативных мероприятий по программе развития рекреационного комплекса, работа с предпринимателями, средствами массовой информации. Общегосударственные интересы должны сочетаться с региональными.

Капиталовложения на развитие рекреационного комплекса объективно не могут быть полностью профинансированы государством. Эффективная система инвестирования в целом предполагает одновременную максимизацию доходов рекреационных объектов, государства и инвесторов, обеспечение правовых гарантий частным и институциональным вкладчикам. В связи с этим необходимо проводить мероприятия по привлечению частных инвестиций и использованию других внебюджетных источников. Частное финансирование в развитие комплекса осуществляется без определенной программы, что приводит к нерациональному использованию рекреационных возможностей региона. Стихийные посещения туристов приводят к резкому обострению проблемы рационального природопользования. Потенциал рекреационного комплекса используется частично и с малой отдачей для экономики и общества в целом. Комплексное развитие территории, на наш взгляд, должно осуществляться под контролем и с участием государства наряду с привлечением внебюджетных источников финансирования. Программный подход государства позволяет сохранить уникальные природные характеристики региона и с максимальным социально-экономическим эффектом использовать его потенциал.

Осуществление инвестиционной политики, стимулирующей развитие потенциала рекреационного комплекса, является одним из условий положительного эффекта экономических преобразований в регионе. Государство оказывает регулирующее влияние на инвестиционную деятельность в следующих формах: издание законов и подзаконных нормативных актов, прямое управление государственными инвестициями, принятие государственных инвестиционных программ, экономические методы (налогообложение, распределение и перераспределение финансовых ресурсов, предоставление кредитов и правительственных гарантий) [8].

Важную роль в активизации инвестиционной деятельности играет совершенствование системы отбора проектов. В работе с инвесторами необходимо определить приоритеты в критериях оценки эффективности капиталовложений. Предпочтение в данном случае отдается не только снижению сроков окупаемости проекта, но и его социальным составляющим – повышению занятости местного населения, уровню доходности бюджетов разных уровней и т.д. Поддержка таких проектов позволит повысить синергетический эффект. Особенностью региональной инвестиционной политики в рекреационном комплексе является гибкость и разнообразие форм поддержки проектов. Инвестор должен иметь возможность на всех этапах проекта воспользоваться какой-либо из форм поддержки. На этапе возникновения идеи и формирования инвестиционного предложения формой поддержки выступает информационное и организационное сопровождение проекта. На этапе реализации проекта крупному бизнесу должны предоставляться правительственные гарантии и поручительства, малому и среднему – субвенции для погашения процентов по банковским кредитам. На этапе выхода на проектную мощность рекреационный объект в рамках проекта может освобождаться от платежей в местные бюджеты.

Рекреационное природопользование должно быть объединено рядом целей – стремлением к увеличению доли рынка, объема продаж, рентабельности, конкурентоспособности, сохранением природной уникальности. Принимаемые инвестиционные решения должны быть сопряжены со строгими ограничительными и природоохранными мерами в рамках законодательства, регулирующими функционирование зон туризма, спорта, прогулок, сельского хозяйства, добычи ископаемых.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Tourism, ecotourism and protected areas: the state of nature-based tourism around the world and guidelines for its development. – Cambridge, 1996. – 301 p.
- 2 Царегородцева А.Г., Алькеев М.А. Ландшафты Павлодарской области: монография. – Павлодар: Кереку, 2015. – 185 с.
- 3 Николаенко Д.В. Рекреационная география: учеб. пособие для вузов. – М.: Гуманитарный издательский центр ВЛАДОС, 2001. – 288 с.
- 4 Программы развития территории Баянаульского района на 2016–2020 годы: <http://bayanaul.pavlodar.gov.kz>.
- 5 Оперативный отчет по мониторингу Программы развития территории Баянаульского района на 2016–2020 годы по итогам 2016 года: <http://bayanaul.pavlodar.gov.kz>.
- 6 План финансирования Баянаульского государственного национального природного парка на 2017 год.
- 7 Программы развития территории Павлодарской области на 2016–2020 годы: <http://gigabaza.ru/doc/178790.html>.
- 8 Гончаренко Л.П., Олейников Е.А., Березин В.В. Инвестиционный менеджмент: учеб. пособие. – М.: КНОРУС, 2005. – 294 с.

Андатпа

Мақалада Павлодар облысының ерекше қорғалатын табиғи аумағы мысалында Қазақстан Республикасындағы рекреациялық саланы дамыту бойынша жүзеге асырылатын инвестициялық саясаты қарастырылған. Авторлармен рекреациялық аумақты дамытудағы инвестициялау мәселесі анықталған және қоғам, мемлекет, инвесторлар мен рекреациялық қызметтерді тұтынушылары бойынша мүдделер арақатынасы негізінде оларды шешудің мүмкін жолдары ұсынылған. Авторлардың пікірінше, рекреациялық кешеннің әлеуеті жартылай қолданылады және экономика мен жалпы қоғам үшін аз қайтарымды. Аумақтың кешенді дамуы қаржыландырудың бюджеттен тыс көздерін жұмылдырумен қатар, мемлекеттің қатысуымен және бақылауымен жүзеге асырылуы қажет. Қарастырылып отырған зерттеу мақсаты аумақтың табиғи шамасын

сақтаудың міндетті шартында рекреацияны дамытудағы инвестициялауды жандандыруды қамтамасыз ету жолдарын анықтау болып табылады. Зерттеу объектісі Павлодар облысының ерекше қорғалатын табиғи аумағы мысалында Қазақстан Республикасындағы рекреациялық саласындағы инвестициялық қызмет болып табылады. Зерттеу мәні инвестициялық қызметті жандандыру негізінде рекреациялық аймақты дамытудың мүмкіндіктері болып табылады. Мақалада инвестициялық белсенділікті арттыру негізінде рекреациялық аумақтарды дамыту мүмкіндіктері зерттелді.

Тірек сөздер: рекреациялық аумақ, әлеует, мәселелер, инвестициялар, рекреациялық қызмет, рекреант.

Abstract

The article considers the current investment policy for the development of the recreational sphere in the Republic of Kazakhstan using the example of specially protected natural areas of the Pavlodar region. The authors identified the problems of investing in the development of recreational areas and suggested possible ways to address them based on the correlation of interests of society, the state, investors and consumers of recreational services. According to the authors, the potential of a recreational complex is used in part and with little impact on the economy and society as a whole. The complex development of the territory should be carried out under the control and with the participation of the state, along with the attraction of extrabudgetary sources of financing. The purpose of the study is to determine ways to ensure the activation of investment in the development of recreation, with the obligatory condition of preserving the natural potential of the territory. The object of research is investment activity in the recreational sphere in the Republic of Kazakhstan on the example of specially protected natural areas of the Pavlodar region. The subject of the study is the possibility of developing recreational areas on the basis of increasing investment activity.

Key words: recreational area, potential, problems, investments, recreational activities, recreant.

I.V. ONYUSHEVA,¹
PhD, Associate Professor,
Professor of RAM, RANH.

Q.Y. TING,²
MBA.
«Turan» University.¹
Stamford International University²

KEY GLOBAL E-COMMERCE CONCEPTS IN CONTEMPORARY CONDITIONS OF SHARING ECONOMY

Abstract

This paper is devoted to key concepts and features of e-commerce in contemporary conditions of sharing economy. The advancement of Internet has tremendously increased the e-commerce business in the current digital era. Today major corporations are re-strategizing their businesses in terms of E-commerce and its capabilities to adapt in this changing world. E-commerce has become an imperative platform for businesses. The collective convergence of technologies today has highly affected marketing practices around the world with new trends emerging such as ‘sharing’ economy, the ‘now’ economy, Omni channel integration, content marketing, social CRM and others. This also leads to convergence between digital marketing and traditional marketing. The globalization trend is enhanced with the fast development of telecommunication and information technology what created huge opportunities in the global E-commerce platform for many companies. Nowadays, consumers are flooded with lots of information and marketing campaigns whenever they are online on laptop, tablet and mobile in their daily life and the information received will eventually effect their buying behavior. The article presents the study results of e-commerce frameworks, including basics of e-commerce, big data and consumer behavior in e-commerce. Moreover, in the paper the global B2C E-commerce analysis has been conducted for 2015–2016.

Key words: electronic commerce, sharing economy, globalization, consumer behavior, marketing, digital marketing.

The advancement of Internet has tremendously increased the E-commerce business in the current digital era. E-commerce was started to grow in 1994 when the Internet (world wide web) was opened to commercial use and ever since the E-commerce sales has been growing exponentially year on year. The consumers have gained access to and have contributed huge information from Internet, mobile devices and tablets devices; and have created a lot of opportunities in market place and beyond. Today major corporations are re-strategizing their businesses in terms of E-commerce and its capabilities to adapt in this changing world. E-commerce has become an imperative platform for businesses as important tools in their daily business strategy as well as global strategy. The rising of social media has causing the world has to go through the greatest cultural shifts and consumer has gain more power in the purchasing process. The collective convergence of technologies today has highly affected marketing practices around the world with new trends are emerging such as “sharing” economy, the “now” economy, Omni channel integration, content marketing, social CRM and others. This also result to convergence between digital marketing and traditional marketing, the more social the consumer is the more they want things that are just made for them. This has made possible by utilizing the big data analytics to create products that are more personalized and personal services. The role of marketers is to use different digital marketing strategy to guide customers throughout their journey from awareness and ultimately to advocacy.

Global Internet traffic has grown by a factor of 30 from 2000 to 2014, connecting four out of ten people in the world. Cisco forecast that another ten-fold jump of global Internet traffic by 2019, powered more than 11 billion connected mobile devices and with this kind of connectivity will transforms the way consumer behave, more consumers would search for price comparison and product reviews. The rising of unpredictable consumer behavior has required a different approach and marketing strategy such as adaptive marketing in global E-commerce. In a highly connected era, integration of online

and offline elements into the total customer experience as challenging in E-commerce. Today, in the engagement economy, consumers demand personalized and authentic experiences on their own preferred channels that a brand that meets their own needs and win their advocacy [1]. Today, SMEs and big corporation are beginning to use adaptive marketing to fuel their market growth and brand awareness in their E-commerce platform. Adaptive marketing is the use of data, technology and processes to build customer experiences that evolve instantly based on the behaviors, interests and needs of real people. The goal is to create a more effective strategy for engaging customers across channels that assumes that taking non-linear paths in their buying journey and should let customers dictate their own path by having a system that adjusts quickly and intelligently for them along the way.

Electronic commerce, or e-commerce, is about buying and selling of goods and services on the Internet. However other than buying and selling, many people use Internet as a source of information to compare prices or look at the latest products on offer before making a purchase online or at a traditional store. As cited by Richard T. Watson, Pierre Berthon, Leyland G. Pitt and George M. Zinkhan's book *Electronic Commerce: The Strategic Perspective in 2008*, E-commerce is the use of computer networks to improve organizational performance [1, p. 47–58]. Increasing profitability, gaining market share, improving customer service and delivering products faster are some of the organizational performance gains possible with e-commerce. Therefore, electronic commerce involves the use of information technology to enhance communications and transactions with all of an organization's stakeholders such as customers, suppliers, government regulators, financial institution, managers, employees and public. Electronic commerce draws on technologies such as mobile commerce, electronic fund transfer, supply chain management, Internet marketing, online transaction processing, electronic data interchange (EDI), inventory management systems, and automated data collection systems. The rising of usage of Internet and the emerging capacities of the electronic commerce are increasing the opportunities for global electronic commerce that conducting exports or imports on a worldwide basis using new communications and information technologies. In short, electronic commerce is referring to any transaction made over the Internet. There are a few e-commerce models such as [2]:

- ◆ Business to business (B2B) e-commerce: Companies interacting with other companies, seeking supplier bids, fulfilling orders, receiving invoices and making payments using the Internet as backbone;
- ◆ Business to consumer (B2C) e-commerce: retail services between companies and customers;
- ◆ Consumer to consumer (C2C): trade in goods, services and even information between two or more consumers. Beyond the sale of goods, through auction sites like eBay or Yahoo;
- ◆ Information retrieval: from public sites such as government agencies, libraries or museums or proprietary sites such as those operated by online banking services or brokerages.

E-Commerce Frameworks. There are 3 levels of framework have to be in place for a company to be successful to have their e-commerce [3].

1. Infrastructure. Hardware, software, databases and communications. It is used in term of world wide web on the internet or other message switching methods on the Internet or other telecommunication networks such as social media (Facebook, Instagram, Tweeter and Pinterests).

2. Services. A wide range of services that provide the ability to find and present of information and are including the search for trading partners, negotiation and agreements.

3. Products and Structures. Consists of forecasts and direct provision of goods, services and trade related information to customers and business partners, cooperation and sharing of information within and outside the organization and organizing of environment of electronic marketplace and chain of supply and support.

The conducted global B2C E-commerce analysis showed that Asia-Pacific has the highest eGDP (share of e-commerce in GDP) growth at 4,48%; which is significantly higher than global average at 3,11% (Table 1, p. 58). This has shown that Asia-Pacific e-commerce business has great potential and opportunities and more and more business are start to see the importance of the e-commerce strategy as part of their business strategy [4].

Even though Latin American and the Middle East and Northern Africa (MENA) are at the bottom of the list in Table 1. The figures still shown significant growth if compare to 2014, when they amounted

to 0,51% and 0,54% respectively. In respective to country context, China and the UK are top of the list with the share of 7,05% and 6,12% respectively and China is twice more than United States which is 3,32%.

Table 1 – Region in terms of share eGDP: GDP at market prices and share of e-commerce in GDP, 2015

Region	GDP at Market prices (USD)	Share of e-commerce in GDP
Global	\$73106bn	3,11%
Asia-Pacific	\$23,564bn	4,48%
North America	\$20,642bn	3,12%
Europe	\$19,518bn	2,59%
Latin America	\$4,295bn	0,77%
MENA	\$3,606bn	0,71%
Note – Compiled on the base of Eurostat, Worldbank, IMF and Ecommerce Foundation, 2016.		

In terms of B2C e-commerce sales, China and the United States are both at the top, where China in total spent \$766,5bn online while American spent 595,1bn in 2015. Chinese B2C E-commerce sales grew by 33% while in the US it grew by 12%. Total online sales in the top 10 countries are projected to reach around 2,277bn in 2016 (Table 2).

Table 2 – Top–10 Countries In Terms of B2C E-Commerce Sales: Online sales of goods and services, 2012–2016

Countries	2012	2013	2014	2015	2016(f)
China	\$250,4bn	\$397,5bn	\$575,0bn	\$766,5bn	\$975,0bn
USA	\$400,0bn	\$470,0bn	\$530,7bn	\$595,1bn	\$648,6bn
UK	\$107,7bn	\$139,4bn	\$156,9bn	\$174,2bn	\$192,5bn
Japan	\$78,8bn	\$92,8bn	\$106,1bn	\$114,4bn	\$124,4bn
France	\$49,9bn	\$56,6bn	\$63,0bn	\$71,9bn	\$79,1bn
Germany	\$41,0bn	\$52,0bn	\$58,4bn	\$66,2bn	\$74,1bn
South Korea	\$41,7bn	\$48,8bn	\$58,4bn	\$64,8bn	\$71,3bn
Canada	\$23,9bn	\$27,6bn	\$31,7bn	\$35,7bn	\$43,5bn
India	\$4,2bn	\$6,5bn	\$11,1bn	\$25,5bn	\$44,7bn
Russia	\$12,1bn	\$16,3bn	\$21,3bn	\$22,8bn	\$24,0bn
Note – Compiled on the base of data of National Association and Ecommerce Foundation, 2016.					

From the table 2, the global e-commerce turnover is in growing trend and also looking at the online spending per online shopper, UK is highest in this ranking with the average e-consumer spent \$4,018 online on goods and/or services and more than USA who ranked second at \$3,428.

From the analysis above, it is clearly see the huge potential in global e-commerce business and many corporations should tap on the vast opportunities from it. E-commerce company that successful capitalized the opportunities will be increase their revenue. Today, the consumers are all well connected and will complete most shopping journeys via multiple devices. Therefore, e-commerce businesses will need to redesign their online transaction experience to reflect the fact that the majority of users visit them via multiple devices. Campaign must be activated on all devices and all properties fully tagged to leverage mobile and desktop.

Big Data for E-commerce. Big data is untouched data that is being produced continuously; these data can comes from sensors used to gather climate information, post to social media sites, digital pictures and videos, purchase transaction records and cell phone GPS signal. Big data decodes the data

to derive new insight that gets integrated into business operation. Every day we create 2,5 quintillion bytes of data and 90% of the data in the world today has been created in the last 2 years alone. Dealing with Big Data requires comprehensive coding skills, domain knowledge and statistics. Organizations worldwide are slowly recognizing the important of big data analytics from predicting customer behavior patterns to influencing them to make purchases. Data visualization is widely adopted by giants like Google, Facebook, Twitter and eBay for ease the complexity of handling data. Therefore, company can tap into the immense potential that big data consists and ensure greater business return on investments and business stability by implementing data analytics and data visualization.

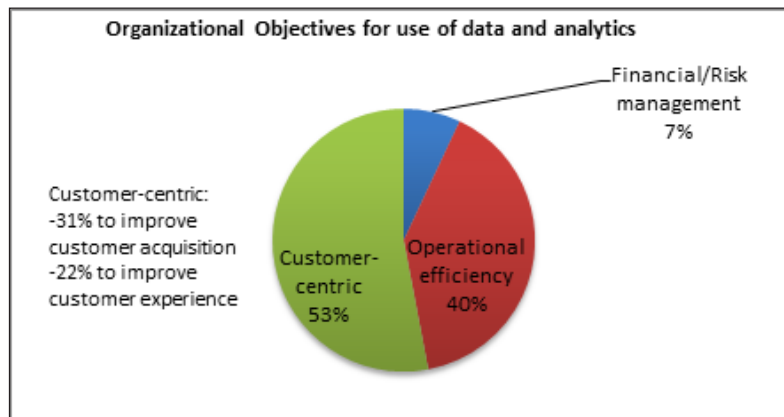


Figure 1 – Organizational objectives for use of data and analytics

Note – Compiled on the base of [4–6].

From the chart 1, the usage for big data are getting more on the customer-centric goals and 31% is to improve customer acquisition and 22% is to improve customer experience [5]. Therefore, it is easy to say that data and analytics are imperative to e-commerce businesses in their customer digital marketing strategy.

The benefits of big data are:

- ◆ it can provide the potential of information by making it transparent and usable at a higher frequency;
- ◆ it can help e-commerce business more transactional digital form data and collect more detailed and accurate performance information;
- ◆ leading e-commerce companies can utilize the data to conduct experiments and test predictions and adjust their businesses;
- ◆ allowing more sophisticated analytics and precise segmentation leading to tailored campaigns for product/services;
- ◆ improving development for next generation of products/services.

Marketers use the term personalization to define the merging of different types of data, that is processed in real time and can transformed to deliver the exact message for a product or a service to exact consumer as well as more precise and tailored marketing message to a preselected target audience. Companies using big data analytical tools able to capture and analyze clickstream, transaction, video and social media data, digital advertisers are able to spot trends and patterns, reveal new relationships, and optimize their ad campaigns by adjusting campaign strategies in real time. However, there is privacy concern about the basic customer right to retain the information websites share with third parties and other security issues of how this personal data can be store safely.

Consumer Behavior In E-commerce. The two most aspects for marketers in e-commerce is consumer behavior and customer journey. The goal of marketing is how to reach consumers at the most critical timing in order to influence or stimulate their buying decision. With the current vastly channels to reach customer such as traditional media, social media, smart devices, the chances for companies are rising, so does the power of the consumer to make a better informed choice and to get information from marketers through word-of-mouth (WOM) and what marketers would need today is a more precise and efficient way of satisfying customer demands and effectively manage the WOM. Date-driven

marketing can provide insights for better product and services and transform customer experience, brand recognition and marketer-consumer relationship in e-commerce. With the consumers getting well informed, it is not only for marketers in e-commerce to employ customer-centric strategies but also align those marketing tactics among all the supply chain-agencies, production companies, media partners and CRM departments. It is crucial for e-commerce companies to understand this changing situation and sophisticated consumers so and use the data efficiently to understand customers' desires and needs and to deliver the right message to them.

Consumer journey has change drastically today, the way consumers searching for a product for a product or service has changed from traditional purchase funnel, where the process from finding information of a product until the moment of buying a product was a linear process. The drivers of this change is the technology advancement and the Internet, the process is now non-linear and more in a circular form. As show in Figure 2, people will select a few brands in mind from all information received from all channels and then start the active evaluation and gathering of further information from friends, relatives, word-of-mouth, magazine articles. And the number of brands increase here this is because more products will appears in consideration during evaluation. Therefore, marketers can use digital media in every part of the consumer journey and directly and indirectly guiding the consumers toward buying their products or services in e-commerce businesses.

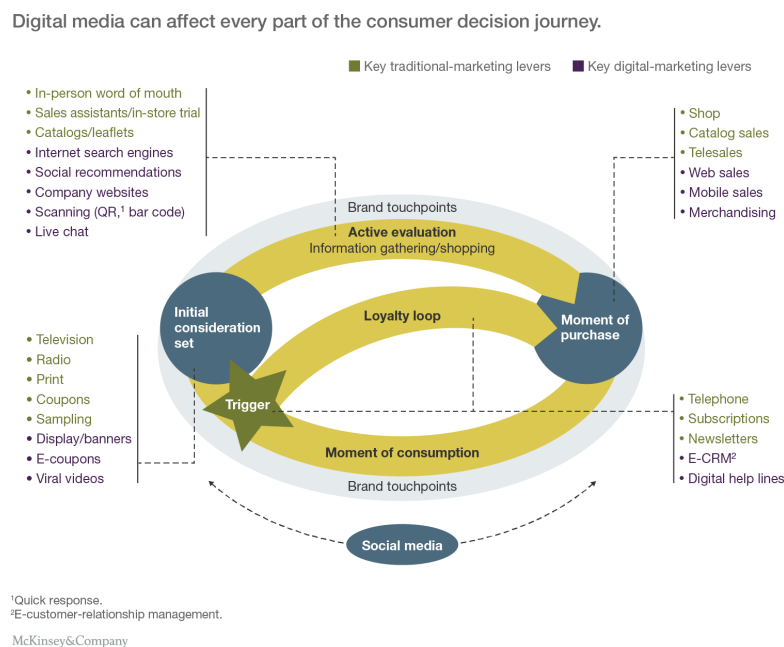


Figure 2 – How Digital Media Can Affect Consumer Journey

Note – Compiled on the base of [6].

The emergence of a new behavioral power online is extremely consumer driven. Even one consumer can be influential among a group of followers on social media platforms or other interactive online platforms in the new purchase journey today (Figure 3, p. 61). E-commerce businesses that able to target and utilize the influencers will have higher competitive advantage compare to competitors by influencing the potential buyers more precisely. Brand equity coupled with influencers and users can help companies create new and innovative customer-centered products or services plus open up new business system and improve platforms.

In making purchase decisions, customers are normally influenced by three factors. First, marketing communications in various media such as television ads, print ads, and public relations influences them. Second, they are persuaded by the opinions of their friends and family. Third, they have personal knowledge and an attitude about certain brands based on past experiences.

NEW PURCHASE JOURNEY



Figure 3 – New Purchase Journey

Note – Source: smallbusinessretails.com.

There are four traits of the connected consumers all marketers should know.

1. Dependence on online reviews and recommendations – The truly connected customer won't buy a product/service without consulting the vast online ecosystem of peer reviews and recommendations.

2. Desire for additional brand content – Customers expect more out of their brands today. Keeping consumers engaged now leads companies to offer content as diverse and wide ranging as viral videos, iPhone games, and interactive Twitter contests and behind the scenes Instagram feeds.

3. Constant connection via mobile – The ubiquity of smartphones and the rise of always-on, lightning-fast data connections means that marketers are no longer limited by time or location when it comes to reaching potential customers. Challenges remain, however, as consumers, despite their willingness to share every aspect of their life on social media, are becoming ever more guarded of their privacy and may resent what they see as intrusions by commercial interests.

4. Expect of ongoing dialogue in customer relationships – The old way of marketing was a one-way street. Brands put out their message and the consumer either accepted it or not. Now, like everything else in the digital age, it's no longer that simple. Marketers today are expected to engage in a two-way conversation with customers on every level, hopefully with results that are mutually beneficial for both parties.

To conclude, in the highly connected digital era, all consumers are in the network community that vast information and data are directly and indirectly collected by companies via all channels, Internet, social media, mobile devices and so on. These data are very useful for e-commerce businesses in their adaptive marketing strategies. Therefore, e-commerce business should encourage dialogue among consumers and responding with personalized information than with a promotional marketing pitch. E-commerce should increase the speed and accuracy of customer responses, ensuring fast and consistent at different customer touched points-sales, marketing, customer service and products support.

LIST OF LITERATURE

- 1 Abdul Gaffar K. (2016). Electronic Commerce: A Study on Benefits and Challenges in an Emerging Economy // *Global Journal Of Management and Business Research: Economics and Commerce*. – № 16(1).
- 2 Akgun A.E. (2012). Antecedents and Contingent Effects of Organizational Adaptive Capability on Firm Product Innovativeness // *Journal of Product Innovation Management*. – № 29. – P. 171–189.
- 3 Chakravarthy B. (1982). Adaptation: A Promising Metaphor for Strategic Management // *Academic of Management Review*. – № 1. – P. 35–44.

4 Criteo (2016). eCommerce Industry Outlook 2016.

5 Ecommerce Foundation (2016). Global B2C E-commerce Report 2016. Amsterdam-the Netherlands: Ecommerce Foundation.

6 Mukherjee S.S. (2016). Big Data-Concepts, Applications, Challenges and Future Scope // International Journal of Advanced Research in Computer and Communication Engineering. – № 5(2).

Андапта

Мақала үлескерлік экономиканың қазіргі жағдайында электрондық сауданың негізгі тұжырымдамалары мен ерекшеліктеріне арналған. Интернетті дамыту сандық технологияның қазіргі дәуірінде электронды сауданың бизнесін айтарлықтай кеңейтті. Бүгінгі таңда ірі бірлестіктер өздерінің кәсіпорындарын е-сауда тұрғысынан және осы өзгермелі әлемге бейімделу мүмкіндіктерінен қарастырады. Электрондық сауда бизнестің ажырамас платформасына айналды. Бүгінгі таңда технологиялардың ұжымдық конвергенциясы «үлескерлік экономика» немесе «бүгінгі таңдағы экономика», Omni-каналмен интеграциясы, контент-маркетинг, әлеуметтік CRM және басқалар секілді жаңа тенденциялардың пайда болуы әлемдегі маркетингтік тәжірибеге айтарлықтай әсерін тигізді. Сондай-ақ, бұл сандық маркетинг пен дәстүрлі маркетингтің конвергенциясына әкелді. Жаһандану үрдісі телекоммуникация мен ақпараттық технологиялардың қарқынды дамуы арқасында нығайып келеді, бұл көптеген компаниялар үшін электрондық сауданың жаһандық платформасында үлкен мүмкіндіктер тудырады. Қазіргі уақытта тұтынушылар күнделікті өмірде ноутбук, планшет немесе ұялы телефонды қолдана ақпараттық және маркетингтік компаниялардың шамадан тыслығын сезінеді, ақырында алынған ақпарат сатып алушылардың мінез-құлқына әсер етеді. Мақала электрондық сауданың негізгі тұжырымдамалары мен ерекшеліктеріне, соның ішінде электрондық сауда негіздеріне, үлкен көлемдегі ақпаратпен жұмыс істеуге, сондай-ақ электрондық саудадағы тұтынушылардың мінез-құлқына арналған. Бұдан басқа, мақалада 2015–2016 жж. «бизнес-сатып алушы» электрондық сауда моделінің жаһандық талдауы көрсетілген.

Тірек сөздер: электрондық сауда, үлескерлік экономика, жаһандану, тұтынушылардың мінез-құлқы, маркетинг, сандық маркетинг.

Аннотация

Статья посвящена ключевым понятиям и особенностям электронной коммерции в современных условиях долевой экономики. Продвижение интернета значительно расширило бизнес электронной коммерции в нынешнюю эпоху цифровых технологий. Сегодня крупные корпорации пересматривают свои предприятия с точки зрения e-коммерции и своих возможностей адаптироваться в изменяющемся мире. Электронная коммерция стала обязательной платформой для бизнеса. Коллективная конвергенция технологий сегодня сильно повлияла на маркетинговые практики во всем мире с появлением новых тенденций, таких, как «долевая экономика» или «экономика сегодняшнего дня», интеграция с Omni-каналом, контент-маркетинг, социальный CRM и другие. Это также приводит к конвергенции между цифровым маркетингом и традиционным маркетингом. Тенденция глобализации усиливается благодаря быстрому развитию телекоммуникационных и информационных технологий, что создает огромные возможности на глобальной платформе электронной коммерции для многих компаний. В настоящее время потребители испытывают переизбыток информационных и маркетинговых кампаний, находясь в сети, и полученная информация влияет на их покупательское поведение в конечном итоге. Статья посвящена ключевым понятиям и особенностям электронной коммерции, включая основы электронной коммерции, работу с большими массивами информации, а также особенности поведения потребителей в электронной коммерции. Кроме того, в работе представлен глобальный анализ электронной коммерции модели «бизнес-покупатель» за 2015–2016 гг.

Ключевые слова: электронная коммерция, долевая экономика, глобализация, поведение потребителей, маркетинг, цифровой маркетинг.

М.Ж. ҚАМЕНОВА,¹
Э.ғ.д., профессор.
М.Ж. ТҮРСЫМБАЕВА,¹

Э.ғ.к.
С.Қ. ҚАПЫШЕВА,¹
Э.ғ.к., доцент.
Қазақ экономика, қаржы және
халықаралық сауда университеті
(Астана қ.)¹

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНЫҢ АЗЫҚ-ТҮЛІК ҚАУІПСІЗДІГІ: ЖАҒДАЙЫ, МӘСЕЛЕЛЕРІ, ШЕШІМДЕРІ

Аңдатпа

Қазақстан Республикасының агроөнеркәсіп кешені халық шаруашылығының ең ірі және күрделі экономикалық қалыптасуы болып табылады. АӨК – бұл қазіргі заманғы техника, жабдықтар, ақпараттық және басқа да ресурстармен қамтамасыз ететін ауыл шаруашылық өнімдерін, тамақ өнеркәсібін, тиісті салаларды және қызмет салаларын өндіруді, жинауды, сақтауды, тасымалдауды, қайта өңдеуді және сатуды қамтитын салалардың жиынтығы. Оның қызметінің тиімділігі негізінен тұтыну нарығын дамытуға, қоғамның экономикалық және әлеуметтік тұрақтылығына, тұтастай егеменді мемлекет құруына байланысты. Азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз етудің маңызды сипаттамасы – азық-түліктің экономикалық қолжетімділігі. Бұл көрсеткіш азық-түлік тауарларын ең төменгі тұтыну қоржынында белгіленген мөлшерде ағымдағы бағалар мен кірістер деңгейінде сатып алатын халық ретінде қарастырылады. Отандық азық-түлік нарығының қажеттілігін талдай отырып, оның жетілдіруді қалыптастырудың маңызды аспектісі ғылыми негізделген стандарттарға сәйкес тұтынуды қамтамасыз ету болып табылады. Қазақстанда негізгі азық-түлік өнімдерін тұтынудың талдауы бірқатар өнімдер үшін орташа жан басына шаққандағы тұтыну деңгейінің ең төменгі стандарттарға сәйкес келетінін, бірақ медициналық нормалардан айтарлықтай ерекшеленетіндігі туралы қорытындыға келді. Осылайша, ең маңызды азық-түлікті тұтыну медициналық нормаларға ғана жетіп қана қоймай, 1990 ж. оларды тұтыну нормаларына жақындады. Бірқатар негізгі өнімдер үшін оларды тұтынудың орташа деңгейі медициналық нормаларға жетпейді.

Тірек сөздер: азық-түлік қауіпсіздігі, тұрақтылық, қажеттілік, нарық, халық, аграрлық сектор, бәсекелестік.

Республиканың дамуының сапалы жаңа деңгейіне қол жеткізу әлемдік экономикалық жүйенің ашық кеңістігінде жұмыс істеу ережелеріне дейін бірыңғай ұлттық экономикалық кешеннің жабық кеңістігінде қолданылатын қалыптасқан стереотиптер мен тұжырымдардан өтуді талап етеді. Қазақстанға тиесілі дамушы елдер сыртқы жағымсыз әсерлерден қорғаныштық иммунитетті дамытпаған жағдайда өте осал болады. Мұндай иммунитет экономикалық қауіпсіздік жүйесінің дамуы бола алады, оның ішінде азық-түлік қауіпсіздігін элемент ретінде қарастыруға болады.

Мемлекеттің азық-түлік қауіпсіздігі – халықтың тұрмыс жағдайын сақтау және жақсарту кезінде елдің ғылыми негізделген стандарттары мен қол жетімді бағалары үшін отандық өндірістің экологиялық таза және тұрақты тамақ өнімдерімен қамтамасыз ету дәрежесі.

Азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз ету проблемаларына 70-ші жылдарда мұқият назар аударылған шетелде көптеген анықтамалар бар. Әртүрлі елдердегі осы мәселеге қатысты көзқарастардағы кейбір айырмашылықтар қоғамның барлық мүшелері денсаулығы мен белсенділігін сақтау үшін жеткілікті азық-түлік немесе азық-түлік ресурстарына тең құқықты пайдаланатын жағдайды сақтау үшін ортақ болып табылады. Ең жиі кездесетін ұғымдар – халықтың сапалы азық-түлікке деген сұранысын қалыпты өмір сүру деңгейін қамтамасыз ететін деңгейге қанағаттандыруға мемлекет ретінде азық-түлік қауіпсіздігін анықтау.

Азық-түлік қауіпсіздігі мәселелерін зерттеуге арналған отандық басылымдардың талдауы ауыл шаруашылық экономистерінің пікірін анықтауға мүмкіндік берді, онда ең көп таралған мәліметтер:

- ♦ елдің азық-түлік қауіпсіздігі тұтынылатын тамақтың 80%-ын өндірсе, қамтамасыз етіледі;

- ♦ агроөнеркәсіп кешені елдің азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз етуге бағытталған;
- ♦ елдің азық-түлік қауіпсіздігі – бұл негізгі азық-түлікке деген сұраныстың кемінде 70%-ын өз өндірісімен қамтамасыз етілген экономика [1, 2, 3].

Ауылшаруашылық өнімдері мен азық-түлік өнімдері халық үшін қолжетімсіз болдырмау үшін Біріккен Ұлттар Ұйымының Азық-түлік және ауылшаруашылық ұйымы (ФАО) «Әлемдегі азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз ету бойынша халықаралық міндеттемелерді» әзірледі [4].

Қазақстанда «азық-түлік қауіпсіздігі» тұжырымдамасы экономикалық тұрғыдан да, заң тұрғысынан да қарастырылады. Сонымен, Қазақстан Республикасының 2001 жылғы 19 қаңтардағы №143-ІІ «Азық-түлік қауіпсіздігі – халықтың қажеттіліктерін қанағаттандыратын сыртқы және ішкі жағдайларға қарамастан, тиісті қорлармен, әлеуетімен және кепілдіктерімен қамтамасыз етілген, оның агроөнеркәсіптік кешенін қоса алғанда, экономиканың жағдайы тамақтанудың физиологиялық нормаларына сәйкес азық-түлік өнімдерінде» [5].

Азық-түлік қауіпсіздігін анықтауға қатысты жоғарыда айтылған тәсілдерді қорытындылай келе, оның қазіргі және кеңінен қолданылатын түсіндірмесі азық-түлік қауіпсіздігін экономиканың жағдайы ретінде қарастырады, онда кез-келген уақытта оның бүкіл халықты азық-түлікке қолжетімділігін қамтамасыз ету үшін оның белсенді және салауатты өмір салты.

Азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз етуде маңызды рөл атқарады:

- ♦ халықтың нақты табыстарының өсуін қамтамасыз ету, олардың өмір сүру деңгейін арттыру;

- ♦ ел экономикасының агроөнеркәсіптік кешенінің тұрақты дамуы мен жұмыс атқаруы;

Аграрлық сектор мен азық-түлік нарығын дамыту деңгейі елдегі экономикалық және әлеуметтік-саяси тұрақтылықты, экономикалық және азық-түлік қауіпсіздігін анықтайтын фактор болып табылады. Экономиканың осы секторының қарқынды дамуы елдің болашақ әлеуметтік-экономикалық саясатының басты басымдықтарының бірі болуы тиіс.

Қазақстан Республикасының агроөнеркәсіп кешені халық шаруашылығының ең ірі және күрделі экономикалық қалыптасуы болып табылады. Оның қызметінің тиімділігі негізінен тұтыну нарығын дамытуға, қоғамның экономикалық және әлеуметтік тұрақтылығына, тұтас-тай егеменді мемлекет құруына байланысты.

Аграрлық секторларымен қатар, азық-түлік өнеркәсібі елдің азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз етуде маңызды рөл атқарады. Бұл халықтың ішкі қажеттіліктерінің өсуінен азық-түлік өндірісінде артта қалу азық-түлік өнімдерінің импортының ұлғаюына әкеледі. Бұл жағдай ел экономикасы үшін өте қауіпті және ішкі және сыртқы нарықтарда бәсекелестікті күшейте отырып, сыртқы нарықтарға тәуелділікті күшейтеді. Отандық азық-түлік нарықтарындағы негізгі бәсекелестер – ауыл шаруашылығы өндірісін субсидиялау және олардың өнімдерін төмен бағамен экспорттайтын ЕО елдері. Осылайша, осы елдерде осы мақсаттарға бөлінген субсидиялардың жалпы көлемі ауыл шаруашылық өндірісінің жалпы көлемінің шамамен 50%-ын құрайды. ДСҰ-ға мүше елдер үшін бұл көрсеткіш орта есеппен 14% құрайды. Біздің республикамызда ауылшаруашылық өнімдерінің отандық өндірісін субсидиялау көлемі 2% деңгейінде өзгеріп отырады, бұл ішкі нарыққа импортпен салыстырғанда отандық өнімдердің бәсекеге қабілеттілігін төмендетуге әкеледі.

Қазіргі уақытта Қазақстандық тұтыну нарығын азық-түлік тауарларымен қанықтыру отандық өндіріс және импорт өнімдері есебінен қамтамасыз етіледі. Елдегі нарықтың жағдайы сыртқы нарыққа азық-түлік тәуелділігінің шекті деңгейімен сипатталады. Мемлекет азық-түлік нарығына аз бақылау жасайды. Азық-түлік себетінің талдауы көрсеткендей, бірқатар азық-түлік өнімдері үшін импорт 20–100% құрайды. Мысалы, жеміс-көкөніс консервілері үшін бұл көрсеткіш 90%, сүт және кілегей конденсаты үшін – 79,4%, ірімшік пен сүт ұнтағы үшін – 55,5%, томат сақтауға – 53,7%, ет сақтау үшін – 48,5%, шұжықтар үшін – 38%, шырындар – 31,55%, қант – 30,3%, ашыған сүт өнімдері – 22,8%. Нан және нан өнімдерінің жалғыз ерекшелікте, бұл позиция үшін ішкі нарықтың қажеттіліктері өз өндірісімен толық қамтылған. Сонымен қатар, елде импортталған ет, макарон, маргарин, йогурт, шұжық, кондитерлік өнімдер, өсімдік майы және т.б. Әрине, азық-түлік өнімдеріне импорттың белгілі бір үлесін сақтау ауқымын кеңейту, қазақстандықтардың толыққанды диетадағы қажеттіліктерін қанағаттандыру, сондай-ақ бәсекелестік ортаны сақтау үшін қажет. Алайда Біріккен Ұлттар Ұйымының Азық-түлік

және ауылшаруашылық ұйымы ұсынған халықаралық міндеттемелері бойынша импорт үлесі жалпы тұтынудың 17%-нан аспауы тиіс [6].

Отандық азық-түлік нарығының қажеттілігін талдай отырып, оның жетілдіруді қалыптастырудың маңызды аспектісі ғылыми негізделген стандарттарға сәйкес тұтынуды қамтамасыз ету болып табылады. Қазақстанда негізгі азық-түлік өнімдерін тұтынудың талдауы бірқатар өнімдер үшін орташа жан басына шаққандағы тұтыну деңгейінің ең төменгі стандарттарға сәйкес келетінін, бірақ медициналық нормалардан айтарлықтай ерекшеленетіндігі туралы қорытындыға келді. Осылайша, ең маңызды азық-түлікті тұтыну медициналық нормаларға ғана жетіп қана қоймай, 1990 жылы оларды тұтыну нормаларына жақындады. Егер жан басына 90-жылдары ет тұтыну 73 кг, жұмыртқа – 225 дана, сүт – 311 кг болса, бүгінгі күні бұл өнімдерді тұтыну тиісінше 71, 202 және 221 құрайды [7]. Сонымен қатар, тамақтанудың ғылыми негізделген (медициналық) нормаларына сәйкес, органның толық жұмыс істеуі үшін адам жылына 82 келі ет және 260 жұмыртқаны тұтынуы керек. Бұдан шығатын қорытынды, халықтың бірқатар негізгі өнімдері үшін тұтыну деңгейі жеткіліксіз. Салыстыру үшін мысал: әрбір американдық жылда 115, Еуропада 90 кг ет тұтынады.

Толық болу үшін біз негізгі азық-түлік өнімдерін тұтынудың салыстырмалы салыстыруын және оларды ұтымды нормаларды сақтауды қарастырайық. Яғни, нан өнімдерін тұтынудың Қазақстандық көрсеткіші 124 кг құрайды, ал Ресейде және Белоруссияда нан тұтыну деңгейі сәйкесінше 96 және 85-ке жетеді. Нан тұтынудың диеталық тұтынуының өсуі дамудың төмен деңгейіне тән, демек, ол тұтынудың әлсіз деңгейімен байланысты деп есептеледі. Сонымен қатар, отандастарымыздың тамақтану сапасының төмендеуіне ет пен ет өнімдері, сүт, жұмыртқа, жеміс-жидектер, көкөністер және т.б. сияқты бағалы өнімдердің жан басына шаққандағы тұтыну көлемінің азаюы әсер етеді. Мысалы, Белоруссияда ет пен ет өнімдерін жан басына шаққандағы тұтыну Қазақстанға қарағанда 24% жоғары, сүт ал сүт өнімдері – 27, жұмыртқаға – 50%. Бұл Ресеймен салыстырғанда әлдеқайда жақсы позиция. Азық-түлік тұтынудың басым бөлігін дәнді дақылдар (39,4%), одан кейін майлар мен майлар (14,9%), содан кейін қант, сүт, ірімшік, ет [7] алады. Азық-түліктің осы тағамдық құндылығымен бірге теңестірілген болу керек, яғни, ақуыздардың үлесі белгіленген деңгейден 10–15 пайызға дейін немесе одан жоғары болмауы керек, майлардың үлесі 15-тен 30-ға дейін, көмірсулардың үлесі 55–75% болуы керек. Қазақстанда жалғыз алаңдаушылық диеталық майдың тұтыну мөлшерінің артуы болып табылады.

Азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз етудің маңызды сипаттамасы – азық-түліктің экономикалық қолжетімділігі. Бұл көрсеткіш азық-түлік тауарларын ең төменгі тұтыну қоржынында белгіленген мөлшерде ағымдағы бағалар мен кірістер деңгейінде сатып алатын халық ретінде қарастырылады. Ресми мәліметтерге сәйкес 2015 жылы күнкөріс деңгейінің орташа деңгейі адам басына шаққанда

21 364 теңгені құрайды. Үкімет мамандары бұл соманы тұтыну қоржынының 43 пунктінен бір ай ішінде сатып алуға болады деп есептейді, бұл азық-түлік және азық-түлікке жатпайтын тауарлар, коммуналдық қызметтер және басқа да міндетті төлемдер шығындарын қамтиды. Оның құрамында ет пен балықты сатып алуға жұмсалған шығыстардың үлесі 22,1%, сүт, май және жұмыртқа өнімдері – 17, жемістер мен көкөністер – 10,8, жарма – 8, қант, шай және дәмдеуіштер – 2,1% [7].

Халықтың кірістерінің өсуіне қарамастан, қазақстандықтардың диеталық құрылымы жақсармайды. Біріншіден, Қазақстан халқының басым бөлігінің тұтыну бюджетінде азық-түлік шығыны шамамен 60%-ды құрайды, ал халықтың нашар төленетін сегменттерінің бюджетінде – 70%. Екіншіден, азық-түлік жиынтығы нан өнімдері мен дәнді дақылдарға немесе азық-түлік өнімдеріне жатады. Осыған байланысты, біз еліміздің азық-түлік қауіпсіздігін нығайту бағыттарының бірі ретінде ақпараттық қоғамның шындықтарына сәйкес келетін жаңа тамақтану парадигмасын қалыптастыруға біртіндеп көшуді ұсынамыз.

Жаңа тамақтану парадигмасының тұжырымдамасы эмбрионалдық даму сатысында тұр. Алайда, бұл мәселе өте жоғары дамыған елдерде талқылануда. Көптеген зерттеушілер қоғамдық тамақтану және тамақ өнімдерін өндірушілерді дұрыс тамақтану қағидаттарына мән бермейтіндіктен, тұтынушыларға ауыр азықтарды тағайындайтын, жануарлардың майларын, холестеринді және т.б. тұтынады. Тамақтанудың осы парадигмасын қалыптастыру мен да-

мытудың пайдасына тек кейбір дәлелдер келтірейік. Ең алдымен, ұтымды тамақтану – адам өмірінің орташа ұзақтығын 2016 жылға қарай 72–77 дейін ұлғайту туралы жалпы АДИ стратегиясының шеңберінде Қазақстанда белсенді түрде дамып, жүзеге асырылатын салауатты өмір салты тұжырымдамасының ажырамас бөлігі. Екіншіден, жаңа электр парадигмасын енгізу, бірінші кезекте қарқынды зияткерлік жұмыстарымен айналысып, әсіресе жоғары білікті жұмысшылар саны артуына мүмкіндік береді. Үшіншіден, бірге жоғары дамыған елдермен билік жаңа парадигмасын дамытуға Қазақстанның қатысуы, азық-түлік сапасы мен өнімдерін, оның ауқымы үшін шетелдік тұтынушылардың жаңа талаптарына отандық азық-түлік өндірушілердің уақтылы бейімдеу қамтамасыз ететін белсенді ұстанымын қабылдауға мүмкіндік береді. Бұдан басқа, Қазақстан азық-түлік өнімдеріне арналған азық-түліктің жаңа стандарттарын әзірлеуге тікелей қатыса алады және осы стандарттарды жоғары дамыған елдермен бір мезгілде енгізе алады.

Тамақтанудың ескі парадигмасы негізінен физикалық еңбекке негізделген экономиканың қажеттіліктерін көрсетеді, ол, әрине, жануарлардың қаныққан майларын қоса алғанда, өте көп мөлшерде майлар бар жоғары калориялы диетаны қажет етеді. Мұндай тамақтану ұзақ уақытқа созылған физикалық белсенділігімен энергия шығынын өтеуге бағытталған. Белсенді ақпараттандырудың заманауи шарттарында басым зияткерлік жұмыс саласы қарқынды дамып келеді, оның ішінде жұмысшы мамандықтар (жүргізушілер, операторлар, технологиялық кешендердің операторлары және т.б.). Демек, ескі қоректік парадигма ақыл-ой қызметкерлерінің ұтымды тамақтануына нақты қажеттіліктермен нақты қайшы келеді. Дәстүрлі диетаның көп мөлшерде калория мөлшері қарапайым ұйқышылдықтан және церебро-васкулярлық атеросклероздан көптеген зиянды-зардаптарға әкеледі, бұл зияткерлік еңбек өнімділігін айтарлықтай төмендетеді немесе тіпті мүгедектікке әкеледі. Сонымен қатар, калориялардың артық тұтынуы халықтың орташа өмір сүру ұзақтығының қысқаруына әкеледі, себебі ол семіздік пен организмнің өмірлік жүйелерінің неғұрлым қарқынды тозуына ықпал етеді.

Тамақтанудың қазіргі парадигмасының айтарлықтай кемшілігі тағам дайындау процесінде азық-түліктің шамадан тыс термиялық өңдеуі болып табылады. Ұзақ уақыт бойы қайнату немесе қуыру нәтижесінде көптеген бағалы қоректік компоненттер олардың қасиеттерін ішінара жоғалтады немесе тіпті толық бұзады. Диетологтардың зерттеуінен 95°C жоғары температурада витаминдердің көпшілігі жойылады.

Жоғарыда айтылғандай тамақтанудың дәстүрлі парадигмасының айтарлықтай кемшілігі – белоктың, майдың және көмірсулардың қатынасы, сондай-ақ тұтынылатын азық-түліктің аздығымен қатынасы. Дене күшінің таралуы кезінде бұл кемшіліктер маңызды рөл атқармады. Алайда, қазіргі кезде еңбек қызметін ақпараттандыру жағдайында тамақтанудағы теңгерімсіздік және тұтынылатын өнімдерді әртараптандыру деңгейінің жеткіліксіздігі ақыл-ой қызметкерлерінің қабілетіне теріс әсер етеді. Сонымен қатар, теңгерімсіз тағамды ұзақ уақыт қолданған кезде созылмалы асқазан аурулары дамып келеді, сонымен қатар жүрек-тамыр және эндокриндік жүйелерде теріс ауытқулар пайда болады.

Тамақтанудың жаңа парадигмасын енгізу кезінде қиындық-интеллектуалдық қызметте жұмыс істейтін қызметкерлер үшін калорияларды тұтынудың айтарлықтай төмендеуі. Арнайы зерттеулер көрсеткендей, жұмысқа елеулі күш жұмсамаған адамдардың көпшілігі үшін калориялық құрамның оңтайлы деңгейі 2200–2400 ккал, ал 45 жастан асқан жұмысшылар үшін 10–15% кем. Дегенмен, көптеген ақыл-ой қызметкерлердің дәстүрлі диеталары 2,4 мың ккал деңгейден асып түседі. Демек, азық-түлік қоржынындағы маңызды өзгеріс азық-түлік парадигмасына ауысып, төмен мөлшерде аз калориялы азық-түлікті кеңейтіп, майлы тағамдарды және көмірсулардың көп мөлшерін қамтитын өнімдерді тиісті азайту арқылы қажет болады [6].

Осылайша, жаңа парадигма шеңберінде ұтымды тамақтануды ұйымдастыру елдегі еңбек өнімділігін арттырудың маңызды факторы болып келеді. Отандық азық-түлік өндірушілер жаңа азық-түлік парадигмасының жақтаушыларының қажеттіліктерін қанағаттандыратын азық-түлік өнімдерін өндіруді кеңейтуге мүдделі болады. Мұның бәрі, өз кезегінде, мемлекеттің азық-түлік қауіпсіздігін нығайтуға жағымды әсер етеді.

Қазақстанда ғаламдық дағдарыс жағдайында азық-түлікпен қамтамасыз ету мәселесінің өзектілігі жоғарлап отыр. Азық-түлікпен қамтамасыз ету ұлттық қауіпсіздік жүйедегі басты құраушы элемент бола отырып, мемлекеттің саяси әрі экономикалық тұрақтылығын сипат-

тайды және ұлттық-мемлекеттік мүддеге зиян тигізбей азаматтардың қарапайым алғашқы қажеттілігін қамтамасыз етуге мүмкіндік береді.

ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

- 1 Кайгородцев А.А. Агроөнеркәсіп кешенін азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз ету факторы ретінде мемлекеттік реттеу // Транзиттік экономика. – 2006 ж. – № 1. – 30–38 б.
- 2 Каишев В., Серегин С. 2003 жылы тамақ өнеркәсібі: нәтижелер, перспективалар // The Economist. – 2004. – № 6. – 75–89 б.
- 3 Қуанова Г. Тамақ өнеркәсібін азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз ету факторы ретінде дамыту // Саясат. – 2003. – № 9. – С. 46–51.
- 4 «Астық туралы» Қазақстан Республикасының 2001 жылғы 19 қаңтардағы № 143–ІІ–ЗПҚ Заңы.
- 5 2005 және 2011 жылдардағы халықтың тұрмыс деңгейін бағалау бойынша үй шаруашылықтарын зерттеу деректері негізінде Қазақстан Республикасының азық-түлік қауіпсіздігін бағалау. Қазақстан Республикасы Статистика агенттігі, Есеп. Еңбек және өмір сүру стандарттары департаменті. – Астана, 2012.
- 6 Ахметова К.А. Қазақстанның агроөнеркәсіп кешені: мемлекет, проблемалар, шешу жолдары: монография. – Қарағанды, 2010. – 121 с.
- 7 Қазақстан сандарда. – Астана, 2016.

Аннотация

Агропромышленный комплекс Республики Казахстан является крупнейшим и сложным экономическим образованием народного хозяйства. АПК представляет собой комплекс отраслей, включая производство, сбор, хранение, транспортировку, переработку и продажу сельскохозяйственной продукции, пищевой промышленности, смежных отраслей и услуг, предоставляющих современную технику, оборудование, информационные и другие ресурсы. Его эффективность во многом обусловлена развитием потребительского рынка, экономической и социальной стабильностью общества и созданием суверенного государства в целом. Важной особенностью продовольственной безопасности является экономический доступ к продовольствию. Этот показатель рассматривается как население, которое покупает продукты питания по текущим ценам и доходам по фиксированной ставке в минимальной потребительской корзине. Анализируя потребности внутреннего продовольственного рынка, важным аспектом его улучшения является обеспечение потребления в соответствии с научно обоснованными стандартами. Анализ потребления основных продуктов питания в Казахстане показал, что среднее потребление на душу населения соответствует минимальным стандартам, но значительно отличается от медицинских норм. Таким образом, потребление самых важных продуктов питания не только достигло медицинских норм, но и приблизилось к их потреблению в 1990 г. Для ряда ключевых продуктов средний уровень их потребления не достигает медицинских норм.

Ключевые слова: продовольственная безопасность, стабильность, потребность, рынок, население, аграрный сектор, конкуренция.

Abstract

The agro-industrial complex of the Republic of Kazakhstan is the largest and most complex economic formation of the national economy. AIC is a complex of industries, including production, collection, storage, transportation, processing and sale of agricultural products, food industry, related industries and services that provide modern technology, equipment, information and other resources. Its effectiveness is largely due to the development of the consumer market, the economic and social stability of society and the creation of a sovereign state as a whole. An important feature of food security is economic access to food. This indicator is viewed as a population that buys food at current prices and incomes at a fixed rate in the minimum consumer basket. Analyzing the needs of the domestic food market, an important aspect of its improvement is to ensure consumption in accordance with scientifically based standards. The analysis of consumption of basic food products in Kazakhstan concluded that the average per capita consumption of the product meets the minimum standards, but significantly differs from medical standards. Thus, consumption of the most important food products not only reached medical standards, but also approached their consumption in 1990. As a result, it turns out that for a number of key products of the population, the level of consumption is not sufficient.

Key words: food security, stability, demand, market, population, agrarian sector, competitors.

ЛОГИСТИЗАЦИЯ ЗЕРНОВЫХ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ И ИНФРАСТРУКТУРЫ В ЦЕЛЯХ РЕАЛИЗАЦИИ ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА ЗЕРНОВОЙ ПРОДУКЦИИ

Аннотация

В настоящей статье описана существующая проблема несвоевременной переработки зерна в сезон сбора урожая и, как следствие, потеря урожая, проблема транспортировки от мест производства до мест хранения, а также дальнейшая доставка до мест назначения, в том числе и в экспортном направлении. Определены причины этих проблем в агропромышленном комплексе: слабыми сторонами являются низкий уровень внедряемости научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, неразвитость торговли, в том числе экспортной, высокая капиталоемкость, длительный срок окупаемости, зависимость от природно-климатических условий. Все эти факторы относятся и к производству зерновой продукции. Автором предлагается разработка научно-практических рекомендаций и обоснование решений по созданию и рациональному размещению зерновых логистических центров с соответствующими производственными мощностями и инфраструктурой в регионах республики путем разработки механизма устойчивого развития сельских территорий, а также реализация экспортного потенциала регионов республики посредством формирования рациональных цепей поставок. Реализация предложенных идей, предложений и научного подхода позволит создать на рынке Казахстана самостоятельный организованный канал товародвижения зерна в экспортном направлении с оптимизацией издержек обращения, который позволит поднять заинтересованность товаропроизводителей в наращивании производства зерна, улучшении его качества, снижении себестоимости и повышении конкурентоспособности на внешнем рынке.

Ключевые слова: логистика, зерновая продукция, сельские территории, регионы, зерновые логистические центры, оптимизация, инфраструктура, экспортный потенциал, цепи поставок.

Существующая проблема своевременной переработки зерна в сезон сбора урожая в Казахстане остается нерешенной, традиционно сотни тонн зерновых культур зачастую остаются под снегом, собранный урожай хранится в спешно созданных, необорудованных складах, мощность элеваторов не позволяет своевременно переработать сезонную нагрузку, в то время как на соседних территориях имеются нереализованные производственные мощности. Основным перевозчиком зерновой продукции является АО «НК «КТЖ», основным подвижным составом являются зерновозы, их парк в 2017 г. составил 9700 вагонов. С 2016 г. эти вагоны были отданы в аренду частным перевозчикам [1]. По причине несогласованности производителей и собственников при достаточном количестве вагонов искусственно создается дефицит подвижного состава. Подобная ситуация наблюдается из года в год. Как правило, результатом является нереализованная продукция, завышенные цены на транспорт и др.

Государственной программой развития агропромышленного комплекса Республики Казахстан на 2017–2021 годы определено, что лидирующими по объему экспортируемых продуктами является зерновая продукция. В структуре импорта таких стран, как Россия, Узбекистан, Кыргызстан и Таджикистан, зерновая продукция из Казахстана занимает более 80%, также на основании анализа географического расположения Казахстана, емкостей рынка сельскохозяйственной продукции, транспортной доступности можно сделать вывод о том, что потенциальными рынками сбыта являются страны ЕАЭС, СНГ, Китай, Иран, Афганистан, ОАЭ, а также с 2017 г. подписаны договоренности об экспорте зерновой продукции в Норвегию и Турцию [2].

SWOT-анализ агропромышленного комплекса РК (АПК) показал, что слабыми сторонами являются низкий уровень внедряемости научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, неразвитость торговли, в том числе экспортной, высокая капиталоемкость, длительный срок окупаемости, зависимость от природно-климатических условий. Все эти факторы относятся и к производству зерновой продукции.

В настоящее время принимаются меры по развитию инфраструктуры хранения, экспорта и транспортной логистики. Функционируют зерновые терминалы в портах Актау, Баку (Азербайджан), Амирабад (Иран). В целях увеличения экспорта казахстанского зерна в страны Средней Азии, Афганистан и Иран введен элеваторный комплекс с мельницей на станции Бейнеу Мангистауской области. Завершено строительство новой железнодорожной линии Новый Узень – Кызыл Кия – Горган, которая связала Казахстан (через территорию Туркменистана) с Ираном, а также линии Жетиген – Хоргос, связывающей Казахстан с Китаем. На рисунке 1 представлена логистическая инфраструктура экспортных возможностей зерновой продукции.

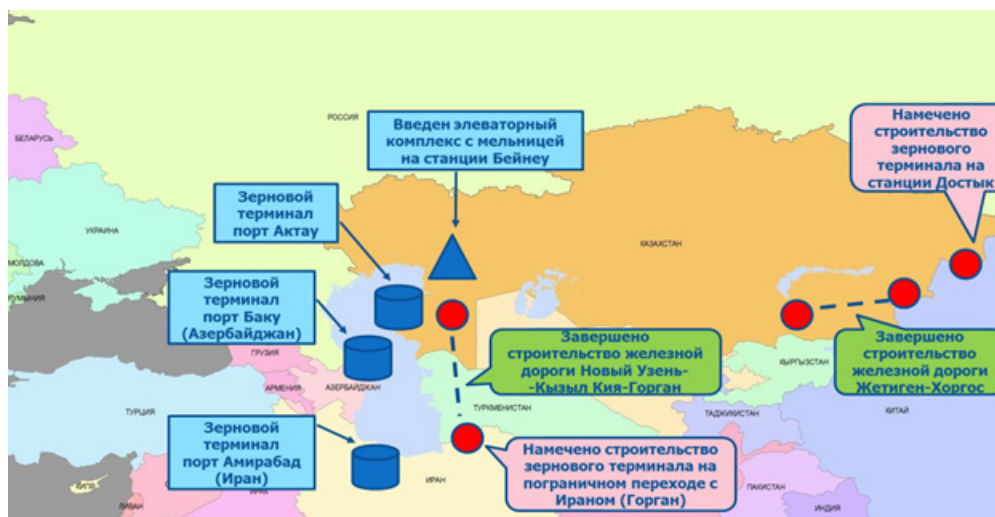


Рисунок 1 – Логистическая инфраструктура экспортных возможностей зерновой продукции

Ключевыми проблемами развития зернового производства и зернового рынка в Республике Казахстан традиционно являются:

- ♦ монокультура пшеницы (доля пшеницы в посевной площади республики составляет 66% вместо научно обоснованных 45–50%). Как показывает практика, в урожайные годы имеет место перепроизводство зерна, которое в условиях дефицита элеваторных мощностей и подвижного состава вызывает необходимость выделения значительных бюджетных средств на регулирование рынка (перемещение зерна с элеваторов северных областей на более свободные элеваторы других областей, субсидирование транспортных расходов экспортеров зерна, организацию закупа излишков зерна с рынка), а также приводит к демпингу цен;

- ♦ недостаточное обеспечение емкостями для хранения зерна. Имеющихся емкостей достаточно для обеспечения хранения зерна в годы со средней урожайностью, но недостаточно в урожайные годы. Кроме того, материально-техническая база большинства хлебоприемных предприятий изношена и требует восстановления. При этом емкости хранения сконцентрированы в зерносеющих регионах, инфраструктура не диверсифицирована и не ориентирована на экспортные направления;

- ♦ недостаточные темпы диверсификации посевных площадей сельскохозяйственных культур, переориентирования на выращивание альтернативных высокопродуктивных культур (масличных, овощных, кормовых, крупяных и др.), что не позволяет повсеместно внедрить научно обоснованные севообороты, сохранить и повысить плодородие почв, обеспечить кормами отрасль животноводства, сырьем – предприятия перерабатывающей промышленности и в целом повысить устойчивость сельскохозяйственного производства;

- ♦ низкий уровень технической оснащенности зернового производства. Средний возраст более 78% зерноуборочных комбайнов и тракторов составляет 13–14 лет при нормативном сроке эксплуатации 8–10 лет. Подлежит списанию 65,2% зерноуборочных комбайнов, 90% тракторов и 94% сеялок. В целом существующий парк сельхозтехники имеет износ в пределах 84%;

- ♦ недостаточная урегулированность зернового рынка. Экспорт зерна производится в основном крупными зерновыми компаниями. Мелкие и средние зернопроизводители не могут самостоятельно экспортировать произведенное зерно по причине отсутствия финансирования, опыта экспортных операций, доступа к инфраструктуре. При этом зерно у мелких и средних производителей выкупают небольшие трейдерские компании. Экспортная выручка остается у трейдерских компаний и не инвестируется в производство зерна;

- ♦ отсутствие единой экспортной политики в ценообразовании по направлениям экспорта, наблюдается демпинг цен со стороны мелких трейдеров;

- ♦ - отсутствие электронной регистрации выдачи зерновых расписок, низкая кратность проверок хлебоприемных предприятий, отсутствие надлежащей системы страхования гражданско-правовой ответственности хлебоприемных предприятий перед держателями зерновых расписок.

По урожаю 2017 г. возникли новые проблемы. Высокий урожай в соседней России создал вал дешевой пшеницы в приграничных регионах Казахстана. Для снижения остроты проблемы усилен контроль за ввозом российского зерна, чтобы избежать его легализации без уплаты НДС. Также произошла нехватка специализированных вагонов для транспортировки зерна и муки внутри страны, дефицит составил 40–50% от необходимого количества, т.е. половина заявок осталась без удовлетворения. Трейдеры вынужденно сокращают закуп у аграриев, поскольку просто не имеют возможности гарантировать исполнение контрактов и не хотят рисковать нарваться на штрафные санкции. Причем трейдеры отмечают, что сталкиваются с этой проблемой не в первый раз и уже успели оценить тот риск, который их бизнес претерпевает по вине перевозчиков. Это привело к тому, что Иран как стабильный партнер в 2017 г. отказался от покупки пшеницы в Казахстане, но при этом продолжает покупать зерно в Бразилии и Канаде. Причина – Казахстан потерял статус надежного партнера из-за срыва поставок в 2016 г.

Вышеназванные проблемы можно решить при централизованном научном подходе к каждой конкретной проблеме. Недостаток научного подхода очевиден, необходима разработка научно-практических рекомендаций и обоснование решений по рациональному размещению зерновых логистических центров с соответствующими производственными мощностями и инфраструктурой в регионах республики путем разработки механизма устойчивого развития сельских территорий, а также реализация экспортного потенциала регионов республики посредством формирования рациональных цепей поставок.

Необходимо создать интегрированную сеть зерновых логистических центров со специализацией инфраструктуры для производства, хранения, транспортировки и реализации зерновой продукции, а также выбора рациональных направлений экспорта зерна [3].

Для реализации поставленной цели требуется решение сложных задач:

- ♦ исследовать и провести комплексный маркетингово-логистический анализ состояния и основных тенденций развития существующей инфраструктуры по производству, хранению, транспортировке и реализации зерна и дать экспертную оценку современного состояния производства зерна, применяемых технологий, технической оснащенности и использования средств механизации на перевозку и хранение зерновых культур [4];

- ♦ уточнить сущность логистизации инфраструктуры по производству, хранению, транспортировке и реализации зерна на основе критического переосмысления современных взглядов по решению проблемы устойчивого развития сельских территорий с целью более содержательного раскрытия их специализаций, главных приоритетов и характеристик;

- ♦ выявить новые направления в развитии организационного механизма хозяйствования и маркетинга в сферах производства, переработки и реализации зерна на основе рассмотрения его как объекта применения логистики и определить организационные и экономические условия для наиболее действенного использования всех видов, звеньев и систем логистики;

- ♦ раскрыть специфику процесса совершенствования регионального рынка зерна с учетом закономерностей роста и падения экономики и определить внутренние и внешние факторы, прямо или косвенно влияющие на эффективность развития зернового рынка;

- ♦ предложить систему мер по смягчению негативных воздействий на производство и сбыт зерна, создание экспортных ресурсов и повышение конкурентоспособности отечественного зерна;

- ♦ выполнить прогноз производства зерна по инерционному и инновационному сценариям;
- ♦ построить математическую модель оптимального размещения зерновых логистических центров и сегментации зон обслуживания сельских территорий на основе аппарата непрерывной оптимизации (задачи вариационного исчисления специального вида);
- ♦ разработать численные методы исследования математических моделей оптимальной организации коммуникаций и оптимального размещения нескольких логистических объектов и сегментации зон обслуживания сельских территорий;
- ♦ исследовать современное состояние и обобщить тенденции развития логистических цепей зерновой продукции регионов Казахстана;
- ♦ провести анализ существующих логистических схем и технологий экспорта зерновой продукции магистральными видами транспорта;
- ♦ совершенствовать механизм планирования и организации цепей поставок с определением потенциальных потребителей экспорта и экспортных направлений цепей поставок зерновой продукции;
- ♦ разработать механизм минимизации коммерческих рисков в экспортной цепи поставок зерновой продукции и произвести оценку экономической эффективности экспортных цепей поставок [5, 6].

На первом этапе на основе комплексного маркетингово-логистического анализа и мониторинга необходимо определить тяготение сельских территорий к транспортным узлам и направлениям. На основе математической модели определить оптимальное размещение инфраструктуры, в перспективе – именно зерновых логистических центров. Затем произвести сегментацию зон обслуживания сельских территорий на основе аппарата непрерывной оптимизации (методом решения задачи вариационного исчисления специального вида), которая позволит, в отличие от известных моделей на графах, более полно учитывать географические и экономические особенности территории. Далее нужно использовать оригинальную методику решения задач по оптимизации создания региональной транспортно-логистической инфраструктуры, отличительной особенностью которой является возможность изменения шага дискретизации без изменения математической модели, что весьма проблематично для существующих дискретных моделей.

На втором этапе, после исследования современного состояния экспортных каналов нужно обобщить тенденции развития и создания новых экспортных логистических цепей зерновой продукции из регионов Казахстана на основе:

- ♦ уточнения и корректировки методологической роли логистики как одного из эффективных инструментов управления движением и преобразованием материальных (товарных) и соответствующих им финансовых и информационных потоков на участках управления сбытом зерновой продукции;
- ♦ выявления и систематизации факторов, влияющих на формирование цепей поставок в агропромышленном комплексе;
- ♦ разработки механизма организации, планирования и проектирования цепей поставок по потенциальным экспортным направлениям реализации зерновой продукции.

При этом можно использовать:

- ♦ методику минимизации коммерческих рисков в экспортной цепи поставок зерновой продукции;
- ♦ методику оценки экономической эффективности спроектированных экспортных цепей поставок зерновой продукции.

Реализация названных идей, предложений и научного подхода позволит создать на отечественном рынке самостоятельный организованный канал товародвижения зерна в экспортном направлении с оптимизацией издержек обращения, позволяющий поднять заинтересованность товаропроизводителей в наращивании производства зерна, улучшении его качества, снижении себестоимости и повышении конкурентоспособности на внешнем рынке. Одновременно это будет способствовать развитию инфраструктуры и совершенствованию товародвижения на всех внутренних направлениях перемещения зерновых потоков.

По итогам исследований можно ожидать получения следующих результатов:

- ♦ определение оптимального размещения инфраструктуры, в перспективе – именно зерновых логистических центров на основе математической модели;
- ♦ проведение сегментации зон обслуживания сельских территорий на основе аппарата непрерывной оптимизации (методом решения задачи вариационного исчисления специального вида), которая позволит, в отличие от известных моделей на графах, более полно учитывать географические и экономические особенности территории;
- ♦ использование оригинальной методики решения задач по оптимизации создания региональной транспортно-логистической инфраструктуры, отличительной особенностью которой является возможность изменения шага дискретизации без изменения математической модели, что весьма проблематично для существующих дискретных моделей;
- ♦ уточнение и корректировка методологической роли логистики как одного из эффективных инструментов управления движением и преобразованием материальных (товарных) и соответствующих им финансовых и информационных потоков на участках управления сбытом зерновой продукции;
- ♦ выявление и систематизация факторов, влияющих на формирование цепей поставок в агропромышленном комплексе;
- ♦ разработка механизма организации, планирования и проектирования цепей поставок по потенциальным экспортным направлениям реализации зерновой продукции;
- ♦ исследование и проведение комплексного маркетингово-логистического анализа состояния и основных тенденций развития существующей инфраструктуры по производству, хранению, транспортировке и реализации зерна и экспертная оценка современного состояния производства зерна, применяемых технологий, технической оснащенности и использования средств механизации на перевозку и хранение зерновых культур;
- ♦ разработка механизма минимизации коммерческих рисков в экспортной цепи поставок зерновой продукции и оценка экономической эффективности экспортных цепей поставок.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 <https://www.kursiv.kz/news/industry-issues/ktz-deficit-vagonov-dla-pogruzki-zerna-sozdaetsa-iskusstvenno/>.
- 2 Об утверждении Программы по развитию агропромышленного комплекса в Республике Казахстан на 2013–2020 годы «Агробизнес–2020»: утв. Постановлением Правительства Республики Казахстан 18 февраля 2013 г. № 151.
- 3 Бородин К.Г. Интеграция агропродовольственных рынков (ЕС, СНГ, РФ). – М.: ТЕИС, 2005. – 173 с.
- 4 Абрамова Г.П., Жигалин М.М., Семенова Е.И. и др. Маркетинг в АПК / под ред. Г.П. Абрамовой. – М.: Колос, 2012. – 240 с.
- 5 Гатаулин А.Н. (под ред.). Математическое моделирование экономических процессов в сельском хозяйстве. – М.: Агропроиздат, 1990. – 432 с.
- 6 Моделирование народохозяйственных процессов / под ред. И.В. Котова. – Ленинград: Изд. Ленинградского университета, 1990. – 286 с.

Аңдатпа

Бұл мақалада дақылдың егін жинау және соның салдары ретінде шағын, сақтау орындарына өндіру орындарынан тасымалдау проблемасы туындады, сондай-ақ экспорттық бағытта, оның ішінде тағайындалған пунктке дейін одан әрі жеткізу кезінде астықты кешіктірілген өңдеу қолданыстағы мәселені сипаттайды. Аграрлық секторда осы мәселелердің себептері анықталды: әлсіз жақтары климаттық жағдайларына тәуелді экспорттың жоғары капитал қарқындылығы, ұзақ өтелу мерзімі, оның ішінде ендірілетін ғылыми-зерттеу жобаларының төмен деңгейі, дамымаған сауда болып табылады. Осы факторлардың барлығы астық өнімдерін өндіру үшін қолданылады. Автор ауылдық елді мекендерді тұрақты дамытудың тетігін құруды, сондай-ақ ұтымды жеткізу тізбегін қалыптастыру жолымен ел өңірлерінің экспорттық әлеуетін іске асыру жолымен, еліміздің өңірлерінде тиісті өндірістік қуаттар мен инфрақұрылымдармен астық логистикалық орталықтарын құру және ұтымды орналастыру туралы шешім қабылдаудың негіздемесін әзірлеуді ұсынады. Ұсынылған идеяларды, ұсыныстар мен ғылыми көзқарастарды іске асыру Қазақстан нарығында астықты бөлу шығындарын

онтайландыру арқылы экспорттық нарықта астық тауар айналымының тәуелсіз ұйымдастырылған арнасын құруға мүмкіндік береді. Бұл астық өндірісін өндіруде тауар өндірушілердің қызығушылығын арттыруға, оның сапасын арттыруға, өндіріс шығындарын төмендетуге және сыртқы нарықта бәсекеге қабілеттілігін арттыруға мүмкіндік береді.

Тірек сөздер: логистика, астық өнімдері, ауылдық аймақтар, өңірлер, астық логистикалық орталықтары, онтайландыру, инфрақұрылым, экспорттық әлеует, жеткізу тізбегі.

Abstract

This article describes the current problem of untimely grain processing during the harvest season and, as a result, the loss of harvest, the problem of transportation from production sites, to storage sites, and further delivery to destinations, including export. The causes of these problems in the agro-industrial complex are determined; the weaknesses are the low level of introduction of research and development work, the underdevelopment of trade, including export, high capital intensity, a long payback period, and dependence on natural and climatic conditions, all these factors include to the production of grain products. The author of the study proposes the development of scientific and practical recommendations and the rationale for making decisions on the establishment and rational placement of grain logistics centers with the corresponding production capacities and infrastructure in the regions of the country by developing a mechanism for sustainable development of rural areas, as well as implementing the export potential of the regions of the country through the formation of rational supply chains. Realization of the proposed ideas, proposals and scientific approach will allow creating an independent organized channel for grain distribution in the export market with optimization of distribution costs in the Kazakhstan market, which will raise the interest of commodity producers in increasing grain production, improving its quality, reducing production costs and increasing competitiveness in the foreign market.

Key words: logistics, grain products, rural areas, regions, grain logistics centers, optimization, infrastructure, export potential, supply chain.

FORMATION AND DEVELOPMENT OF AGROMARKETING IN KAZAKHSTAN IN THE CONDITIONS OF INTEGRATION IN EEU

Abstract

The agrarian market is more complex than other markets, as it implies the creation of favorable conditions for the free promotion of not only agro-food products, but also of technologies, means of labor and etc. The EEU is a close form of integration, under which barriers in mutual trade will be abolished and unified. In these conditions, the most important element in the formation of a new economic mechanism of economic management and integration relations that is adequate to the requirements of the modern agrarian market is marketing, in which the consumer plays a major role in the production and marketing activities of agricultural business enterprises regardless of the form of ownership. Practice shows that the complexity of problems of getting out of the crisis is determined not so much by the lack of experience in managing the new conditions as by the weak validity of the conceptual support for transformations in the agrarian sphere. So far, there are no well-developed approaches to the creation and development of a multilevel agromarketing system, methodological developments in rational planning of marketing activities in the agribusinesses themselves, methods for assessing the economic effectiveness of marketing strategies implemented, etc. A systemic integrated marketing approach is required to solve the problem of sustainable and efficient functioning of agricultural industrial production and development of the food market in the context of interstate integration.

Key words: agromarketing, agromarketing system, agribusiness management, economic integration, food security.

In conditions of globalization of the world economy domestic agrarian production should be aimed at ensuring the country's food security. The key issue, as stated in the Message of the President of the Republic of Kazakhstan to the people of Kazakhstan "Kazakhstan way–2050: Common goal, common interests, common future", is to increase the competitiveness of the domestic commodity producer mainly through the technological re-equipment of production with the maximum use of the latest achievements of agrarian science [1]. Forms of integration relations between states are expanding, the most important of which is the interaction of the Commonwealth countries that are members of the Eurasian Economic Union – Russia, Belarus, Kazakhstan, Armenia, Kyrgyzstan.

Strengthening of integration in the sphere of agroindustrial complex is one of the priorities of the Community. The agrarian market is more complex than other markets, as it implies the creation of favorable conditions for the free promotion of not only agro-food products, but also of technologies, means of labor, and etc. The EEU is a close form of integration, under which barriers in mutual trade will be abolished and unified. The purpose of creation of EEU is to provide a favorable climate for attracting investments in the economies of the participating countries.

The agro-industrial production of Kazakhstan is developing unstably against the backdrop of significant fluctuations in crop yields. The growth in the production of agricultural products is mainly due to extensive factors. Imperfection of the organizational and economic mechanism of agricultural markets caused a number of negative consequences, such as the imbalance in the structure of grain production, low intensity of agricultural production, insufficient level of industrial processing of agricultural raw materials, disparity in prices for services and material and technical resources, and a decrease in the incomes of domestic agricultural producers. In this regard, a solution for the problems listed is required for the gradual recovery of Agroindustrial complex in inter-sectoral economic relations. Formation and implementation of effective state agrarian policy can transform the country into a forceful world agricultural power.

Complexity, dynamism and multifunctionality of the agrarian subcomplex system, the presence of unresolved aspects in the process of ensuring the stability of the agricultural market characterize the relevance of the research and necessitate the development of directions to improve the efficiency of its functioning. Consequently, a systemic integrated marketing approach is required to solve the

problem of sustainable and efficient functioning of agro-industrial production and development of the food market in the context of interstate integration.

It should be noted that in conditions of development of market relations in the Republic of Kazakhstan, the above-mentioned trends also take place in the retail food trade, although the dynamics of development of these factors and the degree of their influence on marketing are ambiguous and are in constant motion.

In order to improve the quality of scientific and technological forecasting in the conduct of marketing research, it is important to use the method of foresight research. The methodology determines the procedure for conducting a marketing research on long-term scientific and technological forecasting of the development of the market of the agro industrial complex in the conditions of economic integration by foresight research.

Modern conditions of management require a qualitative improvement of the methodology of marketing research of scientific and technological forecasting for the long-term period.

Technological, industry and regional forecasts should become important elements of the marketing forecasting system. However, it is not enough to accumulate various forecasts – their methodology should meet international trends. One of the management tools that unites the positive aspects of the planned and market economy can be attributed to the foresight method, widely used in many developed and developing countries in the formation of scientific and technical policy [2].

Foresight researches can serve as a basis in the selection of priorities implemented within the framework of major national and international programs of scientific, technical and innovative development of the agribusiness sectors. In the world practice, foresight has already turned from an instrument aimed at identifying technological trends into an independent, actively developing scientific activity covering a wide range of research methods.

The following algorithm for carrying out foresight research on the development of the agro-industrial complex in the conditions of the EAPS is suggested, and it can be represented as a chain: the goal – tasks – condition – alternatives – execution.

The purpose of conducting foresight research of the development of the agroindustrial complex branches is to identify a spectrum of necessary technologies and technological solutions that correspond to potentially probable variants of the “vision” of the future shape of the key sectors of the agro-market, to identify directions for inter-sector development taking into account integration trends.

In carrying out foresight research of scientific and technological forecasting of the development of the agribusiness sectors under the conditions of integration, it may include the following tasks:

- ◆ a picture of the likely trends in the future development of the agribusiness sector, the challenges and opportunities for their resolution;
- ◆ an assessment of the strengths and weaknesses of the scientific and technological development of the agro-industrial complex in the context of integration;
- ◆ attracting new players to the process of discussing the problems of the development of the agribusiness sectors in the context of integration and the development of state policy in this area;
- ◆ increasing the effectiveness of agrarian policy by better informing decision-makers about the long-term prospects for the development of industries;
- ◆ an assessment of the technological capabilities of selected areas to improve the competitiveness of the agroindustrial complex in the world and domestic markets and the formation of sectoral strategies.

Fulfillment of works on carrying out foresight researches of agroindustrial complex branches in the conditions of integration requires the implementation of the following organizational measures:

- ◆ definition of the long-term scientific and technological forecast operator for the development of the agro-industrial complex in the conditions of the EEU;
- ◆ creation of expert working groups on the research direction, formation and approval of the regulations of the work of expert working groups;
- ◆ conducting activities aimed at the interaction of representatives of the scientific community, education, the real sector of the economy, business and government in the implementation of the study;
- ◆ interaction of participants in the study of the evaluation of the efficiency of development of the agroindustrial complex branches in the conditions of the EEU with foreign experts in the field of long-term forecasting.

Further a combination of methods and tools for foresight research into the development of the agro-industrial complex in the conditions of the EEU is determined:

- ◆ an overview of information and literary sources;
- ◆ an analysis of global trends, SWOT-analysis, structural analysis, determination of mega-trends;
- ◆ questioning of experts, dolphi method, focus groups;
- ◆ the construction of scenarios for the development of the agro-industrial complex in the conditions of the EEU;
- ◆ identification of priority technologies for the development of agro-industrial sectors in the conditions of the EEU;
- ◆ development of technological road maps for the development of the agro-industrial complex in the conditions of the EEU.

Based on the results of the foresight projects, road maps are being developed to determine the strategic priorities for the development of the agro-industrial complex in the conditions of the EEU – a structured set of indicators and tasks, the achievement of which leads to the achievement of a common goal and allows tracking the implementation of program activities.

Foresight is a relatively new marketing tool in Kazakhstan. The first scientific and technological foresight, which is unique in its content and tasks, was carried out by JSC “National Agency for Technological Development” in the period of 2010–2011. with the purpose of determining the strategic directions of development of Kazakhstan until 2020.

There is no sustainable practice of developing long-term priorities in the context of integration in the country yet. In order to concentrate available resources on the strategic priorities of the country, within the identified priority technological areas, that technologies are identified which can give an impetus to the further development of the agribusiness sectors and will allow them to be brought to a qualitatively new level.

The specificity of any national marketing, considered systematically, is determined by a complex of objective-subjective conditions that form the economic, political and social life of the country. Such objective factors include: the size of the country’s territory, population, natural resources, economic, spiritual, historical and political potential. Subjective factors include the national character, historical events, type of family, national interests, ideals, other spiritual values, social achievements, preferential communication, national consumption and religion. Thus, each national marketing model has an original objective-subjective corridor, within which it is formed. This definitely applies to agromarketing systems of countries too.

There are American, Japanese, Scandinavian national marketing models. In the post-Soviet space, the Russian model of marketing activity was also recognized. The use of marketing in Kazakhstan also has more than 20 years of history and similar in content to the Russian model due to similar starting conditions and development conditions. This state of marketing meets the requirements of the integration process taking place within the framework of the EEU, when it usually involves states with approximately the same level of development [3].

The use of agromarketing led to the transition of the agrarian sphere of the economy to market relations, which, in turn, required the formation of a new economic mechanism of economic management that was adequate to the market. In marketing activities, the main role of the production and marketing activities of agribusiness enterprises, regardless of the form of ownership, should be determined by the consumer.

Practice shows that the complexity of the problems of getting out of the crisis is determined not only by the lack of experience in managing in the new conditions, but also by the weak validity of the conceptual support for transformations in the agrarian sphere. So far, even in the Russian marketing model recognized in the post-Soviet space, there are no well-developed approaches to the creation and development of federal and regional agromarketing systems, methodological developments in rational planning of marketing activities in the agribusinesses themselves, methods for assessing the economic effectiveness of marketing strategies implemented, etc. These circumstances have as a consequence large miscalculations in the strategies of agrarian policy of the state, regions and serious aggravation of social contradictions [4]. At the same time, the provision of agricultural products by examples of Moscow and St. Petersburg is indicative, when almost every district of megacities owns retail trade

enterprises that offer agrofirma products. Wherein, the assortment of dairy products differs in their comparative variety. In these enterprises there is a choice of bakery products and pastries.

In the context of imposing sanctions of European countries on the supply of food products to Russia, there are proposals for a revival of consumer cooperation. This, in our view, is a tried and tested way in both Soviet and foreign practice not only to saturate the food market, but also the possibility of attracting the population's funds, especially the rural population, in investing in the production of goods for it, on the one hand, and the broader formation of a layer of proprietors in the economy. It should also be considered as a way to expand the middle class in the country, which is in line with the strategic goals of sustainable development of countries in the world economy, the priority of stabilizing economic growth in the conditions of building a global economy. After all, as world practice shows, states and territories with average per capita income, allocated to a separate group according to the official analytical classification of the World Bank, are more stable in both political and economic development. It is noteworthy that this classification is not dogmatic and its methodology fixes changes during the fiscal year and is updated annually (updated statistics are usually published in October–November) [5].

The most important change in the classification of 2013 (2014 fiscal year – f.y.) is the transition of the Russian Federation to a group of high-income countries. Lithuania, Uruguay and Chile were also included for the first time to this group (Latvia was already a member of the group of high-income countries in 2011 f.y. and Antigua and Barbuda in 2010 f.y.) while Hungary returns to the group of countries with incomes above the average after staying in the group of high-income countries since in 2009 f.y. It is also noteworthy that after a large-scale revision of the data on Iraq, this country has risen to a group of countries with incomes above the average level [6].

October 7, 2015 in Lima (Peru) on the presentation of the World Bank and International Monetary Fund “The world at the stage of a major demographic transition with far-reaching consequences in the field of migration, poverty and global development” Shawn Nolan, who is a Deputy Director of the IMF Department for Strategy, Policy and Analysis, said: “The world economic environment is becoming less stable. Forecasts of economic growth were again revised downward, and this confirms our fears that the rate of economic growth may significantly decrease in many countries. To restore productivity growth, reforms are needed to increase the supply, while the main measures must be adapted to the situation in the country”.

To solve the problem of Kazakhstan joining the group of high-income countries, it was necessary to ensure the annual growth rate of the domestic economy at precisely 7% in real terms. It is noteworthy that oil prices were forecasted at the level of \$ 80 in 2011, \$ 70 per barrel in 2012–2015.

The similarity of the situation with the use of marketing in the Russian Federation and the Republic of Kazakhstan does not mean that there are no marketing methods for the branches of agriculture in the Republic of Kazakhstan. So, in the mid-1990s, the republic was working with the EU TACIS program, which resulted in monitoring prices for agricultural products. The marketing planning methodology at the fruit and vegetable enterprises was presented at one of the seminars of this project in and was included in the candidate's thesis. The need for information and consulting support for domestic agricultural producers became the basis for the establishment on the basis of the Decree of the Government of the Republic of Kazakhstan of February 28, 2003, № 220 JSC “Kazagromarketing”. The main goal of JSC “Kazagromarketing” is to improve the level of agribusiness efficiency by providing broad access to agricultural information producers for information and consulting services. To implement the state policy on the formation and development of a competitive and export-oriented agro-industrial complex in accordance with the Decree of the President of the Republic of Kazakhstan of December 11, 2006 № 220 “On some issues of development of the agro-industrial complex” JSC “National managing holding “Kazagro” was established. In December 2008, the commodity exchange “Eurasian commodity system” was established in the Republic of Kazakhstan, where the exchange trade in grain takes place.

Nevertheless, the importance and relevance of theoretical, methodological and practical aspects of the formation of marketing systems is still growing because in the agrarian sector of the economy it is traditionally difficult to implement anti-crisis programs, there is no proper assessment of the impact of structural transformations in the agro-industrial complex on the marketing activities of enterprises.

Until now, the interests of suppliers, intermediaries, agricultural producers and consumers of products have not been balanced [4].

Differences between agro-marketing systems of Kazakhstan and Russia from the agricultural system of Belarus justified the holding of the XII forum of interregional cooperation of the first two countries, the main theme of which was cooperation in the agro-industrial complex and ensuring food security.

The similarity of Kazakh marketing with the Russian one, which is also the integration basis of the economy of the two countries, means that the Russian model, a market management system developing at three levels, is acceptable in its implementation within the framework of the EEU agro-marketing system:

1) macroeconomic, ensuring the regulation of proportions between producers, consumers and needs in order to determine on this basis the priority directions of the agrarian policy of the integration grouping, including food security as a component of its economic and environmental security;

2) regional, ensuring the development of regional and interregional markets able to meet the needs of both the region and the EEU countries as a whole, on the basis of free equivalent exchange;

3) microeconomic, providing conditions for competitive marketing of individual firms and enterprises, both large, small and medium.

This model assumes that the agro-marketing of the EEU should integrate the commodity strategy with satisfying the needs for food and agricultural raw materials for other branches of the economy of the integration group.

As in all activities, national and international marketing models should be based in their development on the constant study and creative assimilation of world practical experience. From this point of view, the experience of EU agricultural policy is of interest.

The risk nature of the agricultural business can be considered justified in agro-marketing systems of PPPs. Even at the WTO level, this is taken into account when working out customs policies by individual regions and member countries of this organization. For the countries which are members of the Eurasian Economic Union, public-private partnership represents a new area of activity, the methodological foundations of which for the successful implementation of projects have not yet been sufficiently developed. At the same time, the effectiveness of the development of the Republic of Kazakhstan at present in many sectors will depend on this new instrument of economic development and modern models of interaction between business structures and state subjects.

As a result of the development of public-private partnership projects, problems arise in assessing the degree of socio-economic significance of projects, the level of their effectiveness with a view to making decisions on their implementation. This is also true for the agrarian sector of the economy that provides food security for the country.

Today, basic PPP models for the infrastructure sectors of the EEU have been developed. On their basis, a large number of combinations of their individual elements are possible. In each concrete case, when concluding an agreement for building a PPP model, it is necessary to proceed from the goals set by the partners, and their capabilities, primarily resource ones. Attention should be given to the ability of partners to attract new resources, their experience in successful implementation of projects, as well as the level of responsibility and trust of partners.

To integrate agromarketing systems, to ensure their balanced development, to prevent risks of introducing trade restrictions and to move towards partnership competition within the framework of the EEU, it is necessary: to substantiate the system and mechanism of effective marketing activity in the agrarian sphere of production at the level: enterprise – region of the country – country – EEU; to develop scientific and practical recommendations on the introduction of effective methods for managing agro-marketing at the level of the EEU and a specific enterprise.

LIST OF LITERATURE

1 A Message of the President of the Republic of Kazakhstan – Leader of the Nation Nursultan Nazarbayev to the people of Kazakhstan «Strategy «Kazakhstan–2050»: new political course of the state». – Astana, 2012. – December 14.

2 Sokolov A.V., Chulok A.A. Long-term forecast of scientific and technological development of Russia for the period up to 2013: key features and first results // Foresight. – 2012. – V. 6. – № 1. – P. 12.

3 Padalkina L.S., Klochkov V.V., Tarasova S.V. and others. World Economy: stud. / published by I.P. Nikolayeva. – M.: Avenue, 2010. – 340 p.

4 Meshkova G.V. The development of agromarketing systems: the territorial and branch aspect: abstract. ... cand. econ. science – 08.00.05. – SPb: St. Petersburg State Agrarian University, 2008. – 19 p.

5 Vashanov V.A. Russia and the CIS: economic relations. – M.: Publishing house «ALVO», 2002. – 328 p.

6 Press release «New classification of countries». – [Electronic Resource]. – Access mode: <http://www.worldbank.org/ru/news/press-release/2013/07/02/new-country-classification>.

Аңдатпа

Аграрлық нарық басқа нарықтарға қарағанда неғұрлым күрделі, себебі аграрлық азық-түлік тауарларының еркін қозғалысын ғана емес, сондай-ақ, технология, еңбек құралдары және басқалардың да еркін қозғалысына жағымды жағдай қалыптастыруды білдіреді. ЕЭО – өзара сауда-саттықта кедергілер жойылатын және біріздендірілетін интеграция нысаны. Мұндай жағдайда маркетинг заманауи аграрлық нарық, шаруашылық етудің экономикалық механизмі және біріктірілген өзара қарым-қатынастың жаңа талаптарына сәйкес келетін маңызды элементі болып табылады, аталған жағдайда меншік нысанына қарамастан АӨК кәсіпорындарындағы маркетингтің өндірістік-өткізушілік рөлі тұтынушылармен анықталады. Тәжірибе көрсетіп отырғанындай, дағдарыстан шығу мәселелерінің күрделілігі, жаңа жағдайда шаруашылық ету тәжірибесінің болмауы ғана емес, сондай-ақ аграрлық салада қайта құруды қалыптастыратын тұжырымдамалық негіздің әлсіз болуы. Осы уақытқа дейін агромаркетингтің көп деңгейлі жүйесін құру және дамытуда пысықталған тәсілдер, АӨК кәсіпорындарында маркетинг қызметін рационалды жоспарлау бойынша әдістемелік әзірлемелер, жүзеге асырылатын маркетинг стратегиялардың экономикалық тиімділігін бағалайтын әдістемелер және басқалар жоқ. Аграрлық ішкі кешені жүйесінің күрделілігі, серпінділігі және көпфункционалдығы, агронарықтың тұрақтылығын қамтамасыз ету процесіндегі шешілмеген аспектілердің болуы зерттеудің өзектілігін сипаттайды және оның қызмет ету тиімділігін жоғарылату бойынша бағыттарды әзірлеудің қажеттілігін негіздейді. Сәйкесінше, агроөнеркәсіптік өндірістің тұрақты және тиімді қызмет ету мәселелерін шешуде және мемлекетаралық интеграция жағдайында азық-түлік нарығын дамытуда жүйелі кешенді маркетингтік тәсілді талап етеді.

Кілт сөздер: агромаркетинг, агромаркетингтік жүйе, агробизнесті басқару, экономикалық интеграция, азық-түлік қауіпсіздігі.

Аннотация

Аграрный рынок – более сложный, чем другие рынки, так как подразумевает создание благоприятных условий для свободного продвижения не только агропродовольственных товаров, но и технологий, средств труда и др. ЕАЭС – это тесная форма интеграции, при которой барьеры во взаимной торговле будут отменены и унифицированы. В этих условиях важнейшим элементом формирования нового, адекватного требованиям современного аграрного рынка, экономического механизма хозяйствования и интеграционных взаимоотношений является маркетинг, при котором основная роль производственно-сбытовой деятельности предприятий АПК независимо от форм собственности определяется потребителем. Практика показывает, что сложность проблем выхода из кризиса определяется не столько отсутствием опыта хозяйствования в новых условиях, сколько слабой обоснованностью концептуального сопровождения преобразований в аграрной сфере. До сих пор нет проработанных подходов к созданию и развитию многоуровневой системы агромаркетинга, методических разработок по рациональному планированию маркетинговой деятельности в самих предприятиях АПК, методики оценки экономической эффективности реализуемых маркетинговых стратегий и т.д. Сложность, динамичность и многофункциональность системы аграрного подкомплекса, наличие нерешенных аспектов в процессе обеспечения устойчивости агрорынка характеризуют актуальность исследования и обуславливают необходимость разработки направлений по повышению эффективности его функционирования. Следовательно, требуется системный комплексный маркетинговый подход к решению проблемы устойчивого и эффективного функционирования агропромышленного производства и развития продовольственного рынка в условиях межгосударственной интеграции.

Ключевые слова: агромаркетинг, агромаркетинговая система, управление агробизнесом, экономическая интеграция, продовольственная безопасность.

Т.А. АСАНОВА,¹
аға оқытушы.
«Тұран» университеті¹

АЛМАТЫ ҚАЛАСЫ ТҰТЫНУШЫЛАРЫНЫҢ ЕТ ЖӘНЕ ЕТ ӨНІМДЕРІНЕ СҰРАНЫСЫ МЕН ТАЛҒАМДАРЫНА МАРКЕТИНГТІК ЗЕРТТЕУ

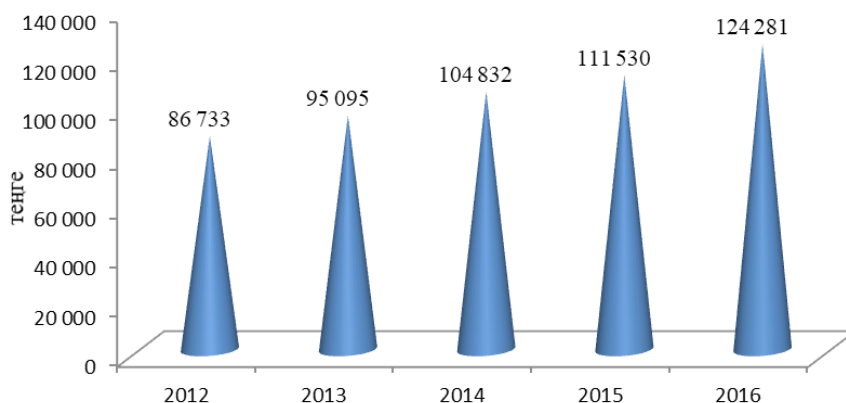
Андатпа

Мақалада Алматы қ. тұтынушыларының ет және ет өнімдеріне сұранысы мен талғамдарына талдау жасалды. Республикада ет өндіру ауылшаруашылығының негізгі және басымды бағыттарының бірі болып саналады. Қазақстанда ет және ет өнімдерін өндіру мен тұтыну халықтың тамақтану ерекшеліктеріне және өмір сүру сапасына байланысты болады. Қазіргі кезде нарықты отандық ет өнімдерімен қанықтыру, сапаны жақсарту, бәсекеге қабілеттілікті арттыру, ассортиментті кеңейту мәселелері үлкен маңызға ие болуда. Бұл үшін мал басының тұрақты өсуі, оның өнімділігінің және ет өндіру көлемінің артуы сияқты алғышарттар бар. Еліміздің агроөнеркәсіптік кешенінің әлеуетті мүмкіндіктері берілген өнім бойынша азық-түліктік қауіпсіздікті және халықтың ішкі төлемқабілеттілігі бар сұранысты толығымен қанағаттандыруға жағдай жасайды. Қазақстанның ет өңдеуші кәсіпорындары қатаң бәсекелестік жағдайда қызмет етеді, әсіресе шетел өндірушілер тарапынан ерекше байқалады. Ет өнімдері нарығындағы бәсекелестіктің күшею жағдайында, бәсекелестік позицияны сақтап қалу үшін отандық компаниялар мен фирмалардың күштері мен ұмтылыстарын маркетингтік зерттеу жүргізу көмегімен мобилизациялау қажет. Талдаудың негізгі әдісі ретінде сауалнама тандалды. Сауалнама нәтижелері берілді және тиісті қорытындылар жасалды. Тұтынушылардың сатып алу қабілеттілігін кешенді зерттеу мақсатында, халықтың ақшалай және тұтыну шығындарына, сондай-ақ, халықтың жан басына шаққандағы ет және ет өнімдерін тұтыну динамикасына талдау жүргізілген.

Тірек сөздер: маркетинг, маркетингтік зерттеу, нарық, ет және ет өнімдері, сұраныс, тұтынушылар талғамдары, бәсекелестік.

Азық-түлік қауіпсіздігінің негізін ішкі сұраныстың 80%-дан көбін қамтамасыз ететін отандық ауыл шаруашылығының шикізаты мен азық-түлігі құрайды. «Қазақстан Республикасының 2013–2020 жылдарға арналған агроөнеркәсіптік кешенін дамыту бағдарламасы» республиканың АӨК субъектілерінің бәсекеге қабілеттілігін арттыру, қалыптасқан экспорттық ресурстар мен импортты тоқтату арқылы өз мақсатына жетуді негіз етеді [1].

Қазіргі жағдайда ет өнімдері нарығының потенциалы (әлеуеті) тұтыну көлемімен шектелмейді, сонымен қатар сатып алу қабілеттілігімен байланысты. Сатып алу қабілеттілігін кешенді зерттеу үшін халықтың ақшалай табыстары мен шығындарын қарастыру қажет (сурет 1).



Сурет 1 – Халықтың атаулы ақшалай табыстары бір айда жан басына шаққанда, теңге

Сурет мәліметтерінен көріп отырғанымыздай, 2012 жылы халықтың атаулы ақшалай табыстары бір айда жан басына шаққанда 86 733 теңге болса, ал 2016 жылы бұл көрсеткіш 124 281 теңгені құрады немесе 43,2%-ға артқан. Халық табысының жоғарылауы нәтижесінде тұтынушылардың төлем қабілеттілігі арта түседі [2].

Тұтынушылар сұранысын зерттеуде үй шаруашылықтарының тұтыну шығындарының құрылымын талдаудың маңызы зор.

Кесте 1 – Алматы қаласы бойынша үй шаруашылықтарының тұтыну шығындарының құрылымы, пайызбен

Шығындар	Жылдар					2016—2012 жж. салыстырғанда, %
	2012	2013	2014	2015	2016	
Тұтыну шығыстары оның ішінде:	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
азық-түлік тауарлары	46,4	45,0	43,3	43,6	44,3	-4,6
азық-түлік емес тауарлар	25,3	24,8	26,0	25,9	25,2	-0,4
Ақылы қызметтер	28,3	30,2	30,7	30,5	30,5	7,7

Ескертпе — Зерттеу негізінде автормен әзірленген.

Кесте мәліметтерінен көріп отырғанымыздай, Алматы қаласы бойынша 2012 жылы үй шаруашылықтарының тұтыну шығындарының құрылымында азық-түлік тауарларына жұмсалған шығындар 46,4%-ды, азық-түлік емес тауарларына 25,3%-ды және ақылы қызметтерге 28,3%-ды құраса, ал 2016 жылы үй шаруашылықтарының тұтыну шығындарының құрылымында азық-түлік тауарларына жұмсалған шығындар 44,3%-ды, азық-түлік емес тауарларына 25,3%-ды және ақылы қызметтерге тиесілі шығындар 30,5%-ды құрады (кесте 1).

2016 жылғы үй шаруашылықтарының тұтыну шығындарының құрылымын 2012 жылмен салыстырсақ, Алматы қаласы бойынша азық-түлік тауарларына жұмсалған шығындар 4,6%-ға және азық-түлік емес тауарларына 0,4%-ға төмендеген, ал ақылы қызметтерге жұмсалған шығындар 7,7%-ға артқан. 2016 жылы Алматы қаласы үй шаруашылықтарының тамақ өнімдеріне жұмсалған шығыстарының құрылымында ет және ет өнімдерін тұтынуға жұмсалған шығындар 13,9%-ды құрады.

Келесі кестеден бір айда үй шаруашылықтың бір мүшесінің тамақ өнімдерін тұтынуы берілген.

Кесте 2 – Алматы қаласы бойынша бір айда үй шаруашылықтың бір мүшесінің тамақ өнімдерін тұтынуы, кг

Өнім түрлері	Жылдар					2016 ж. 2012—2015 жж. салыстырғанда, %	
	2012	2013	2014	2015	2016	2012	2015
Нан өнімдері мен жарма өнімдері	8,4	7,9	8,3	8,6	8,6	102,3	100,0
Ет және ет өнімдері	6,9	7,1	6,7	6,8	6,8	98,5	100,0
Балық және теңіз өнімдері	1,0	1,2	1,0	0,9	0,9	90,0	100,0
Сүт өнімдері	22,0	20,9	21,3	21,4	21,8	99,0	101,8
Жұмыртқа, дана	16,6	16,5	15,6	16,6	16,5	99,3	99,3
Май және тоң май	1,5	1,4	1,5	1,6	1,6	106,6	100,0
Жемістер	6,7	6,8	6,4	6,5	5,8	86,5	89,2
Көкөністер	8,5	8,2	8,1	8,3	7,9	92,9	95,1
Картоп	4,0	3,8	3,7	3,6	3,7	92,5	102,7
Қант, кондитерлік өнімдер және тәттілер	3,2	3,2	3,2	3,5	3,2	100,0	91,4

Ескертпе — Зерттеу негізінде автормен әзірленген.

Кесте мәліметтерінен көріп отырғанымыздай, Алматы қаласы бойынша бір айда үй шаруашылықтың бір мүшесінің тамақ өнімдерін тұтынуында 2016 жылды 2012 жылмен салыстырғанда өзгерістер байқалмайды (кесте 2). Атап айтқанда, нан өнімдері мен жарма өнімдері 2,3%-ға, май және тоң май 6,6%-ға, ет және ет өнімдері 1,5%-ға, балық және теңіз өнімдері 10%-ға, сүт өнімдері 1,0%-ға, жұмыртқа 0,7%-ға, көкөністер 7,1%-ға, картоп 7,5%-ға және қант, кондитерлік өнімдер мен тәттілерді тұтыну 8,6-ға төмендеген.

Кесте 3 – Халықтың жан басына шаққандағы ет және ет өнімдерін тұтыну көлемі, кг/жыл

Өнім түрлері	Жылдар					2016 ж. 2012–2015 жж. салыстырғанда, %	
	2012	2013	2014	2015	2016	2012	2015
Етті тұтынудың рационалды нормасы кг/жыл	82,0	82,0	82,0	82,0	82,0	100	100
ҚР ет және ет өнімдерін тұтыну, кг/жыл	67	70	71	74	73	108,9	98,6
ҚР ет және ет өнімдерін тұтынудың рационалды нормаға қатынасы, кг/жыл	81,7	85,3	86,5	90,2	89,0	108,9	98,6
Алматы қаласындағы ет және ет өнімдерін тұтыну, кг/жыл	82,0	85,0	80,1	82,0	82,0	100,0	100,0
Алматы қаласындағы ет және ет өнімдерін тұтынудың рационалды нормаға қатынасы, кг/жыл	100,0	103,6	98,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Ескертпе — Зерттеу негізінде автормен әзірленген.

Кесте мәліметтерінен көріп отырғанымыздай, Қазақстанда халықтың жан басына шаққандағы ет және ет өнімдерін тұтыну көлемі тұрақты түрде артуда. Қазақстанда халықтың жан басына шаққандағы ет және ет өнімдерін тұтыну көлемі 2012 жылы 67 кг болса, ал бұл көрсеткіш 2016 жылы 73 кг құрады немесе 8,9%-ға артқан (кесте 3). Алматы қаласы бойынша 2016 жылдағы халықтың жан басына шаққандағы ет және ет өнімдерін тұтыну көлемі 2012 жылмен салыстырғанда өзгеріссіз қалғанын байқаймыз [3].

Нарықтағы ет өнімдеріне деген қажеттілік пен сұранысты анықтауда тұтынушылардың талғамдары мен талаптарына маркетингтік зерттеу жүргізудің маңызы зор. Бұл ет өңдеуші кәсіпорындары өндіретін өнімдерінің ассортиментін тиімді қалыптастыруға және ет өнімдерін тұтынушылардың қажеттіліктері мен сұраныстарын жеткілікті түрде қанағаттандыруға мүмкіндік береді.

Алматы қаласы бойынша ет және ет өнімдерін тұтынушылардың талаптары мен талғамдарын анықтау мақсатында маркетингтік зерттеу жүргізілді. Маркетингтік зерттеудің әдісі ретінде респонденттерден пікір сұрау алынды.

Сауалнамаға қатысқан тұтынушыларға «Сіз қандай ет өнімдерін тұтынасыз?» деген сұрақ қойылды.

Ет өнімдері нарығын екі топқа бөлуге болады: жиі немесе күнделікті тұтынудағы өнімдер және кезеңдік тұтынудағы өнімдер. Жиі немесе күнделікті тұтынудағы ет өнімдеріне пісірілген шұжық, жартылай ысталған, жартылай ет фабрикастары және сосискалар мен сарделкалар жатса, ал кезеңдік тұтынудағы ет өнімдеріне шикідей ысталған және ет деликатестерін жатқызуға болады. Кезеңдік тұтынудағы ет өнімдеріне сұраныс әсіресе мейрам күндері артады. Зерттеу барысында респонденттердің 27%-ы пісірілген шұжықты, 18%-ы сосискалар мен сарделкаларды, 16%-ы жартылай ет фабрикастарын, 13%-ы ет деликатестерін, 11%-ы пісіріліп ысталған шұжықты, 9%-ы жартылай ысталған шұжықты және 6%-ы шикідей ысталған шұжық өнімдерін тұтынатыны анықталды.

Сауалнамаға қатысқан тұтынушыларға «Сіз ет өнімдерін қаншалықты жиі сатып аласыз?» деген сұрақ қою арқылы ет өнімдерін сатып алу жиілігі анықталды. Респонденттердің 53%-ы айына 2–3 рет, 27%-ы аптасына 2–3 рет және 18%-ы айына бір рет ет өнімдерін сатып алатыны белгілі болды.

Тұтынушылардың ет өнімдерін таңдаудағы талғамдары табыстарына байланысты ауытқып отырады. Дегенмен, тұтынушылар ет өнімдерін таңдауда өнімнің бағасына, дәмдік сапасына және сыртқы көрінісіне ерекше көңіл бөледі. Зерттеу барысында ет өнімдерін таңдауда әсер ететін факторлар ретінде респонденттердің 30%-ы өнімнің сапасын, 19%-ы өнімнің бағасын, 16%-ы сыртқы көрінісін, 14%-ы өндіруші беделін, 10%-ы өнімнің құрамын, 7%-ы сатып алу орынын және 4%-ы өнімнің жарамдылық мерзімі, өнімнің салмағы, өнімнің қаптамасы және сатушылар мен таныстардың пікірі сияқты басқа да факторларды атады.

Өндірушінің беделі ет өнімдерін таңдаудағы негізгі факторлардың бірі болғандықтан, респонденттерден «Жергілікті нарықтағы қандай ет өнімдерін өндірушілерді білесіз?» деген сұраққа жауап алынды. Респонденттердің пікірінше жергілікті нарықта ет өнімдерін өндірушілердің танымалдылық дәрежесінде «Беккер және К» 33%-ды, «Первомайские деликатесы» ЖШС 22%-ды, «ЕӨЗ Бижан» ЖШС 19%-ды, Алимпиев ЖШС 14%-ды иеленді. Сондай-ақ респонденттердің 12%-ы басқа да ет өндірушілерді атады, олардың ішінде: Назик ЖШС, Еткон ЖШС, Бремен ЖШС, Аңсар Азия ЖШС және Ораз ЖШС. Ет өнімдерін өндірушілердің танымалдық дәрежесі бойынша көшбасшы «Беккер және К» ЖШС-нің мақсаты – табиғи өнімдердің құндылығы мен олардың әрбір отбасында тұтынылуы дәстүрін қамқорлықпен сақтау. Тек жаңадан салқындатылған етті, жоғары сапалы дәмдеуіштерді қолдану, өндірісте механизация мен автоматтандырылудың жоғары деңгейін пайдалану, санитарлық-тазалық талаптарын орындау, құзыретті персоналдың болуы – өнімінің қауіпсіздігі мен жоғары сапасын, тұтынушылардың қанағаттануы мен «Беккер» брендин қалауын анықтайды. «Беккер және К» ЖШС заманауи маркетинг технологияларын қолдану бойынша көшбасшы болып табылады. Кәсіпорын атқаратын шаралардың көбі өз өнімінің брендин «Беккер және К» сауда белгісін дамыту есебінен құру және жылжытумен байланысты [4].

Ет өңдеуші кәсіпорын тұтынушылардың қажеттіліктерін қанағаттандыру үшін сапа деңгейінің баға деңгейіне сәйкестігін ескеруі керек. «Сіздің пікіріңізше ет өнімдерінің сапа деңгейі баға деңгейіне сәйкес келе ме?» деген сұраққа респонденттердің 74%-ы «иә», 18%-ы «әрқашан сәйкес келе бермейді» және 8%-ы «жоқ» деп жауап берді.

Респонденттер өнімнің сыртқы көрінісін ет өнімдерін таңдауда әсер ететін факторлардың бірі ретінде атағандықтан, оларға «Сіз қандай безендірудегі шұжық өнімдерін сатып алуды қалайсыз?» деген сұрақ қойылды. Нәтижесінде шұжық өнімдерін сатып алуда тұтынушылардың 58%-ы қаптамада және кесілген өнімді, 36%-ы өлшеніп сатылатын шұжықты қаласа, ал респонденттердің 6%-ы үшін шұжық өнімінің безендіруі маңызды емес екендігі анықталды.

Тұтынушылардың шұжық өнімдеріне қойылатын талаптардың бірі құрамында сояның болмауы болып табылады. Респонденттердің 80%-ы шұжық өнімдерінің құрамында сояның бар болуын өндірушілер жасыратынын айтты. Сондықтан да тұтынушылар соя аз қосылған шұжық өнімдерін сатып алуға тырысады. Зерттеу барысында респонденттер «Сіздің шұжық өнімдерінің құрамында сояның болуына көзқарасыңыз қандай?» деген сұраққа жауап берді.

Сауалнамаға қатысқан тұтынушылардың 56,5%-ы шұжықтың құрамында соя болмағанын, 35,5%-ы шұжықтың дәмін бұзбаған жағдайда, шұжықтың құрамында сояның болуына қарсы емес екендігін, респонденттердің 7,7%-ы үшін маңызды емес екендігін және 0,3%-ы денсаулыққа пайдалы болғандықтан шұжықтың құрамында соя болғанын қалайтындығын атап өтті.

Тұтынушылар ет және ет өнімдерін сатып алуда түрлі ақпарат алу көздерін қолданады. Респонденттердің 53%-ы өзіндік тәжірибеге, 18%-ы өндіруші туралы мәліметке, 14%-ы таныстардың пікіріне, 10%-ы коммерциялық ақпаратқа және 5%-ы сатушының пікіріне жүгінетіні анықталды.

Нарықта ұсынылып отырған шұжық өнімдерінің көпшілігі белгілі бір тұтынушылар категориясына ұсынылмағанын ескере отырып, балаларға арналған шұжық өнімдері бойынша мақсатты аудиторияны анықтау үшін респонденттерге «Сіздің балаңыз бар ма?» деген сұрақ қойылды.

Сауалнамаға қатысқан респонденттердің 78%-ның балалары бар екендігі және 22%-ның балалары жоқ екендігі анықталды. Балаларға арналған шұжық өнімдері бойынша мақсатты аудиторияны анықтау өндірушілерге өнім ассортименттерін кеңейтуге және балалардың толыққанды тамақтануы арқылы денсаулығын сақтауға мүмкіндік береді. Сәйкесінше, респон-

денттерге «Сіз балаларыңыз үшін қандай шұжық өнімдерін сатып алуды қалар едіңіз?» деген сұрақ қойылды. Бұл сұраққа сұраққа респонденттердің 35%-ы балаларға арналған сосискаларда, 27%-ы балаларға арналған кішкене шұжықтарды, 12%-ы балаларға арналған сарделкаларды және 16%-ы «Халал» өнімдерін қалайтындарын айтты. Сондай-ақ респонденттердің 10%-ы арнайы балаларға арналған ет өнімдерін сатып алмайтындары анықталды.

Ет өнімдеріне деген сұраныс тұтынушылардың жас мөлшеріне байланысты ерекшеленеді. Сауалнамаға қатысқан 25 жасқа дейінгі тұтынушылар 18%-ды, 25–35 жас аралығындағы тұтынушылар 27%-ды, 36–45 жас аралығындағы тұтынушылар 33%-ды, 46–60 жас аралағындағы тұтынушылар 14%-ды және 61 және одан жоғары жастағы тұтынушылар 8%-ды құрады.

Сауалнамаға қатысқан респонденттердің 73%-ы әйел адамдары болса, ал 27%-ы ер адамдар болып табылады. Себебі, ет өнімдері күнделікті сұраныстағы өнім болып табылады және күнделікті сатып алуды әйел адамдары жүзеге асырады.

Жан басына шаққандағы отбасының бір айлық табыс деңгейі 40 000-ға дейінгі респонденттер 9%-ды, 40 001–60 000 дейінгі респонденттер 14%-ды, 60 001–80 000 дейінгі респонденттер 36%-ды, 80 001–100 000 дейінгі респонденттер 30%-ды және 100 001-ден жоғары респонденттер 11%-ды құрағанын көруге болады.

Сауалнамаға қатысқан респонденттердің ішінде: қызметкерлер 32%-ды, жұмысшылар 22%-ды, оқушылар (студенттер, магистранттар, докторанттар) 13%-ды, зейнеткерлер 11%-ды, жеке кәсіпкерлер 10%-ды, үй шаруашылығындағы адамдар 8%-ды, жұмыссыз адамдар 4%-ды құрады.

Сонымен, ет өнімдері тұтынушыларының талаптары мен талғамдарын анықтау мақсатында жүргізілген сауалнама нәтижесін қортындылай келе, жергілікті нарықта ет өнімдерін өндірушілердің танымалдық дәрежесі бойынша «Беккер және К» ЖШС, «Первомайские деликатесы» ЖШС, «ЕӨЗ Бижан» ЖШС және Алимпиев ЖШС жетекші орынға ие екендігі анықталды. Тұтынушылардың көпшілігі ет өнімдерін айына 2–3 рет сатып алатыны белгілі болды. Сондай-ақ тұтынушылардың пікірінше, пісірілген шұжық, сосискалар мен сарделкалар және жартылай ет фабрикаттары жиі сатып алынса, ал ет деликатестері, пісіріліп ысталған шұжық, жартылай ысталған шұжық және шикідей ысталған шұжық өнімдеріне сұраныс мейрам күндері артады екен.

Ет өнімдерін таңдауда негізгі фактор ретінде тұтынушылар өнімнің бағасы, дәмдік сапасы және сыртқы көрінісін ерекше атады. Тұтынушылардың көпшілігінің пікірінше, жергілікті нарықта ұсынылған ет өнімдерінің сапа деңгейі баға деңгейіне сәйкес екендігі белгілі болды. Тұтынушылардың өзіндік тәжірибесі ет өнімдерін сатып алу барысында негізгі ақпарат алу көзді ретінде аталды.

Зерттеу барысында тұтынушылардың басым бөлігі шұжық өнімдерінің құрамында сояның болмауын және қаптамадағы шұжықты қалайтындықтары анықталды. Сондай-ақ, балаларға арналған шұжық өнімдерін сатып алуға қарсы емес екендіктерін айтты. Дегенмен, респонденттердің арасында балаларға арналған шұжық өнімдерін сатып алғысы келмейтіндер де кездесті.

ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

- 1 Отчет ТОО «КазНИИЭАПКиРСТ» по теме «Влияние единого экономического пространства стран Таможенного союза на продовольственную безопасность Казахстана». – Алматы, 2013. – 124 с.
- 2 Қазақстандағы халықтың тұрмыс деңгейі: статистикалық жинақ. – Астана, 2017. – 86 б.
- 3 Қазақстан өңірлері 2016 жылы: статистикалық жинақ. – Астана, 2017. – 35 б.
- 4 Годовой отчет о деятельности ТОО «БЕККЕР и К» за 2017 год.

Аннотация

В статье представлен анализ спроса и предпочтений потребителей мяса и мясопродуктов г. Алматы. В республике производство мяса традиционно считается одним из основных и приоритетных направлений в сельском хозяйстве. На производство и потребление мяса и мясных продуктов в Казахстане оказывают большое влияние особенности питания и качество жизни населения. На современном этапе все большее значение приобретают вопросы насыщения рынка мясными продуктами отечественного производства, улучшения ка-

чества, повышения конкурентоспособности, расширения ассортимента. Предпосылки для этого имеются – это устойчивый ежегодный рост поголовья скота, повышение его продуктивности и объемов производства мяса. Потенциальные возможности агропромышленного комплекса страны позволяют обеспечить агропродовольственную безопасность по данной продукции и полностью удовлетворить внутренний платежеспособный спрос населения. Мясоперерабатывающие предприятия Казахстана работают в условиях жесткой конкуренции, которая особенно отмечается со стороны зарубежных производителей. Усиление конкуренции на рынке мясной продукции требует от национальных компаний и фирм мобилизации сил и стремлений для удержания конкурентных позиций с помощью проведения маркетинговых исследований. В качестве основного метода анализа выбран метод анкетного опроса. Представлены результаты анкетирования и сделаны соответствующие выводы. В целях комплексного исследования платежеспособности потребителей в статье проанализированы денежные и потребительские расходы населения, а также динамика потребления мяса и мясопродуктов на душу населения.

Ключевые слова: маркетинг, маркетинговые исследования, рынок, мясо и мясные продукты, спрос, предпочтения потребителей, конкуренция.

Abstract

The article presents the analysis of the demand and the preferences of the consumers of meat and meat products in Almaty. In the Republic the production of meat has traditionally been considered one of the main directions in agriculture. The production and consumption of meat and meat products in Kazakhstan has a great influence on eating habits and quality of life of the population. At the present stage issues of market saturation by domestic meat products, improve quality, improvement of competitiveness, extension of the range have become increasingly important. The preconditions for this are a steady annual growth of livestock, increasing its productivity and volume of production of meat. The potential of agro-industrial complex of the country allows to provide agricultural safety for these products and fully satisfy domestic demand of the population. Meat processing enterprises of Kazakhstan work in conditions of tough competition, which is especially noted by foreign manufacturers. Increased competition on the market of meat products requires from the national companies and firms mobilization of forces and aspirations for retention and the competitive position with the help of marketing research. As the primary method of analysis the method of questionnaire has been chosen. The results of the survey are presented and appropriate conclusions are made. In order to comprehensively study the solvency of the consumers, the article has analyzed monetary and consumer spending, and dynamics of the consumption of meat and meat products per capita.

Key words: marketing, marketing researches, market, meat and meat products, demand, preferences of consumers, competition.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОО «DANONE BERKUT»

Аннотация

Статья посвящена совершенствованию маркетинговой деятельности ТОО «Danone Berkut» в целях повышения имиджа и конкурентоспособности компании по производству молочной продукции. Автором предлагаются пути оптимизации работы отдела маркетинга на предприятии и рекомендации по совершенствованию маркетинговой деятельности компании. Рекомендована новая организационная структура отдела маркетинга с внедрением в штат должностей трех специалистов: по маркетинговым исследованиям, интернет-маркетолога, веб-дизайнера. Предложено проводить маркетинговые исследования по изучению спроса потребителей с организацией опросов покупателей и использованием специальной компьютерной программы для обработки результатов исследования. Разработана конкретная рекламная акция для продвижения продукции компании. Рекламная акция предполагается низкокзатратной, не требующей большого бюджета и в то же время способствующей привлечению внимания потенциальных потребителей и стимулированию сбыта продукции ТОО «Danone Berkut». Заслуживают внимания также рекомендация внедрить в товарную линейку «Danone Berkut» новый продукт – кумыс, что, по предварительным данным, повысит спрос потребителей и увеличит объемы продаж продукции компании. Представляет интерес также предложение модернизировать сайт ТОО «Danone Berkut», добавив вкладки «онлайн продажа/доставка продукции». Потребители смогут делать онлайн-заказы, а компания будет бесплатно доставлять продукцию клиентам.

Ключевые слова: маркетинг, организационная структура, отдел маркетинга, маркетинговые исследования, новый продукт, промоакция, модернизация, сайт.

Для улучшения работы отдела маркетинга в компании ТОО «Danone Berkut» предлагаем следующие мероприятия:

- 1) оптимизация организационной структуры отдела маркетинга;
- 2) проведение маркетинговых исследований.

1. Оптимизация организационной структуры отдела маркетинга

В целях оптимизации организационной структуры отдела маркетинга компании ТОО «Danone Berkut» предлагаем внедрить в штат должности трех специалистов: по маркетинговым исследованиям, интернет-маркетолога, веб-дизайнера (рисунок 1) [1].



Рисунок 1 – Предлагаемая структура отдела маркетинга компании ТОО «Danone Berkut»

1. Специалист по маркетинговым исследованиям

В его обязанности входит:

- ♦ исследование рынка, его конъюнктуры;
- ♦ изучение спроса потребителей;
- ♦ анализ емкости рынка;
- ♦ изучение конкурентов и их товаров;
- ♦ изучение цен конкурентов;
- ♦ составление SWOT-анализа.

Рассчитаем затраты на зарплату специалиста по маркетинговым исследованиям в месяц [2].

$$S_{з/п} = Z_{с} \times 1 \text{ чел.},$$

где $S_{з/п}$ – затраты на зарплату специалиста по маркетинговым исследованиям, тг;

$Z_{с}$ – зарплата ведущего специалиста, тг

$$S_{з/п} = 250\,000 \text{ тг} \times 1 \text{ чел.} = 250\,000 \text{ тг}$$

2. Интернет-маркетолог

Его основные обязанности будут заключаться в следующем:

- ♦ разработка и модернизация сайта компании;
- ♦ SMM, разработка основного контента с вирусным потенциалом;
- ♦ исследование сегмента рынка в интернете (конкуренты, потребители);
- ♦ разработка стратегии электронного маркетинга;
- ♦ исследование спроса и составление запросов в интернете;
- ♦ реклама в интернете.

Рассчитаем затраты на зарплату интернет-маркетолога в месяц [2].

$$S_{з/п} = Z_{с} \times 1 \text{ чел.},$$

где $S_{з/п}$ – затраты на зарплату интернет-маркетолога, тг;

$Z_{с}$ – зарплата ведущего специалиста, тг

$$S_{з/п} = 235\,000 \text{ тг} \times 1 \text{ чел.} = 235\,000 \text{ тг}$$

Необходимо приобрести новые комплектующие для персональных компьютеров:

$$S_{об} = S_{компл.} \times 3к,$$

где $S_{об}$ – стоимость уже усовершенствованного оборудования;

$S_{компл.}$ – стоимость комплектующих;

$3к$ – три компьютера;

$$S_{об} = 150\,000 \text{ тг} \times 3 = 450\,000 \text{ тг}$$

Рассчитаем итоговые затраты на внедрение информационной программы:

$$S_{и} = S_{з/п} + S_{об}.$$

$$S_{и} = 235\,000 \text{ тг} + 450\,000 \text{ тг} = 685\,000 \text{ тг}$$

3. Веб-дизайнер

Создадим web-страницу в интернете для облегчения поиска информации о товарах предприятия для оптовых и розничных покупателей, тем самым экономя свое время.

Для создания web-страницы нам потребуется веб-дизайнер, который разработает и будет поддерживать эту страницу.

$$Z_{в-д} = 135\,000 \text{ тг}$$

где $Z_{в-д}$ – заработная плата веб-дизайнера, тг

Налаживание связи с потребителем (целевым рынком):

$$S_{св} = S_{к.к} + S_{б} + S_{э} + S_{к-д},$$

где $S_{св}$ – затраты на налаживание связи с потребителем, тг;

$S_{к.к}$ – затраты на создание карманного календаря – 3000 экз. \times 1,7 тг = 5100 тг;

$S_{б}$ – затраты на создание буклета с двумя фалицами (формата А4), описывающего ассортимент нашего предприятия – 2000 экз. \times 4,1 тг = 8200 тг;

$S_{э}$ – затраты на создание этикетки (формата 7x10) с фирменным логотипом предприятия с целью поддержания известности, узнаваемости и запоминания товаров «Данон». Эти этикетки будут раздаваться всем, кто приобрел продукцию «Данон» – 20 000 экз. \times 0,5 тг = 10 000 тг.;

$S_{к-д}$ – затраты на создание календаря – домик – 1000 экз. \times 6,2 тг = 6200 тг;

$$S_{св.} = 5\,100 + 8\,200 + 10\,000 + 6\,200 = 29\,500 \text{ тг}$$

Для повышения имиджа фирмы создадим вывеску (на металлокаркасе): 1 кв. метр стоит 1100 тг. Размер вывески составит 4 x 1 м.

$$S_v = S_c + S_y,$$

где S_v – затраты на создание вывески, тг;

S_c – затраты на стоимость самой вывески – 4 кв. м x 1100 тг = 4400 тг;

S_y – затраты на монтаж и установку вывески – 4400 тг x 30% = 1320 тг;

$$S_v = 4400 + 1320 = 5720 \text{ тг}$$

Рассчитаем суммарные затраты на совершенствование маркетинговой деятельности, исходя из предложенных мероприятий.

$$\text{Собщ.} = S_i + S_{\text{пот.}} + S_{\text{з. д.}} + S_{\text{св}} + S_v$$

$$\text{Собщ.} = 21\ 000 + 8\ 300 + 27\ 000 + 29\ 500 + 5\ 720 = 85\ 800 \text{ тг}$$

В результате пополнения штата тремя сотрудниками компания получит следующие выгоды:

- 1) экономию средств по разработке и поддержанию сайта;
- 2) экономию средств по проведению полноценного маркетингового исследования;
- 3) четкое представление о слабых и сильных сторонах компании;
- 4) ясное понимание своих конкурентных преимуществ и реализацию их в полной мере;
- 5) привлечение и завоевание все большей части потенциальных потребителей, что будет способствовать увеличению объема продаж и, соответственно, прибыли.

2. Проведение маркетинговых исследований

Для выявления реального спроса на товары «Данон» необходимо разработать систему изучения спроса. Для начала нужно провести сегментирование рынка, каждый сегмент постараться разбить на подсегменты и затем изучить потребности, нужды потребителей.

Сегментирование рекомендуется проводить по следующим критериям:

- ♦ возраст и пол;
- ♦ образование;
- ♦ уровень дохода;
- ♦ стиль, образ жизни;
- ♦ затраты на молочную продукцию и инвентарь: частота покупок, средняя сумма разовой покупки;
- ♦ потребительские предпочтения:
 - а) требования к качеству, внешнему виду;
 - б) ценовые предпочтения;
 - в) место приобретения.

Необходимо ежеквартально проводить опросы покупателей в крупных универсамах и торговых центрах г. Алматы для выявления покупательских предпочтений. Возможны следующие варианты [3].

А. Опрос населения каждые 8–10 месяцев для отслеживания тенденций в изменении предпочтений. Разрабатывается, затем распечатывается анкета. Процесс анкетирования стимулируется проведением лотереи с выигрышем призов, получением ценных подарков. Такое исследование очень эффективно, но нерентабельно ввиду высокой стоимости и длительности процесса получения всей необходимой информации.

Б. Метод регистрации заявок, возвратов – эффективен для изучения спроса на массовые товары, применяется для планирования ассортимента. Регистрируются неудовлетворенные заявки, анализируется движение товара по складу, выносятся предложения об уценке.

В. Метод пробных продаж – наиболее эффективный и объективный метод изучения спроса на новые товары. Опытная партия около 50 штук реализуется как в магазине, так и на выездной торговле. Опрашиваются покупатели, товароведы.

Г. Вариант так называемого поощрительного опроса. Суть заключается в том, что за ответ на вопрос респондент поощряется, например, продукцией компании.

Все эти методы дополняют друг друга и для всестороннего изучения спроса необходимо им постоянно пользоваться.

Исследование конкурентов – мы ничего не затратим, потому что наши помощники будут сами добывать информацию о конкурентах – ходить на выставки, брать прайсы, листовки, использовать метод Mystery Shopper [4].

Для того чтобы ежеквартально проводить исследования покупательского спроса, достаточно стандартизировать несколько анкет и работать по ним постоянно, тем самым отслеживая изменения спроса и предпочтений покупателей.

Также для улучшения маркетинговой деятельности на предприятии предлагаем в отделе маркетинга разработать специальную компьютерную программу для того, чтобы данные маркетинговых исследований учитывались централизованно и можно было проследить изменение покупательского предпочтения, спроса на продукцию «Данон». Это позволит предприятию более точно отслеживать изменения на рынке молочной продукции и реагировать на изменения, происходящие на рынке.

В целях совершенствования маркетинговой деятельности компании ТОО «Danone Berkut» предлагаем следующее:

- 1) расширить товарный портфель компании за счет внедрения нового продукта;
- 2) проводить рекламные акции для продвижения продукции;
- 3) модернизировать сайт компании.

1. Расширить товарный портфель компании за счет внедрения нового продукта. С учетом менталитета и вкусовых предпочтений местного населения предлагаем добавить в продуктовую линейку кумыс. С давних пор кумыс в Казахстане является национальным напитком, ведь кумыс обладает большим количеством витаминов и полезных элементов. Кумыс оказывает благотворное влияние на нервную систему, нормализует обмен веществ, секреторную деятельность органов пищеварения, повышает уровень гемоглобина, своими бактерицидными свойствами помогает предупредить и лечить туберкулез, а также способен замедлить развитие рака.

В связи с этим компании ТОО «Danone Berkut» рекомендуется ввести в свою продуктовую линейку кумыс, что, по предварительным данным, повысит спрос потребителей и увеличит объемы продаж продукции компании.

Для этого необходимо:

- ♦ найти оптового поставщика качественного кумыса (не сильно соленого/кислого/газированного);

- ♦ разработать форму и дизайн бутылки/этикетки;
- ♦ разработать технологию приготовления и хранения кумыса;
- ♦ разработать и реализовать ценовую стратегию кумыса;
- ♦ провести рекламную кампанию по продвижению кумыса на рынке.

2. Проводить рекламные акции для продвижения продукции

Бренд – Простоквашино.

Вид акции: проведение дегустации и регистрация на сайте prostokvashino.kz.

Сроки проведения акции: 30.06.2017 – 14.07.2017

Время проведения акции: 10:00 – 22:00

Место проведения акции: ТРЦ «Мега Алматы», Розыбакиева, 247а.

Затраты средств на акцию.

Оплата промоагентству по подбору промоутеров/пошиву формы: 500 000 тг. Тендер 1 час = 600 тг.

Стоимость реквизитов:

1. Стол – 10 000 тг.
2. Дизайнерский стенд – 30 000 тг.
3. Картонная печь – 20 000 тг.
4. Валенки – 15 000 тг.
5. Планшеты для регистрации – 50 000 тг.

Список предоставляемой для дегустации продукции приведен в таблице 1.

Таблица 1 – Затраты средств на продукцию для дегустации

Вид продукции	Количество (шт.)	Стоимость (тг)
Термостатная сметана 20%	250	100 000
Термостатная простокваша	250	75 000
Молоко домашнее 8%	200	65 000
Сметана 15%, 315 гр	200	70 000
Итого	900	310 000
Примечание – Источник [5].		

Итого на продукцию для дегустации необходимо 310 000 тенге.

Общие затраты на проведение акции = 500 000 тг + 10 000 тг + 30 000 тг + 20 000 тг + 15 000 тг + 50 000 тг + 310 000 тг = 935 000 тенге.

Предполагаемый результат:

- ♦ повышение спроса на предполагаемую продукцию;
- ♦ увеличение клиентской базы посредством регистрации на сайте.

Механика акции: потенциальный покупатель подходит к столу с продукцией, промоутер рассказывает о продукции и предлагает продегустировать. После дегустации промоутер рассказывает о 2 акциях:

1) зарегистрируйтесь на сайте Prostokvashino.kz, введите коды продукции «Простоквашино» и выберите подарок.

2) купите сейчас любой продукт «Простоквашино», предъявите чек и получите моментальный подарок на выбор: масленка/мерный стаканчик.

3. Модернизация сайта компании ТОО «Danone Berkut». В настоящее время сайт ТОО «Danone Berkut» недостаточно функционален, т.к. он не предусматривает онлайн-заказы и продажи продукции компании [6]. Сейчас все большее количество людей переходит на компьютерные технологии, т.к. у многих нет времени ходить по магазинам, выстаивать в очередях и т.д. В связи с этим предлагаем компании ТОО «Danone Berkut» модернизировать свой сайт, добавив вкладки «онлайн-продажа/доставка продукции».

Предположительно на сайте будут следующие вкладки:

- ♦ о компании;
- ♦ продукция компании с ценами;
- ♦ наши акции;
- ♦ заказ онлайн;
- ♦ заказать обратный звонок;
- ♦ здоровье;
- ♦ задать вопрос менеджеру.

В целях стимулирования сбыта продукции компания ТОО «Danone Berkut» будет предоставлять бесплатную доставку продукции в черте города Алматы.

Ознакомиться с продукцией компании ТОО «Danone Berkut» можно во вкладке «продукция компании с ценами».

Оформить заказ можно в любое время суток. Заказ, оформленный с 21:00 до 8:00, автоматически переносится на утренние часы работы с 9:00 и развезется по городу.

При возникновении каких-либо вопросов потребители в любое время суток могут написать сообщение электронному менеджеру компании.

Мы считаем, что данное новшество существенно увеличит объемы продукции и повысит выручку компании за счет тех покупателей, которые отдают предпочтение онлайн-покупкам.

Таким образом, предлагаемые рекомендации будут способствовать оптимизации работы отдела маркетинга, более глубокому знанию рынка, спроса и предпочтений потребителей, эффективному продвижению продукции компании и совершенствованию ее маркетинговой деятельности в целом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Джон Р., Каст Ф., Розенцвейг Д. Модели формирования организационных структур. – Ленинград: Наука, 2003. – 376 с.
- 2 Маркетинговые данные ТОО «Danone Berkut» за 2016 г.
- 3 Малхотра Н.К. Маркетинговые исследования. – М.: Вильямс, 2007.
- 4 Амблер Тим. Практический маркетинг – СПб: Издательство «Питер», 1999.
- 5 Финансовая отчетность ТОО «Danone Berkut» за 2016 г.
- 6 Официальный сайт ТОО «Danone Berkut»

Аңдатпа

Мақала сүт өнімдерін өндіру бойынша компанияның имиджін және бәсекеге қабілеттілігін арттыру мақсатында «Danone Berkut» ЖШС маркетингтік қызметін жетілдіруге арналған. Авторлар кәсіпорындағы маркетинг бөлімінің жұмысын тиімділендіру жолдары мен компанияның маркетингтік қызметін жетілдіру бойынша ұсыныстарды ұсынады. Маркетинг бөлімінің жаңа ұйымдық құрылымы ұсынылған, онда штатқа үш мамандар қызметі енгізілген: маркетингтік зерттеулер бойынша, интернет маркетинг, веб-дизайнер. Тұтынушылардың сұранысын сатып алушыларға сұрақ жауап алуды ұйымдастыру және зерттеу нәтижелерін өңдеуге арналған арнайы компьютерлік бағдарламаларды қолдану арқылы зерттеу бойынша маркетингтік зерттеулер жүргізу ұсынылады. Компанияның өнімдерін жылжыту үшін нақты жарнамалық науқан жасалған. Жарнамалық науқан төмен шығынды, көп қаражатты қажет етпейді деп күтіледі, сонымен қатар «Danone Berkut» ЖШС өнімдеріне әлеуетті тұтынушылардың назарын аударады және оларды өткізуге ынталандырады. Сонымен қатар, «Danone Berkut» жаңа өнімінің – қымыздың тауарлық сызғышын енгізуді ұсыну өте қажет шара, ол алдын ала мәліметтер бойынша тұтынушылардың сұранысын арттырады және компанияның өнімдерінің сатылу көлемін арттырады. Сонымен қатар, «Danone Berkut» ЖШС сайтына «онлайн сатылым/өнімді жеткізу» қосымша парақшасын қосып жаңғырту ұсынысы қызығушылық тудырды. Тұтынушылар онлайн-тапсырыстарды жасай алады, ал компания клиенттерге өнімдерді тегін жеткізеді.

Тірек сөздер: маркетинг, ұйымдастырушылық құрылым, маркетинг бөлімі, маркетингтік зерттеулер, жаңа өнім, промо-науқан, жаңарту, сайт.

Abstract

The article is devoted to the improvement of marketing activities of “Danone Berkut” LLP in order to enhance the image and competitiveness of the company in the production of dairy products. The author suggests ways to optimize the work of the marketing department at the enterprise and recommendations for improving the marketing activities of the company. A new organizational structure of the marketing department was recommended with the introduction of three specialists in the staff of positions: on marketing research, Internet marketer, web designer. It is proposed to conduct marketing research on the study of consumer demand with the organization of customer surveys and the use of a special computer program for processing the results of the study. A specific advertising campaign was developed to promote the company’s products. The advertising campaign is supposed to be low-cost, not requiring a large budget, and at the same time will help attract potential customers and promote sales of “Danone Berkut” LLP. The recommendation to introduce a new product in the product line «Danone Berkut» is noteworthy – koumiss, which, according to preliminary data, will increase the demand of consumers and increase company sales. The idea to modernize the site of “Danone Berkut” LLP, adding the online sales / delivery of products raises much interest. Consumers will be able to make online orders, and the company will deliver products to customers free of charge.

Key words: marketing, organizational structure, marketing department, marketing research, new product, promotion campaign, upgrade, site.

А.Б. ТЕМИРБЕКОВА,¹

д.э.н., профессор.

Р.Т. ДУЛАМБАЕВА,²

д.э.н., профессор.

Алматы Менеджмент Университет.¹

Академия госуправления при президенте РК²

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ МЕГАПОЛИСА: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Аннотация

Целью работы является оценка уровня инновационного развития г. Алматы и разработка предложений по его повышению. Для достижения данной цели в статье уточняется понятие «инновация», дается анализ показателей инновационного развития города за последние 5 лет, выявляются существующие проблемы и даются рекомендации для решения этих проблем. Результаты исследования могут быть применены акиматом г. Алматы для совершенствования инновационной политики. В статье выявлены такие проблемы инновационного развития г. Алматы, как неравномерность роста объема инновационной продукции, пассивность предприятий к внедрению инноваций, финансирование инноваций преимущественно из госбюджета, нехватка кадров для работы в инновационных секторах экономики города и др. Предложены меры по улучшению инновационной составляющей г. Алматы: увеличение объемов финансирования НИОКР частными предприятиями путем создания дополнительных стимулов; закупка патентов на изобретения из средств городского бюджета и передача их на бесплатной основе предпринимателям по опыту США; введение целевого распределения финансовых ресурсов, предоставляемых банками, и сосредоточение их в приоритетных отраслях; повышение социального статуса ученого и престижа научной деятельности и др.

Ключевые слова: инновация, инновационное развитие, мегаполис, инновационная продукция, научные исследования, финансирование.

Проблема экономического роста региональной экономики Казахстана в настоящее время остается весьма актуальной. Региональная структура любой национальной экономики неоднородна. Регионы делятся на развитые и депрессивные, монопродуктовые и диверсифицированные, доноров и реципиентов и т.д. Большая территория страны, неравномерность распределения природных, трудовых и других ресурсов способствовали формированию весьма сложной региональной структуры экономики. Важнейшим фактором регионального развития в настоящее время является внедрение инноваций.

Зачастую понятие «инновация» вызывает у простого человека недопонимание и даже страх. Что значит вводить новшества? Как это сделать при отсутствии денег? Но ведь инновации – это не только какие-то коренные изменения в технологиях. Инновации – это все те нововведения, которые способствуют снижению издержек, росту объемов производства, повышению качества продукта, в конечном итоге – росту доходов производителей.

Основоположником теории инноваций является Й. Шумпетер. В своей работе «Теория экономического развития», изданной в 1912 г., он рассматривал инновацию (новые комбинации) как средство предпринимательства для получения прибыли, а предпринимателями называл «хозяйственные субъекты, функцией которых является как раз осуществление новых комбинаций и которые выступают как его активный элемент» [1].

В настоящее время в экономической литературе предлагается множество определений понятия «инновация».

Классиком теории инноваций, на наш взгляд, является Майкл Э. Потер. Рассмотрим некоторые высказывания по поводу инноваций признанного специалиста по стратегиям и конкуренции Майкла Э. Портера в его книге «Конкуренция».

«Компании добиваются конкурентных преимуществ посредством инноваций. Они подходят к пониманию нововведений в самом широком смысле, используя как новые технологии, так и новые методы работы... Инновации могут быть заявлены в новом дизайне продукта, в

новом процессе производства, в новом подходе к маркетингу или в новой методике повышения квалификации» [2]. Приводя пример с производством японских автомобилей, М. Портер указывает факторы роста японских предприятий: «инновации в технологических процессах, обеспечивающие лидерство в создании новой, соответствующей требованиям времени продукции, а также внедрение других практических методов повышения качества и производительности» [2].

Отсюда вытекают следующие положения:

- ♦ инновации являются фактором повышения конкурентоспособности предприятий, а значит, и экономического роста;

- ♦ под инновациями понимаются не только новые технологии, но и новые методы работы: новый дизайн продукта, новый процесс производства, новый подход к маркетингу, новая методика повышения квалификации, качества продукции и производительности труда.

М. Портер пишет, что в большинстве своем инновации бывают достаточно простыми, не приводят к значительным улучшениям и крупному технологическому прорыву [2]. Другими словами, под инновациями нужно понимать не только коренные изменения в технологии и методах работы, но и небольшие нововведения, позволяющие фирмам получить конкурентные преимущества.

Далее М. Портер анализирует источники инноваций: инвестиции в исследования по развитию или в изучение рынка, новые компании, расширение сферы активности компании, привлечение новых ресурсов, другая страна с иными условиями или методами ведения конкурентной борьбы [2].

Еще один важный методологический момент, рассмотренный М. Портером: «После того как благодаря инновациям компания достигает конкурентного преимущества, она в состоянии его удерживать только с помощью постоянных усовершенствований» [2]. Отсюда следует вывод, что одноразовое внедрение инновации в производство не является гарантией многолетнего эффективного функционирования предприятия, инновации нужно внедрять постоянно: «единственная возможность удержать завоеванное конкурентное преимущество – постоянно его совершенствовать» [2]. То есть инновация, как и любой продукт, имеет жизненный цикл.

Нужно отметить, что развитие экономики всегда осуществлялось на основе внедрения инноваций, «но вековая замедленность этого процесса не позволяла его тестировать» [3]. Современные инновационные процессы отличаются тем, что они становятся условием развития, инновации «составляют основу развития социально-экономических систем, определяют темпы и масштабы их роста, структурные изменения» [3].

Как отмечалось выше, М. Портер говорил, что внедрение инноваций позволяет получить конкурентные преимущества. Российские ученые основным социально-экономическим эффектом реализации инновационной деятельности называют удешевление единицы производимой продукции, то есть сокращение совокупных затрат (живого и овеществленного) в расчете на единицу производимой продукции: «этим определяется целевая функция внедрения инноваций, разрешающая противоречие между постоянно расширяющимися экономическими потребностями общества и ограниченными возможностями для их удовлетворения» [3]. В принципе удешевление единицы продукции есть не что иное, как конкурентное преимущество. На это в целом и должна быть направлена деятельность любого предприятия. При этом предприниматель должен соизмерять дополнительные расходы на инновации с полученным эффектом от его внедрения: эффект должен быть выше инновационных расходов, только в этом случае есть смысл инновации. Инновация не должна быть самоцелью. Противоречие здесь заключается в том, что новая техника всегда дороже старой. Но разумное внедрение инноваций позволяет получить то самое конкурентное преимущество.

Алматы – крупнейший город Республики Казахстан, являющийся донором республиканского бюджета, играет большую роль в инновационном развитии экономики страны.

Объем инновационной продукции в 2016 г. в г. Алматы составил 17 186,3 млн тенге. По сравнению с 2012 г. он вырос, однако, как показывают данные таблицы 1, по сравнению с 2015 г. упал более чем в 2 раза.

Доля инновационной продукции г. Алматы в общем объеме инновационной продукции РК в 2016 г. составила 3,9%, значительно упав по сравнению с 2015 г. В 2015 г. этот показатель составлял 10,3%, в 2011 г. – 4,5%.

Таблица 1 – Объем инновационной продукции (млн тенге)

Годы	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Республика Казахстан	379005,6	578263,1	580 386,0	377 196,7	445 775,7
г. Алматы	12579,1	12504,9	22 088,6	38 876,9	17 186,3
Темпы роста инновационной продукции (в % к предыдущему году) в г. Алматы	+18,7	-0,6	+76,6	+76,0	-55,8
Примечание – Данные Комитета по статистике РК [4].					

Внутренние затраты на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы в г. Алматы в 2016 г. составили 26 596,1 млн тенге. Это 39,9% от республиканского значения. По сравнению с 2012 г. в г. Алматы затраты на НИОКР выросли на 39,5%, в то время как в целом по республике этот показатель увеличился на 29,9% (таблица 2). Для сравнения: внутренние затраты на научные исследования и разработки по г. Москве в 2015 г. составили 35,3% от этого показателя по Российской Федерации [5].

Таблица 2 – Внутренние затраты на НИОКР (млн тенге)

Годы	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2016 г. по сравнению с 2012 г.
Республика Казахстан	51 253,1	61 672,7	66 347,6	69 302,9	66 600,1	+15347,0
г. Алматы	19 061,5	30 991,0	34 030,3	31 791,2	26 596,12	+7534,6
Примечание – Данные Комитета по статистике РК [4].						

Доля внутренних источников финансирования НИОКР по г. Алматы в 2016 г. составила 93,7%, в то время как по Казахстану в целом – 74,4%. Среди источников внутреннего финансирования преобладают средства республиканского бюджета – 75%. Собственные средства предприятий составляют 22,7%.

Количество предприятий и организаций, осуществляющих научно-исследовательскую и опытно-конструкторскую работу в г. Алматы, составляет 34,7% от общего количества таких предприятий в целом по стране. Однако по сравнению с 2012 г. (44%) этот показатель снизился (таблица 3).

Таблица 3 – Количество организаций (предприятий), осуществлявших НИОКР

Годы	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Республика Казахстан	345	341	392	390	383
г. Алматы	119	122	148	152	133
Примечание – Данные Комитета по статистике РК [4].					

В г. Алматы в 2016 г. зафиксировано 9542 работника, выполняющих научные исследования и разработки. Это 41,5% от общего количества научных работников по республике, то есть почти каждый второй исследователь работает в г. Алматы. В целом по республике численность научных работников в 2016 г. по сравнению с 2012 г. выросла на 12,6%, а по г. Алматы – всего на 10,4% (таблица 4, стр. 95). Для сравнения: в Москве проживает 32,4% от общей численности персонала Российской Федерации, занятого научными исследованиями и разработками [4].

Таблица 4 – Численность работников, выполнявших научные исследования и разработки (человек)

Годы	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Республика Казахстан	20 404	23 712	25 793	24 735	22 985
г. Алматы	8 644	9 654	11 094	10 505	9 542
Примечание – Данные Комитета по статистике РК [4].					

В таблице 5 отражены основные показатели инновационной активности предприятий и организаций по технологическим инновациям по г. Алматы и в целом по РК. Данные таблицы показывают, что по уровню инновационной активности предприятия г. Алматы уступают республиканскому значению, хотя в 2012 г. ситуация была иная.

Таблица 5 – Основные показатели инновационной активности предприятий и организаций по технологическим инновациям

Годы	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Количество респондентов – всего, единиц					
Республика Казахстан	21 452	22 070	24 068	31 784	31 077
г. Алматы	3 639	3 902	4 389	7 970	7 716
Из них имеющих инновации					
Республика Казахстан	1215	1774	1 940	2 585	2 879
г. Алматы	243	314	219	377	590
Уровень активности в области инноваций в %					
Республика Казахстан	5,7	8,0	8,1	8,1	9,3
г. Алматы	6,7	8,0	5,0	4,7	7,6
Примечание – Данные Комитета по статистике РК [4].					

Несмотря на относительно благоприятное по сравнению с другими регионами республики состояние инновационного развития г. Алматы, есть ряд проблем, с которыми можно столкнуться.

1. Колебания рыночной конъюнктуры, периодические кризисные явления в экономике страны в целом приводят к неравномерности роста объема инновационной продукции.

2. Предприятия города пассивно относятся к внедрению инноваций. Внедрение инноваций не носит комплексного характера. Снижение себестоимости отражается на качестве продукции.

3. Финансирование инноваций происходит преимущественно за счет средств бюджета. Доля внешних источников финансирования НИОКР очень низкая.

4. Участие в ГПИИР возможно при наличии реальных инновационных проектов. Однако отсутствуют инновационные научно-технические разработки.

5. Структурные перекосы в системе образования и низкая мотивация научных работников привели к нехватке кадров для работы в инновационных секторах экономики города.

6. Низкое финансирование научно-исследовательской сферы отразилось на научно-технической базе, научной инфраструктуре города.

На основе проведенного исследования нами предлагаются следующие меры по улучшению инновационной составляющей г. Алматы.

1. Увеличить объемы финансирования НИОКР частными предприятиями путем создания дополнительных стимулов. В частности, по примеру Нидерландов – введение налоговой льготы под названием «инновационный бокс», по примеру Японии и Франции – предоставление налоговых кредитов.

2. Акимату Алматы можно из средств городского бюджета закупать патенты на изобретения, которые можно реализовать в городе, и передавать их на бесплатной основе предпринимателям по опыту США.

3. Для поддержки инновационной деятельности предприятий по примеру Японии можно ввести целевое распределение финансовых ресурсов, предоставляемых банками, и сосредоточение их в приоритетных отраслях.

4. Акимат г. Алматы по примеру Японии может оказывать содействие организациям в приобретении передовых технологий.

5. Строительство города-технополиса – спутника Алматы, в котором будут сосредоточены НИОКР и наукоемкое промышленное производство.

6. Создание стимулов для сотрудничества университетской науки и организаций, производящих наукоемкую продукцию (по примеру Евросоюза).

7. Повышение социального статуса ученого и престижа научной деятельности путем повышения уровня заработной платы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Шумпетер Й. Теория экономического развития. – М.: Прогресс, 1982. – С. 169–170.
- 2 Портер Майкл Э. Конкуренция: пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2005. – 608 с.
- 3 Теория инновационной экономики: учебник / под ред. О.С. Белокрыловой. – Ростов н/Д: Феникс, 2009. – 376 с.
- 4 Комитет по статистике РК: <http://www.stat.gov.kz/faces/homePage.jsessionid>.
- 5 Федеральная служба государственной статистики РФ: <http://www.gks.ru/>.

Аңдатпа

Жұмыстың мақсаты Алматы қ. инновациялық даму деңгейін бағалау және оны арттыру бойынша ұсыныстар әзірлеу болып табылады. Осы мақсатқа қол жеткізу үшін мақалада «инновация» ұғымы нақтыланады, инновациялық дамуының соңғы 5 жылдық көрсеткіштері талданады, бар проблемалар анықталады және осы проблемаларды шешу үшін ұсынымдар беріледі. Зерттеу нәтижелері Алматы қ. әкімдігі инновациялық саясатты жетілдіру үшін қолданылуы мүмкін. Мақалада Алматы қ. инновациялық дамуының инновациялық өнім көлемінің өсу әркелкілігі, кәсіпорындардың инновацияларды енгізуге енжарлығы, инновацияларды қаржыландыру басымы мемлекеттік бюджеттен, қаланың экономикасының инновациялық секторларында кадрлардың тапшылығы және т.б. секілді проблемалары анықталған. Алматы қ. инновациялық құрамдасын жақсарту бойынша шаралар ұсынылды: жеке кәсіпорындар үшін қосымша ынталандыру шараларын жасау арқылы ҒЗТҚЖ-ны қаржыландыру көлемін ұлғайту; АҚШ тәжірибесі бойынша қалалық бюджет қаражатынан патенттерді сатып алып оларды кәсіпкерлерге ақысыз негізде беру; банктер беретін қаржы ресурстарын мақсатты бөлуді енгізіп, оларды басым салаларында шоғырландыру; ғалымдардың әлеуметтік мәртебесін және ғылыми қызметтің беделін көтеру және т.б.

Тірек сөздер: инновация, инновациялық даму, мегаполис, инновациялық өнім, ғылыми зерттеулер, қаржыландыру.

Abstract

The purpose of the work is to assess the level of innovation development in Almaty and to develop proposals for its improvement. For achievement of this purpose in the article the concept «innovation» is specified, the analysis is given to indicators of innovative development of the city for the last 5 years, the existing problems come to light and recommendations for the solution of these problems are made. The results of the research can be applied by the akimat of Almaty city to improve the innovation policy. In the article such problems of innovative development of Almaty as unevenness of growth of volume of innovative production are revealed; passivity of the enterprises to introduction of innovations; financing of innovations primary of the state budget; the shortage of shots for work in innovative sectors of city economy, etc. At the end of the article measures were proposed to improve the innovative component of Almaty: to increase the amount of financing R&D by private enterprises by creating additional incentives; to buy patents for inventions from the city budget and transfer them on a free basis to entrepreneurs based on US experience; to introduce a targeted distribution of financial resources provided by banks and their concentration in priority sectors; to increase of the social status of the scientist and the prestige of scientific activity, etc.

Key words: innovation, innovative development, metropolis, innovative products, scientific research, funding.

ОЦЕНКА УРОВНЯ ЛОЯЛЬНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ СОТОВОЙ СВЯЗИ КАЗАХСТАНА

Аннотация

В условиях жесткой конкурентной борьбы и мирового экономического кризиса первоочередной задачей предприятий, предоставляющих услуги связи, является формирование уровня лояльности абонентов с целью повышения конкурентоспособности компании и устойчивости ее развития на основе выявления потенциала. Кроме того, от степени лояльности потребителей к компании напрямую зависят ее доходы, а они, в свою очередь, и формируют развитие компании в перспективе. Был проведен опрос по г. Алматы методом выборки «снежный ком», генеральная выборка составила 160 респондентов. Выявлено, что из всех показателей услуг сотовой связи в г. Алматы приоритетным прежде всего является качество мобильной связи, далее – стоимость услуг и привлекательность тарифов, менее важными стали показатели по зоне обслуживания, бесперебойности связи, слышимости и сервису. Респонденты отмечали, что переход из одной компании в другую происходит по причине неудовлетворенности качеством предоставления мобильной связи и завышенной стоимости услуг или пакета услуг. На основе опроса были выработаны рекомендации с целью повышения эффективности внутрифирменного управления, достижения высокого уровня лояльности у абонентов за счет формирования наилучшего клиентского опыта в компании.

Ключевые слова: лояльность, абоненты, тарифы, стоимость, мобильный оператор, оценка, показатель лояльности.

Рынок сотовых услуг является одним из важных элементов сферы услуг, выполняющих функции по обеспечению граждан Казахстана быстрой и доступной мобильной связью. Несмотря на то, что рынок сотовых услуг активно развивается, в Казахстане наблюдается ряд проблем, которые связаны с тем, что потребители не всегда удовлетворены деятельностью сотовых операторов в целом, качеством и стоимостью в частности. В г. Алматы сегмент мобильных услуг представлен в основном четырьмя брендами сотовых операторов. Если характеризовать рынок, то можно заключить, что это олигополия, где уровень конкуренции не очень высок. Поэтому уровень и качество работы сотовых операторов не всегда удовлетворяют пользователей. С этой целью были проведены исследования степени удовлетворенности и лояльности потребителей на рынке мобильных услуг.

Общие тенденции на рынке мобильной связи Казахстана:

- ♦ на современном этапе рынок «мобильных услуг достиг насыщения и впал в стагнацию. В целом по итогам 2016 г. объемы услуг в отрасли в очередной раз показали сокращение год к году на 13,2%. Спад наблюдался с 2013 г. (0,3% к 2012 г.) [1];
- ♦ снижение стоимости тарифа трафика, особенно с уменьшением стоимости межсетевой связи;
- ♦ расширение дополнительных услуг;
- ♦ изменение структуры услуг, снижение пользования услугами голосовой связи;
- ♦ рост спроса на мобильный интернет;
- ♦ увеличение сегментированных предложений по тарифным планам с учетом потребностей определенной целевой аудитории;
- ♦ относительно высокая стоимость роуминга за рубежом;
- ♦ несмотря на снижение стоимости мобильной связи, она выше средних мировых показателей почти в три раза;
- ♦ около половины доходов сотовые операторы получают от мобильной связи, на втором месте – мобильный интернет, остальные услуги занимают меньшую долю.

Сегодня на казахстанском рынке действуют четыре оператора сотовой связи. Трое из них работают в стандарте GSM – это компании АО «КСЕЛЛ» с торговыми марками «Kcell» и

«Activ», «Кар-Тел» с торговой маркой «Beeline» и «Dos», а также присоединившаяся в 2010 г. ТОО «Мобайл Телеком-Сервис» с торговой маркой «Tele2» и она же выкупила 51% акций у «дочки» АО «Казахтелеком» «Mobile Telecom Service» торговую марку «NEO». Еще одна дочерняя структура национального оператора – компания «Алтел» работает в стандарте CDMA, представляя торговые марки «Pathword» и «Dalacom» [2]. Доля торговых марок по количеству абонентов на рынке Казахстана на конец 3 квартала 2016 г. составила: «Kcell» вместе с торговой маркой «Activ» – 38,6%, «Beeline» – 34,9%, «Tele2» – 15,8%, «Altel 4G-GSM» – 10,7% [3].

Необходимо заметить, что по состоянию на февраль 2016 г. по общему количеству базовых станций среди операторов лидирует «Kcell» – ему принадлежит 31% всех станций в республике, на «Теле2» приходится 26%, «Билайн» – 24%, «Алтел» – 19% [4].

Однако рейтинг популярных торговых марок отличается от их доли на рынке в Казахстане (данные на 1 квартал 2015 г.) и представлен на рисунке 1.

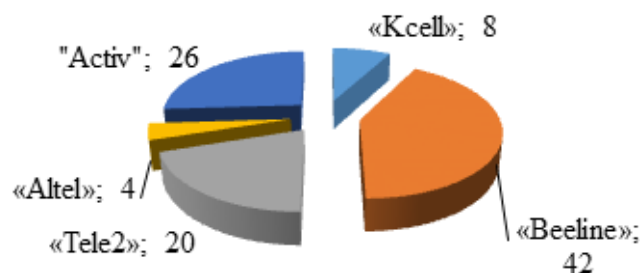


Рисунок 1 – Рейтинг популярности торговых марок сотовых операторов Казахстана на 1 квартал 2015 г. [2]

Как видно из представленных данных, несмотря на то, что пользователей у компании «Kcell» больше, чем у компании «Beeline», популярность, наоборот, выше у мобильного оператора «Beeline».

Итак, характеристика рынка мобильных операторов: на рынке сотовой связи преобладает рынок олигополии, т.к. число конкурентов ограничено, вход сложен; сильное влияние оказывает как государство, так и технологические новшества; изменения на рынке произошли в период входа на рынок торговой марки «Tele2», который способствовал повышению уровня конкуренции и активности других операторов; реформирование рынка мобильных игроков (возможность перехода к другому оператору и сохранения номера, обязательность регистрации номера и др.)

Авторами было проведено маркетинговое исследование в форме анонимного опроса потребителей сотовой связи с использованием онлайн-анкеты в программе Servio в Алматы на основе специально разработанной анкеты, которая содержала 24 вопроса. Тип выборки – снежный ком. Метод опроса – анкетирование по опроснику. Опрошено было всего 166 человек. Причем основной удельный вес опрошенных приходился на возраст от 18 до 29 лет, поскольку они являются активными пользователями мобильной связи. По гендерному признаку респонденты распределились следующим образом: 69,3% – женщины и 30,7% – мужчины.

По сфере профессиональной деятельности состав респондентов представлен по следующим группам: предприниматель, собственник – 9,9%; руководитель, менеджер – 7,9%; государственный служащий – 3%; работник сферы образования, медицины – 24,8%; работник сферы услуг, торговли – 9,9%; студент, учащийся – 38,6%.

Информация по опросам потребителей показала, что большая часть опрошенных пользуется сотовым оператором «Теле2», они составили 32%. Если сравнить с картиной по всему Казахстану, то основные игроки – компании Kcell и Beeline, т.к. их доля, по официальным источникам, составляла порядка 70%. Отличие в данном случае связано с тем, что основной аудиторией опрошенных были студенты, учащиеся и молодое поколение, которые отдают предпочтение оператору по ценовому параметру. На втором месте – оператор с торговой маркой Activ – 23%, на третьем месте – Beeline и на четвертом – Kcell, самая маленькая доля – 5% у оператора Altel (рисунок 2, стр. 99).

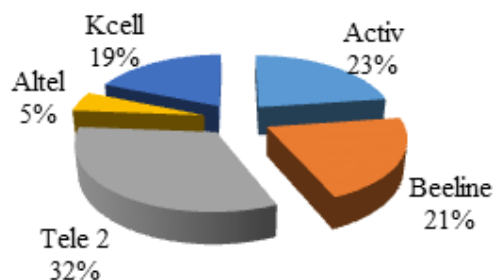


Рисунок 2 – Распределение абонентов сотовой связи по торговым маркам

Для того чтобы сотовым операторам более четко позиционировать на рынке, целесообразно определить, какие факторы определяют выбор того или иного бренда. В связи с этим потребителям был задан вопрос: «какие наиболее значимые критерии важны при выборе сотового оператора» (рисунок 3).

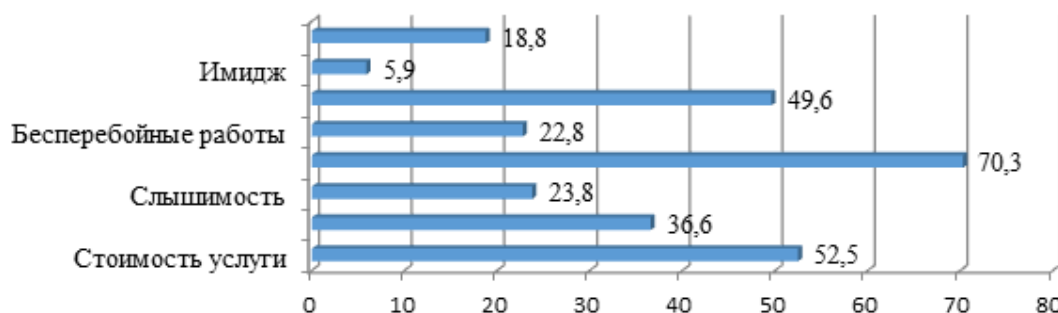


Рисунок 3 – Потребительские предпочтения по показателям деятельности сотовых операторов, %

На рынке г. Алматы остается приоритетным показатель качества сотовой связи, так отметили 70,3% респондентов. Следует отметить, что показатели стоимости услуг не являются основными даже в условиях кризиса, предпочтение отдается качеству связи. На третьем месте – разработка привлекательных тарифов – 49,6% опрошенных. Это возможность для мобильных игроков. Менее значимые показатели: по зоне обслуживания, бесперебойности связи, слышимости и сервиса. Меньше всего интересуют потребителей сотовой связи показатели имиджа.

Респондентам был задан вопрос по поводу тарифных планов, и они отметили, что используют следующие: «Время говорить-2 – Актив» и многие отметили тариф «То, что надо» Tele2.

Из всех опрошенных на вопрос: «все ли вас устраивает в тарифном плане» 50% ответили, что не всем довольны, 29,7% затруднились с ответом и только 19,8% предполагают поменять оператора. Поэтому можно сделать вывод, что сотовым операторам желательно изучать, по каким причинам не устраивает потребителей тарифный план и как его нужно улучшить.

Процесс планирования сотовых операторов и определения приоритетов в их деятельности направлен на создание высококачественной услуги. Поэтому для формирования плана и выбора оптимальной альтернативы развития сотового оператора необходимо выявить оценку качественных характеристик и свойств сотовой услуги. Для снижения экономического риска и поиска наилучшего варианта развития сотовые операторы были оценены по качественным параметрам [5]. На основании данного опроса также определен средний показатель степени удовлетворенности клиентов и удовлетворенность по отдельным характеристикам (таблица 1, стр. 100).

Таблица 1 – Оценка качественных характеристик и степени удовлетворенности абонентов мобильной связи

Показатели	Оценка, средний балл	Степень удовлетворенности клиентов, %	Критический показатель, %
Стоимость услуги	3,6	72	75
Зона охвата	3,58	71,6	75
Слышимость	3,78	75,6	75
Воспринимаемое качество связи	3,71	74,2	75
Бесперебойность работы	3,56	71,2	75
Привлекательные тарифные планы	3,77	75,4	75
Работа сервисной службы	3,96	79,2	75
Итого	3,71	74,2	75

Одна из задач проведения опроса – определить различие между тем, что ожидает потребитель, и тем, чего он хочет на самом деле, т.е. между запросами потребителей, мнениями операторов и их реальными запросами. Поэтому целесообразно проводить исследование индекса удовлетворенности потребителей.

Идентификация неудовлетворенных потребителей позволяет определить причину недовольства и предпринять индивидуальные корректирующие воздействия до того, как неудовлетворенные потребители переориентируются на конкурентов [6].

Показатели степени удовлетворенности потребителей – высокая слышимость, работа сервисной службы, привлекательные тарифные планы. При этом критический показатель удовлетворенности – 75%. Как видно из представленных показателей, ниже критического показателя в 75% такие показатели, как стоимость услуг, зона охвата, воспринимаемое качество связи и бесперебойность работы. Это те показатели, на которые должны обратить внимание сотовые операторы.

Из всех опрошенных 45,5% меняли сотового оператора. Основная причина перехода к другому оператору – снижение качества связи, на втором месте – показатель снижения стоимости связи у другого оператора и на третьем – увеличение стоимости связи у обслуживаемого оператора. Около 90% потребителей из тех, кто принял решение поменять оператора, перешли к оператору «Теле2», т.к. он предлагает более привлекательные тарифные планы по стоимости.

Для понимания того, у какого оператора какие проблемы с показателями лояльности и удовлетворенности, был задан ряд вопросов для выявления индекса удовлетворенности для каждой торговой марки сотового оператора.

В целом на основании расчетов проведем сравнительный анализ средних показателей удовлетворенности по всем брендам сотовой связи (рисунок 4).

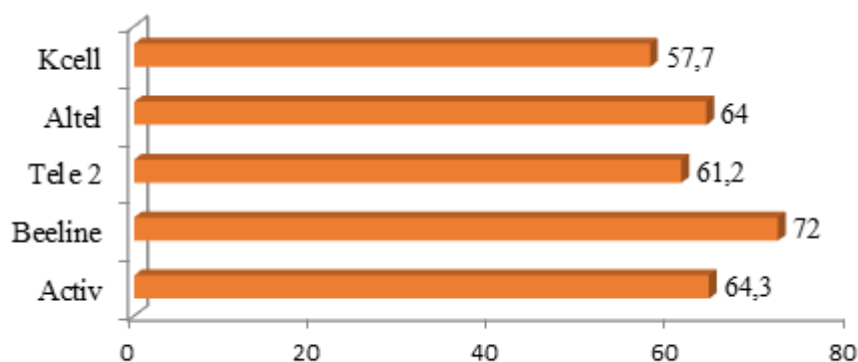


Рисунок 4 – Сравнительный анализ средних показателей удовлетворенности клиентов сотовой связи

В результате проведенного анализа можно сделать вывод, что самый высокий показатель удовлетворенности – у пользователей связью торговой марки «Beeline», а самый низкий – у торговой марки «Kcell».

Отличительной особенностью сотовой связи является разработка эффективной концепции сервиса и обслуживания потребителя, поэтому в ходе исследования были выявлены недостатки в работе сервисных служб. Так, по мнению потребителей, основной проблемой сервисной службы является сложность дозвониться, так отметили 21,8%; на втором месте – сотрудники call-центра не решают проблем – 4%; на третьем – компетентность персонала. Сотрудники call-центра невежливы – 1% и большая часть потребителей затруднились ответить, потому что не обращались в сервисные центры (рисунок 5).

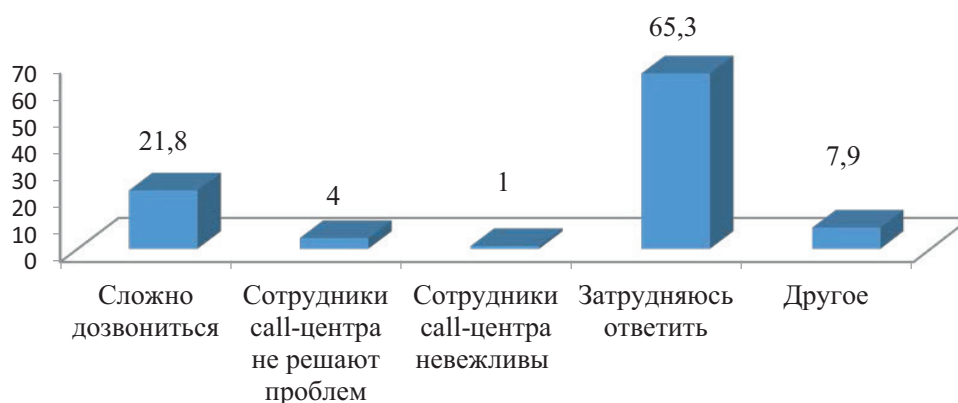


Рисунок 5 – Оценка деятельности сервисных центров сотовых операторов

Вместе с тем абоненты выразили недовольство по следующим направлениям: по умолчанию переключают на невыгодный тарифный план; сеть Internet плохо работает; высокая стоимость услуг.

Всех потребителей по модели поведения на рынке делят на две крупные группы: лоялисты и мигранты. Лоялисты – это потребители, которые лояльны к бренду, но причины лояльности могут быть разные. Потребителей в зависимости от причин лояльности делят на следующие группы:

- ♦ эмоциональные лоялисты – это те, кто редко переосмысливает свои решения и считает, что выбрали лучший бренд;
- ♦ инерционные лоялисты – это потребители, которые не часто переосмысливают свои решения, не уверены, что выбрали лучший бренд, но жалеют время на поиски нового бренда;
- ♦ рациональные лоялисты часто переосмысливают свои решения, проверяют, что выбрали лучший бренд, используя рациональные критерии.

Мигранты – это потребители, которые часто меняют торговые марки товаров и услуг. Мигранты тоже делятся на три группы:

- ♦ вынужденные эмигранты, которые переосмысливают свои решения о покупке в силу изменения нужд и доходов;
- ♦ рациональные эмигранты, которые часто переосмысливают свои решения, выбирают новый бренд на основе рациональных критериев и более низкой цены;
- ♦ неудовлетворенные мигранты, которые не удовлетворены брендом, могут быть сохранены, если доказать, что дефекты были вызваны случайной причиной [6].

Для мобильных операторов, которые пользуются системой управления взаимоотношениями с клиентами, можно отслеживать долю каждой из этих групп потребителей. По результатам опроса была выявлена структура клиентской базы сотовых операторов Алматы (рисунок 6, стр. 102).



Рисунок 6 – Структура клиентской базы сотовой связи по степени лояльности

В целом можно отметить, что лояльных потребителей больше на рынке, их доля составила от всех опрошенных 68%. Это золотой фонд для мобильных игроков, им целесообразно отслеживать предпочтения и пожелания абонентов.

Из категории мигрантов сотовые операторы могут работать с неудовлетворенными мигрантами, если узнают причину недовольства и предпримут попытку стимулирования и компенсируют неудовлетворенность. Можно также сотрудничать с рациональными мигрантами, для этого постоянно нужно «мониторить» потребности и определять более значимые.

Респонденты определили основные причины перехода к другому оператору, причем отметили, что «качество связи не соответствует цене»; «зона покрытия»; «смены работы, где используют корпоративную связь».

В целом, несмотря на высокие показатели лояльности, сильное влияние на рынке оказал выход бренда «Теле2», который имел преимущества по стоимости услуг и привлекательности тарифных планов.

В результате анализа вторичных данных было выявлено, что в последние годы наблюдается снижение стоимости услуг, расширение дополнительных услуг – мобильного интернета, так как «набирают обороты» популярные VoIP приложения – мессенджеры, которые имеют функцию звонков другим абонентам, такие, как «WhatsApp», «Telegram», «Viber».

«Казахстан опережает по уровню покрытия и скорости в мобильных сетях целый ряд развитых стран. Так, по оценке британской компании OpenSignal, которая провела исследования стандарта 4G/LTE с 1 января по 31 марта 2017 г. в 75 странах мира, Казахстан расположился на 54-й позиции по критерию «доступность сетей 4G/LTE» с показателем 61,2%, опередив Италию, Россию, Германию, Францию и Новую Зеландию. Лидерами являются Южная Корея, Япония и Норвегия» [1]. В результате исследования предложено следующее:

- ♦ рынок сотовой связи является менее конкурентным, поэтому удержать клиентов и повысить их лояльность проще;
- ♦ ориентироваться на улучшение скорости мобильного интернета и снижение его стоимости;
- ♦ не очень внятное позиционирование брендов сотовых операторов, что отрицательно сказывается на выборе потребителей;
- ♦ повышение доходов операторов возможно, если они увеличат число крайне довольных клиентов;
- ♦ сотовым операторам для улучшения деятельности необходимо сформировать цепочку ценностей «потребитель – сервис – сотрудники»;
- ♦ продолжать политику сегментированной дифференциации и для разных целевых сегментов предлагать соответствующие тарифные планы;
- ♦ мобильным операторам необходимо повысить сфокусированность на клиентах, т.к. это позволит повысить потребительскую ценность услуг и их лояльность.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Рынок мобильной связи в Казахстане выживает за счет интернета: <http://www.kazpravda.kz/news/tehnologii/ginok-mobilnoi-svyazi-v-kazahstane-vizhivaet-za-schet-interneta/>.
- 2 Аналитический обзор «Рынок услуг сотовой связи Казахстана: тенденции и перспективы». Курсив.kz, 2013: <https://www.kursiv.kz/upload/Binder1.pdf>.
- 3 Данные Комитета по статистике МНЭ: www.stat.gov.kz.
- 4 Проникновение сотовой связи в РК: http://www.ranking.kz/a/reviews/roniknovenie_sotovoj_svjazi_v_rk_mart_2016.
- 5 Бест Р. Маркетинг от потребителя: пер. с англ. С. Памфилова и Н. Брагиной / под ред. П. Миронова. Стокгольмская школа экономики. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015. – 855 с.
- 6 Дэй Д. Стратегический маркетинг. – М: Издательство «Эксмо-Пресс», 2002. – 640 с.

Аңдатпа

Қатаң бәсекелестік күрес және жаһандық экономикалық дағдарыс жағдайында байланыс қызметтерін ұсынатын кәсіпорындардың басты міндеті абоненттердің адалдық деңгейін қалыптастыру болып табылады, оның мақсаты компанияның бәсекеге қабілеттілігін және әлеуетті анықтау негізінде оның дамуының тұрақтылығын арттыру болады. Сонымен қатар, тұтынушылардың компанияға адалдық дәрежесіне оның табысы тікелей байланысты, ал ол өз кезегінде компанияның болашақта дамуын қалыптастырады. Алматы қ. бойынша таңдау – «жұмыршақ қар» арқылы сұрақ жүргізілді, жалпы таңдау 160 сауалнамаға жауап берушіні құрады. Ол арқылы Алматы қ. бойынша ұялы байланыс қызметтерінің барлық көрсеткіштерінен ең бірінші маңыздысы – ұялы байланыстың сапасы, ары қарай қызметтің құны мен тарифтердің тартымдылығы болып табылады, ал маңыздылығы төмен көрсеткіштер – қызмет көрсету аумағы, байланыстың үзіліссіздігі, естілуі мен сервис. Сауалнамаға жауап берушілер бір компаниядан екіншіге ауысып кету ұсынылған ұялы байланыстың сапасына қанағаттанбау және қызмет пакеті немесе қызмет құнының жоғары болуы себебіне байланысты екенін атап өтті. Осының негізінде ішкіфирмалық басқару тиімділігін арттыру мақсатымен ұсыныстар құрастырылды, компаниядағы үздік клиенттік тәжірибені қалыптастыру есебінен абоненттердің адалдылығын жоғарғы деңгейге жеткізу болды.

Тірек сөздер: адалдық, абоненттер, тарифтер, құны, мобильді оператор, бағалау, адалдық көрсеткіші.

Abstract

In the context of tough competition and the global economic crisis, the priority task of enterprises providing telecom services is to form a loyalty level for subscribers in order to increase the competitiveness of the company and the sustainability of its development through the identification of potential. In addition, the degree of customer loyalty to the company directly depends on its revenues, and they in turn form the development of the company in the future. A survey was conducted in Almaty on the method of sampling – «snowball», the general sample included 160 respondents. It is revealed that of all the cellular communication services in Almaty, the quality of mobile communication is the priority, then the cost of services and the attractiveness of tariffs, the less important are the indicators for the service area, the continuity of communication, the audibility and the service. Respondents noted that the transition from one company to another is due to dissatisfaction with the quality of mobile communications and the overcharge of services or a package of services. Based on the survey, recommendations were made to improve the effectiveness of intra-company management, where it is possible to achieve a high level of loyalty among subscribers due to the formation of the best customer experience in the company.

Key words: loyalty, subscribers, tariffs, cost, mobile operator, assessment, loyalty indicator.

А.У. ЕЛЕУСИНОВА,¹
магистр экономики.

Г.Е. УРИСТЕМОВА,²
магистр экономики.

Университет международного бизнеса.¹
Университет «Туран»²

РАЗВИТИЕ РЫНКА УСЛУГ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН И ИССЛЕДОВАНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ УСЛУГ

Аннотация

Сфера услуг становится наиболее развивающимся сектором экономики. Так, в развитых странах вклад сферы услуг в ВВП составляет примерно 70%, в мире – около 60%. Необходимо отметить, что структура и состав сферы услуг претерпевают качественные изменения. При этом данные трансформации зависят от ряда различных факторов, таких, как политические изменения, экономический рост и благосостояние страны, социально-демографические показатели страны, научно-технический прогресс и другие. В странах СНГ сфера услуг составляет основную долю в общем объеме ВВП, кроме Азербайджана, где больший процент приходится на промышленность. В Казахстане на сферу услуг приходится более 50%, что значительно превышает долю промышленности и сельского хозяйства в составе ВВП. Рост благосостояния и улучшение качества жизни людей ведет к избирательности в отношении потребления услуг, что дает толчок к повышению конкурентоспособности услуг. Ключевыми факторами, оказывающими влияние на конкурентоспособность услуг, являются цена и качество продукции. При этом актуальным является вопрос о возможности исчисления коэффициента конкурентоспособности, который бы позволил ранжировать услуги, произведенные разными предприятиями сервиса, а также выявлять услуги, не соответствующие ожиданиям клиентов. В связи с этим в статье представлена авторская формула вычисления конкурентоспособности услуг.

Ключевые слова: рынок услуг, качество, объем услуг, конкурентоспособность, структура, ожидания клиентов.

Постепенно сфера услуг становится наиболее развивающимся сектором экономики. Так, в развитых странах вклад сферы услуг в ВВП составляет примерно 70%, в мире – около 60%. В отдельных странах доля услуг в ВВП составляет более 80% (Франция, США, Великобритания, Бельгия, Дания и др.).

Структура и состав сферы услуг претерпевают качественные изменения. При этом данные трансформации зависят от ряда различных факторов, таких, как политические изменения, экономический рост и благосостояние страны, социально-демографические показатели страны, научно-технический прогресс и другие. Поэтому показатели Казахстана актуально рассматривать наряду с показателями стран СНГ.

В странах СНГ сфера услуг составляет основную долю в общем объеме ВВП, кроме Азербайджана, где больший процент приходится на промышленность. Данные по составу ВВП стран СНГ представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Состав ВВП стран СНГ в 2016 г.

Страна СНГ	Сельское хозяйство	Промышленность	Сфера услуг
1. Азербайджан	7,2%	49,6%	43,3%
2. Армения	19,6%	29,1%	51,3%
3. Белоруссия	9,2%	40,9%	49,8%
4. Казахстан	10,6%	31,8%	57,9%
5. Кыргызстан	17,9%	25,9%	56,2%
6. Молдова	14,1%	21,2%	64,7%
7. Россия	4,7%	33,1%	62,2%
8. Таджикистан	20,7%	15,1%	64,2%
9. Узбекистан	16,6%	32,9%	49,5%

Примечание – Составлено авторами на основании данных: <http://www.cisstat.com/0base/frame-rus.htm>.

Для того чтобы в дальнейшем было возможным рассмотрение конкурентоспособности услуг Казахстана на макроуровне, необходимо исследовать и совершенствовать данный процесс на региональном и местном уровнях.

Из таблицы 1 видно, что в Казахстане на сферу услуг приходится 57,9%, что значительно превышает долю промышленности и сельского хозяйства в составе ВВП.

Если рассматривать общие объемы оказанных за 2016 г. услуг (за исключением услуг в области государственного управления и обороны, услуг по обязательному социальному обеспечению), то лидирующие позиции занимают:

- ♦ услуги, связанные с недвижимым имуществом, – 1 264 822,1 млн тенге;
- ♦ услуги в области архитектуры, инженерных изысканий, технических испытаний и анализа – 883 856,3 млн тенге;
- ♦ услуги по аренде – 438 867,5 млн тенге;
- ♦ услуги индивидуальные прочие – 356 448,1 млн тенге;
- ♦ услуги профессиональные, научные и технические прочие – 354 159,1 млн тенге;
- ♦ услуги головных компаний; услуги консультационные по вопросам управлений – 346 366,2 млн тенге;
- ♦ услуги в области рекламы и изучения рынка – 326 244,3 млн тенге;
- ♦ услуги по проведению исследований и обеспечению безопасности – 230 214,0 млн тенге;
- ♦ услуги по компьютерному программированию, услуги консультационные и аналогичные – 215 885,4 млн тенге;
- ♦ услуги спортивные и услуги по организации отдыха – 187 030,4 млн тенге.

Однако если исследовать рост объема услуг за январь–февраль 2017 г. по отношению к рассматриваемому периоду 2016 г., то необходимо выделить другую группу услуг:

- ♦ деятельность в области административно-управленческого, хозяйственного и прочего вспомогательного обслуживания – 182,5;
- ♦ деятельность информационных служб – 147,6;
- ♦ производство кино-, видеофильмов, телевизионных программ, фонограмм и музыкальных записей – 144,0;
- ♦ предоставление прочих индивидуальных услуг – 139,7;
- ♦ трудоустройство – 133,6;
- ♦ компьютерное программирование, консультации и другие сопутствующие услуги – 126,9;
- ♦ деятельность в области обслуживания зданий и территорий – 114,9;
- ♦ рекламная деятельность и изучение рыночной конъюнктуры – 114,8;
- ♦ деятельность в области спорта, организации отдыха и развлечений – 114,7;
- ♦ научные исследования и разработки – 112,7.

Таким образом, в целом наблюдается рост объема оказанных услуг в I квартале 2017 г. по отношению к I кварталу 2016 г. Такая тенденция наблюдается на протяжении десятилетий, это дает возможность утверждать, что инвестиции в развитие рынка услуг приведут к росту ВВП и экономики страны в целом.

На наш взгляд, в этом аспекте актуально мнение исследователя Восколович Н.А.: «Ускоренное развитие сферы услуг находится под воздействием целого ряда экономических факторов. Рост благосостояния и улучшение качества жизни людей ведут к изменению структуры их потребительских доходов и расходов, в том числе повышению доли затрат на услуги» [1].

Вместе с тем рост благосостояния и улучшение качества жизни людей ведет к избирательности в отношении потребления услуг, что дает толчок к повышению конкурентоспособности услуг.

Известный американский экономист М. Портер дал такое определение конкурентоспособности: «Конкурентоспособность – свойство товара, услуги, субъекта рыночных отношений выступать на рынке наравне с присутствующими там аналогичными товарами, услугами или конкурирующими субъектами рыночных отношений» [2].

По мнению российского ученого Е.А. Ивановой, понятие «конкурентоспособность» сравнительное и модель оценки конкурентоспособности товара можно составить в виде эмпирической формулы:

Конкурентоспособность = качество продукции / цена продукции [3].

Данная формула показательна тем, что проведена прямая зависимость между конкурентоспособностью и качеством продукции, а также – обратная зависимость между конкурентоспособностью и ценой продукции.

Качество услуги – это совокупность характеристик услуги, которые придают ей способность удовлетворять обусловленные или предполагаемые потребности потребителя [4].

Понятие «качество» с позиции потребителя рассматривают многие авторы. Некоторые из них подходят к этому понятию следующим образом: «Качество – это удовлетворение ожиданий потребителя за цену, которую он себе может позволить, когда у него возникла потребность. Высокое качество – повышение ожиданий потребителя за более низкую цену, чем он предполагает». При оценке качества услуги потребитель сравнивает то, что ему предоставили, с тем, что он желал получить. Ожидаемая услуга представляет собой ожидаемое качество и может соотноситься с желаниями и индивидуальными нормами потребителей, с объективными представлениями об ожидаемом и другом стандарте сравнения [4].

Цена услуги является одним из ключевых факторов конкурентоспособности услуги. Если многочисленные конкуренты располагают одинаковым сервисным набором, то цена может стать главным аспектом для принятия решения о приобретении услуги.

На наш взгляд, формула «Конкурентоспособность = качество продукции / цена продукции» не дает возможности дать точной количественной оценки конкурентоспособности услуги, поскольку такие категории, как «качество продукции» и «цена продукции», измеряются в разных единицах. Также данный подход не позволяет ранжировать услуги по конкурентоспособности, оказанные разными предприятиями.

Исследователь Тывин Л.Ф. указывает, что для оценки конкурентоспособности услуг используют различные показатели [5]:

- ♦ экономические (например, выражающие цены потребления);
- ♦ организационные, характеризующие условия предоставления услуги;
- ♦ классификационные, выражающие принадлежность к определенному виду (классу) услуг;
- ♦ нормативные, показывающие соответствие услуги нормам, стандартам и правилам, за границы которых она не должна выходить;
- ♦ конструктивные, демонстрирующие технические решения (преимущественно для ремонтных услуг);
- ♦ эргономические, отражающие соответствие услуги свойствам человеческого организма и психики;
- ♦ социальные, с помощью которых отражается соответствие услуги особенностям личности, социальной группы и общества в целом;
- ♦ эстетические, характеризующие способность услуги вызывать положительные эмоции при зрительном восприятии условий ее предоставления.

В связи с этим возникает вопрос о возможности исчисления коэффициента конкурентоспособности, который бы позволил ранжировать услуги, произведенные разными предприятиями сервиса, а также выявлять услуги, не соответствующие ожиданиям клиентов.

После предоставления услуги можно опросить m клиентов и попросить их дать оценку по n критериям. Для определенности можно взять оценку по балльной системе от 0 до 10.

В качестве критериев могут выступать:

- ♦ удовлетворенность качеством услуги;
- ♦ удовлетворенность ценой услуги;
- ♦ удовлетворенность персоналом, предоставившим услугу;
- ♦ удовлетворенность временем предоставления услуги;
- ♦ и т.д. в зависимости от специфики услуги.

В этом случае, на наш взгляд, коэффициент конкурентоспособности может быть представлен в следующем виде:

$$k = \frac{\sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^n x_{ij}}{10 \cdot m \cdot n} \quad (1)$$

Очевидно, что величина коэффициента, вычисленного по формуле (1), будет находиться в интервале $k \in [0; 1]$, что позволит дать оценку конкурентоспособности услуги, возможные значения которой приведены в таблице 2.

Таблица 2 – Значения коэффициента k

Интервал	Оценка конкурентоспособности
$0 \leq k < 0,3$	Отсутствие
$0,3 \leq k < 0,5$	Слабая
$0,5 \leq k < 0,7$	Заметная
$0,7 \leq k < 0,1$	Высокая
Примечание – Составлено авторами.	

В целом, учитывая тот факт, что в Казахстане более 50% ВВП производится в секторе услуг, необходимым является способствование повышению конкурентоспособности данной сферы, что даст возможность выходить и на мировой рынок. Для объективной оценки конкурентоспособности того или иного вида услуг, оказываемого предприятием, возможно использование коэффициента корреляции по формуле (1), представленной нами.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Восколович Н.А. Экономика платных услуг. – М.: ЮНИТИ–ДАНА, 2007.
- 2 Портер М. Международная конкуренция: пер. с англ. – М.: Международные отношения, 1993.
- 3 Иванова Е.А. Оценка конкурентоспособности предприятия: учеб. пособие. – Ростов н/Д: Феникс, 2008. – 298 с.
- 4 Карнаухова В.К., Краковская Т.А. Сервисная деятельность: учеб. пособие. – Изд. 2-е. – М.: ИКЦ «МарТ»; Ростов н /Д: Издательский центр «МарТ», 2008. – 254 с.
- 5 Тывин Л.Ф. Конкурентоспособность предприятия сервиса в условиях рынка. – СПб.: Изд-во ИИГ «АКТиБ», 2001. – 27 с.

Андатпа

Қызмет ету саласы экономиканың қарқында дамып жатқан саласына жатады. Дамыған елдерде қызмет ету саласының ЖІӨ-і жобалап 70% құраса, ал әлем бойынша 60% құрайды. Бұл жерде, қызмет ету саласының құрылымы мен құрамы ілгері дамып жатқандығын атап өткен жөн. Осымен қатар, трансформация жайлы мәліметтер әртүрлі факторларға, соның ішінде: саяси өзгерістер, экономикалық өсу және елдің әлауқаты, елдің әлеуметтік-демографиялық өсуінің көрсеткіші, ғылыми-техникалық прогресс және де басқа факторларға тәуелді. Үлкен пайызы өнеркәсіптен құралатын Азербайджаннан басқа, ТМД елдерінде қызмет ету саласы ЖІӨ – басты бөлігін құрайды. Қазақстанда қызмет көрсету саласы 50%-дан астамды құрайды, бұл ЖІӨ құрамында өнеркәсіп пен ауыл шаруашылығының үлесінен айтарлықтай асып түседі. Халықтың әлауқатының жақсаруы және өмір сүру деңгейінің көтерілуі қызмет-көрсету саласында талғамның артуына, сонымен қатар бәсекелестіктің артуына әсер етеді. Өнімнің бағасы мен сапасы бәсекелестік нарығына әсер ететін басты факторлар болып табылады. Әртүрлі өнеркәсіппен ұсынылған қызмет көрсету салаларын қолдану бәсекелестігінің коэффициентін есептеу мүмкіндігі, сонымен қатар клиентке болжалына ойдағыдай қызмет көрсетпеу сұрақтары өзекті болып табылады. Осыған байланысты, мақалада қызметтердің бәсекеге қабілеттілігін есептеудің авторлық формуласы ұсынылған.

Тірек сөздер: қызмет көрсету нарығы, сапа, қызметтер көлемі, бәсекеге қабілеттілік, құрылым, клиенттің болжалы.

Abstract

The services sector is becoming the most developing sector of the economy. So in developed countries, the contribution of the service sector to GDP is about 70%, in the world – about 60%. It should be noted that the structure and composition of the service sector is undergoing qualitative changes. At the same time, the transformation data depend on a number of different factors, such as: political changes, economic growth and welfare of the country, socio-demographic indicators of the country, scientific and technological progress, and others. In CIS countries, the service sector makes up the bulk of the total GDP, except in Azerbaijan, where industry accounts for a larger percentage. In Kazakhstan, the services sector accounts for more than 50%, which significantly exceeds the share of industry and agriculture in GDP. The growth of well-being and improvement of people's lifestandard lead to selectivity with regard to consumption of services, which gives impetus to increasing the competitiveness of services. The key factors affecting the competitiveness of services are the price and quality of products. At the same time, the question of the possibility of calculating the competitiveness coefficient, which would allow to rank the services produced by different service enterprises, as well as to identify services that do not meet the expectations of customers, is topical. In this regard, the article presents the author's formula for calculating the competitiveness of services.

Key words: service market, quality, volume of services, competitiveness, structure, consumer expectations.

ОСНОВНАЯ ЦЕЛЬ И ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ АНАЛИЗА ТЕКУЧЕСТИ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ

Аннотация

В данной статье раскрываются основные направления анализа трудовых ресурсов, а именно анализ текучести кадров. Анализ трудовых ресурсов позволяет убедиться во взаимном соответствии деятельности предприятия по управлению персоналом и стратегий его развития, а также взаимном соответствии регламентаций социально-трудовых отношений и законов, правил, инструкций и методик, определяющих эту деятельность. На основании результатов проведенного анализа могут быть определены направления для установления, изменения или совершенствования стандартов. Анализ трудовых показателей в целом и анализ трудовых ресурсов в частности способствуют кадровым перестановкам, улучшающим качественный состав трудовых ресурсов, продвижению наиболее перспективных сотрудников и развитию творческой активности. Текучесть кадров есть чистый результат ухода одних работников и прихода других в организацию. Текучесть кадров может дорого обходиться как работникам, так и работодателям. Издержки на текучесть кадров включают растущие затраты на социальную безопасность, пособия по безработице, оплату выходных пособий, простоев оборудования, затраты на набор и отбор персонала. Высокие показатели утечки персонала могут дестабилизировать бизнес и снизить мотивированность тех, кто пытается поддерживать уровень оказания услуг и выпуска продукции на фоне вакантных должностей, неопытности новых работников и общей неудовлетворенности. Таким образом, анализ текучести кадров или потерь как составная часть процесса планирования человеческих ресурсов требует подробной информации о стаже работы увольняющихся сотрудников для того, чтобы выявить проблемные зоны и обеспечить базу для прогнозов по предложению.

Ключевые слова: трудовые показатели, движение рабочей силы, текучесть кадров, затраты труда, обороты по приему, обороты по выбытию.

Анализ трудовых показателей – важное направление экономического анализа производственно-хозяйственной деятельности предприятия. В ходе анализа выявляются недостатки в работе отдельных участков и подразделений производства, организаций в целом и разрабатываются мероприятия по устранению обнаруженных недостатков.

Анализ трудовых ресурсов позволяет убедиться во взаимном соответствии деятельности предприятия по управлению персоналом стратегии его развития, а также взаимном соответствии регламентаций социально-трудовых отношений и законов, правил, инструкций и методик, определяющих эту деятельность. На основании результатов проведенного анализа могут быть определены направления для установления, изменения или совершенствования стандартов. Анализ трудовых показателей в целом и анализ трудовых ресурсов в частности способствуют кадровым перестановкам, улучшающим качественный состав трудовых ресурсов, продвижению наиболее перспективных сотрудников и развитию творческой активности. Анализ позволяет повысить роль кадровых служб, сблизить их деятельность с целями и задачами предприятия, заострить их внимание на более важных вопросах.

Его основная цель – осуществление постоянного контроля над ходом выполнения заданий по повышению трудового потенциала и результатов работы предприятия, выявление внутренних резервов для рационального использования трудовых ресурсов [1].

В ходе дальнейшего анализа необходимо дать оценку обеспеченности предприятия трудовыми ресурсами. Этот показатель определяется сравнением фактического количества работников по категориям и профессиям с плановой потребностью. Рассчитывается абсолютная обеспеченность работниками по следующей формуле:

$$\text{Абсолютная численность} = \text{фактическая численность} - \text{плановая численность} \quad (1)$$

Ответственным этапом в анализе использования предприятием кадров является изучение движения рабочей силы. Движение рабочей силы – важный аспект анализа обеспеченности предприятия трудовыми ресурсами [2].

Анализ осуществляется в динамике за ряд лет на основе коэффициентов, представленных в таблице 1. В ходе анализа тщательно изучению подвергаются причины выбытия работников. Однако выпуск продукции зависит не столько от численности работающих, сколько от количества труда (затраченного на производство), определённого количеством рабочего времени. Поэтому анализ использования рабочего времени является важной составной частью аналитической работы на предприятии.

Таблица 1 – Показатели движения рабочей силы

Показатели	Формула для расчета показателя	Экономический смысл
Коэффициент оборота по приёму (Кп)	$K_p = \frac{\text{количество принятых работников}}{\text{среднесписочная численность работников}}$	Характеризует удельный вес работников, принятых за период
Коэффициент оборота по выбытию (Кв)	$K_v = \frac{\text{количество выбывших работников}}{\text{среднесписочная численность работников}}$	Характеризует удельный вес выбывших за период работников
Коэффициент текучести кадров (Кт)	$K_t = \frac{\text{количество уволившихся работников по собственному желанию, за нарушение трудовой дисциплины}}{\text{среднесписочная численность работников}}$	Характеризует уровень увольнения работников по отрицательным причинам
Коэффициент постоянства кадров (Кпост)	$K_{\text{пост}} = 1 - K_v$	Характеризует уровень работающих на данном предприятии постоянно в анализируемом периоде (году, квартале)

Текучесть кадров есть чистый результат ухода одних работников и прихода других в организацию. Текучесть кадров может дорого обходиться как работникам, так и работодателям. Издержки на текучесть кадров включают растущие затраты на социальную безопасность, пособия по безработице, оплату выходных пособий, простоев оборудования, затраты на набор и отбор персонала [3].

Анализ количества работников, покидающих предприятие (текучесть кадров, или утечка кадров), обеспечивает сведения, которые нужно использовать для прогнозирования предложения, то есть расчеты можно делать на основе объема потерь, которые, возможно, придется восполнять. И что более важно, анализ количества уволившихся и причин, по которым они покинули предприятие, дает информацию, исходя из которой можно предположить, требуется ли принимать меры, направленные на повышение коэффициентов удержания работников. Анализ может подсказать направление дальнейших исследований для установления причин и определения средств преодоления текучести кадров.

Мы рассматриваем следующие аспекты текучести кадров:

- ◆ значение;
- ◆ методы измерения;
- ◆ причины текучести;
- ◆ чего она стоит;
- ◆ как сверять коэффициенты текучести кадров с эталонными значениями [4].

Высокие показатели утечки персонала могут дестабилизировать бизнес и снизить мотивированность тех, кто пытается поддерживать уровень оказания услуг и выпуска продукции на фоне вакантных должностей, неопытности новых работников и общей неудовлетворенности. Понятно, что при увеличении текучести кадров возрастают затраты на наем рабочей силы, стажировку и профессиональное обучение.

Существует ряд способов измерения текучести кадров:

- ◆ индекс текучести кадров (который иногда называют индексом потери человеческих ресурсов или персонала) является традиционной формулой для измерения потерь;

♦ коэффициент выживаемости является особенно важным методом анализа текучести кадров для тех, кто занимается планированием человеческих ресурсов: доля работников, занятых в течение определенного периода времени, которые остаются на предприятии после определенного количества месяцев или лет [1].

Трудно избежать искушения применять метод традиционного индекса текучести кадров как самого легкого и наиболее хорошо знакомого из всех способов измерения. Но его необходимо дополнять какой-то оценкой стабильности. Анализ текучести кадров или потерь как составная часть процесса планирования человеческих ресурсов требует подробной информации о стаже работы увольняющихся сотрудников для того, чтобы выявить проблемные зоны и обеспечить базу для прогнозов по предложению.

Анализ причин ухода, которые устанавливаются на собеседовании с увольняющимися работниками, даст полезную информацию, на основе которой можно составлять планы по удержанию сотрудников. Такие собеседования направлены на то, чтобы выяснить, почему работники уходят, а не на то, чтобы убедить их остаться. Причины увольнения могут классифицироваться по следующим категориям:

- ♦ более высокая оплата;
- ♦ лучшие перспективы (карьерный рост);
- ♦ большая надежность;
- ♦ большие возможности развивать свои навыки;
- ♦ лучшие условия работы;
- ♦ плохие отношения с менеджером/руководителем группы;
- ♦ плохие отношения с коллегами;
- ♦ запугивание или сексуальное преследование;
- ♦ личные – беременность, болезнь, переезд в другой город и т.д. [4].

Интервью при увольнении направлены на то, чтобы выяснить мнение работника по каждой из перечисленных категорий, не связанных с личными причинами. Некоторые увольняющиеся работники будут склонны к общению, другие – нет. Задача специалиста, проводящего такие собеседования, состоит в том, чтобы постараться квалифицированно и чутко установить причины неудовлетворенности и недовольства для того, чтобы в тех областях, где эти чувства оправданы, принять соответствующие меры. Необходим здравый смысл для того, чтобы отделить оправданные претензии от несправедливых или преувеличенных. Нужно проанализировать причины и принять во внимание тенденции. Общие моменты могут быть изменены за счет пересмотра политики и практики трудового найма. Необходимо заниматься также вопросами, касающимися отдельных менеджеров. Это, возможно, будет нелегко сделать, если здесь замешаны личные человеческие качества, например, грубость, но если продолжает поступать информация, указывающая на то, что подобные инциденты повторяются, проблему нельзя игнорировать.

Однако одни собеседования при увольнении не могут быть абсолютно надежны и желательно составить более полную картину взглядов работающих сотрудников, проведя исследования установок [1].

В результате аналитического обзора мы определили показатели, между которыми существует тесная взаимосвязь:

а) среднесписочная численность – движение работников (прием, увольнение, текучесть кадров);

б) производительность труда – среднесписочная численность работников и их выработка. Текучесть кадров может стоить дорого. Следует учесть следующие факторы:

♦ затраты, связанные с увольнением, – оплата увольняющемуся работнику, работа службы персонала, связанная с увольнением;

♦ прямые затраты на поиск замены для работника (реклама, проведение собеседований, тестирования и т.д.);

♦ издержки неиспользованных возможностей за тот период, который потрачен на поиски нового сотрудника представителями отдела кадров и менеджерами на местах;

♦ прямые затраты на этапе освоения работы новым сотрудником (вводный курс, стоимость руководств по введению в должность и т.д.);

♦ издержки неиспользованных возможностей за тот период, который потрачен на введение в курс дела нового сотрудника представителями отдела кадров и менеджерами на местах;

- ♦ прямые затраты на обучение новых работников необходимым навыкам;
- ♦ издержки неиспользованных возможностей, понесенные линейными менеджерами и другими сотрудниками для обеспечения обучения;
- ♦ потеря вклада, который вносили уволившиеся до того момента, когда они будут полноценно заменены с точки зрения результатов труда, объема продаж, удовлетворенности заказчика и прочего;
- ♦ потери, возникающие в результате пониженной производительности новичков до того момента, когда они полностью завершат профессиональное обучение [3].

Коэффициент текучести кадров является ценным средством оценки эффективности политики и практики численности работников в организации. Он не является основным показателем, но если текучесть кадров значительно выше, чем в других аналогичных организациях, это должно стимулировать действия, направленные на выявление причин этого и их устранения.

Оценивать уровень можно при помощи контактов с другими организациями, например, путем организации «клуба» с целью регулярного обмена информацией. Кроме того, существует несколько агентств, которые осуществляют статистическую оценку. Существуют также ежегодные обзоры текучести кадров [2].

Таким образом, анализ трудовых показателей в целом и анализ трудовых ресурсов в частности способствуют кадровым перестановкам, улучшающим качественный состав трудовых ресурсов, продвижению наиболее перспективных сотрудников и развитию творческой активности. Анализ позволяет повысить роль кадровых служб, сблизить их деятельность с целями и задачами предприятия, заострить их внимание на более важных вопросах.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Толпегина О.А. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебник для бакалавров / О.А. Толпегина, Н.А. Толпегина. – М.: Юрайт, 2013. – 672 с.
- 2 Барышева С.К. Методика анализа эффективности использования трудовых ресурсов // Человеческий капитал в Казахстане: состояние и перспективы роста: МНПК, посвященная 75-летию известного казахстанского ученого, государственного и общественного деятеля, академика НАН РК Сагадиева К.А., 22 февраля 2013 г. – Алматы, 2013. – С. 65–70.
- 3 Савицкая Г.В. Комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 607 с.
- 4 Дюсембаев К.Ш. Анализ финансовой отчетности: учебник. – Алматы: Экономика, 2009. – 366 с.

Аңдатпа

Бұл мақалада еңбек ресурстары талдауының негізгі бағыттары, атап айтқанда қызметкерлер ағымы қарастырылды. Жұмыс күшінің талдауы кәсіпорынның персоналды басқару қызметі мен даму стратегиясының арасындағы сәйкестігіне көз жеткізуге, сондай-ақ, осы қызметті анықтайтын әлеуметтік-еңбек қатынастарының тәртібі мен ережелері, әдістемелері арасындағы сәйкестігіне көз жеткізуге мүмкіндік береді. Талдаудың нәтижелері негізінде стандарттардың орнатуының, өзгеруінің, жетілдірудің бағыттары анықталуы мүмкін. Еңбек көрсеткіштерінің жалпы талдауы, атап айтқанда еңбек күшін талдау, жұмыс күшінің сапалық құрамын жақсартуға, кадрлік орын ауыстыруға, ең перспективті қызметкерлердің жылжуына және шығармашылық белсенділігін дамытуға ықпал етеді. Қызметкерлер ағымы кетіп қалған қызметкерлер мен кәсіпорынға келген жұмысшылар арасындағы айырмашылық болып табылады. Қызметкерлер ағымы жұмысшылар мен жұмыс берушілердің екеуіне де үлкен шығын алып келуі мүмкін. Қызметкерлер ағымының шығындары өсіп жатқан әлеуметтік қауіпсіздік шығындарын, жұмыссыздық жәрдемақысын, демалыс жәрдемақыларын, жабдықтардың босқа тұруын, персоналды іріктеу мен қабылдау шығындарын қамтиды. Қызметкерлер ағымының жоғары көрсеткіштері бизнесті тұрақсыздандыруы мен өнім шығару мен қызмет көрсетуді бос орындардың болуына, жаңа қызметкерлердің тәжірибесі болмауына, жалпы қанағатсыздыққа қарамастан тиісті дәрежеде ұстауға тырысатындардың ынтасының азаюына алып келуі мүмкін. Осылайша, қызметкерлер ағымының немесе жоғалулар талдауы адам ресурстарын жоспарлауының құрамдас бөлігі ретінде жұмыстан кеткен қызметкерлердің өтілі жайлы толық мәліметті қауіпті аймақтарды анықтау немесе болжам жасау базасын кеңейту үшін қажет етеді.

Тірек сөздер: еңбек көрсеткіштері, жұмыс күшінің қозғалысы, кадрлер ағымы, еңбек шығындары, қабылдау айналымы, босатылу айналымы.

Abstract

The present article shows main directions of labor resource analysis, especially the analysis of staff turnover. Labor resource analysis allows to make sure in accordance between enterprise personnel management and development strategies, as well as accordance between regulations of social and labor relations laws, rules, regulations and procedures that define this activity. Based on the results of this analysis, direction of changes or improvement of standards can be defined. An analysis of labor indicators in general and the analysis of the labor force in particular contribute to reshuffle that improves qualitative composition of the labor force, to promotion of the most promising employees and to the development of creative activity. Staff turnover is a difference between left workers and workers who came to the organization. Staff turnover can be costly to both workers and employers. Staff turnover costs include increasing social security costs, unemployment benefits, severance pay, equipment downtime, costs of recruitment and selection of staff. High staff leakage rates could destabilize the business and reduce motivation of those who are trying to maintain a level of service and product quality on the background of vacant posts, inexperience of new employees and the general dissatisfaction. Thus, the analysis of turnover as an integral part of human resource management requires detailed information on the length of service of retiring employees in order to identify problem areas and provide the basis for projections on the proposal.

Key words: labor indicators, labor, labor movement, employee turnover, labor costs, recruitment turnover, retirement turnover.

М.Т. КАНТУРЕЕВ,¹

Э.Ғ.Д.

А.О. АҒЫМБАЙ,²

Э.Ғ.К.

П.Д. БЕЙСЕКОВА,²

аға оқытушы.

І. Жансүгіров атындағы Жетісу
мемлекеттік университеті.¹

Шет тілдер және іскерлік
карьера университеті²

БӘСЕКЕГЕ ҚАБІЛЕТТІ МЕМЛЕКЕТ: ҚАЗАҚСТАННЫҢ ӘЛЕУМЕТТІК-ЭКОНОМИКАЛЫҚ ДАМУЫНДАҒЫ ЖҰМЫССЫЗДЫҚТЫҢ ҚАЗІРГІ ЖАҒДАЙЫН ТАЛДАУ

Андатпа

Мақалада халықтың өмір сүру деңгейінің төмендеуінің маңызды факторларының дамуы қарастырылған. Жұмыссыздық экономикалық және психологиялық қиындықтарды тудыратын құбылыс ретінде қоғамда шиеленісті жағдай туғызады. Жұмыссыздық қоғамның әлеуметтік-экономикалық жағдайына елеулі қатер төндіреді. Бұл құбылыстың болуы қандай да бір дәрежеде қоғамның әлеуметтік даму деңгейінің көрсеткіші болып саналады және оған қарсы күрес әдістері үнемі жетілдірілуде. Еңбек нарығында өсіп келе жатқан шиеленіс республикадағы жұмыс істейтіндердің санының абсолютті төмендеуі, әкімшілік демалыстағы қызметкерлердің үлесінің артуы, жұмыс уақытының аптасына орта есеппен төрт жұмыс күніне дейін азаюы, сондай-ақ жарты күндік жұмыста істейтін қызметкерлер үлесінің ұлғаюы болып табылады. Халықтың жұмыспен қамтылуы, жұмыссыздық және еңбек ресурстарының ұтқырлығы мәселелері әрдайым Қазақстан Республикасының тиісті ведомстволары, ұйымдары мен кәсіпорындарының ғылыми, қоғамдық, саяси және экономикалық қызметінің назарында болады. Олар дағдарыстан кейінгі жаһандық экономиканың қалпына келуінің қазіргі кезеңінде өзекті болып келеді.

Тірек көздер: экономика, жұмыссыздық, стратегия, жұмысбастылық, еңбек ресурстары, ұтқырлық, әлауқат, адамдық фактор.

Қазіргі таңда дамыған елдер тобына кіру үшін Қазақстан дамуында үлкен серпіліс жасалуда. Ұзақ мерзімді даму моделі әлемдік үрдістерді, ұлттық дамудың түйінді басымдықтарын ескеріп, Қазақстанды әлеуметтік-экономикалық жаңғырту жұмыстары жүргізілуде. Осыған байланысты әлемнің ең дамыған 30 елінің қатарына кіру жөніндегі мақсатқа қол жеткізу аса күрделі міндеттер белгіленді. Бұл ретте жаңғырту жаһандық бәсекелестік шарттарында өтеді. Дамудың жоғары деңгейіне қол жеткізу стратегиялық ресурстар мен нарықтық кеңістік үшін қатаң күрес жүргізумен байланысты. Бұл бәсекелестік ағынға қарсы жүзумен бірдей: артқа кетіп қалмас үшін, алға жылжу қажет екені анық.

Қазақстан Республикасының Президенті Н. Назарбаевтың 2018 жылғы 10 қаңтардағы «Төртінші өнеркәсіптік революция жағдайындағы дамудың жаңа мүмкіндіктері» атты Қазақстан халқына Жолдауында жаңа әлем көшбасшыларының қатарына қосылу үшін Қазақстанда қажетті нәрсенің бәрі бар екеніне сенімдімін деп атап өтті [1].

2012 жылғы желтоқсанда Қазақстан Республикасы Президентінің «Қазақстан–2050» стратегиясы: қалыптасқан мемлекеттің жаңа саяси бағыты» атты Қазақстан халқына Жолдауында республикамыздың 2050 жылға қарай әлемнің ең дамыған 30 мемлекетінің қатарына кіруі жөнінде жаңа стратегиялық мақсат қойылды және осы стратегияның негізгі бағдары елді жаңғырту еді [2].

2016 жылы шығарылған «Doing Business» рейтингінде 2016 жылы Қазақстан 190 елдің арасынан 51-ден 35-ші орынға жылжыды. Республика рейтингі осы уақытқа дейін 70,45-тен 75,09-ға дейін өсті (100 мүмкіндік ішінен). Жаңа есеп бойынша Қазақстан 36-шы орында, ал рейтинг 75,44-ке дейін өсті. Дегенмен, бұл Қазақстанның әлі де жұмыс істеуі керек деген фактіні жоққа шығармайды [3].

Бұл мақсаттарға жетіп, оны жүзеге асыруға Қазақстанның барлық мүмкіндігі бар. Саралай қарар болсақ, дұрыс таңдап алынған экономикалық саясаттың арқасында Қазақстандағы әлеуметтік-экономикалық көрсеткіштердің қарқынды дамуы байқалып отыр. Қазақстан экономикасының қазіргі жағдайын бағалай келіп, Әлемдік банк еліміздің кірісін ортадан жоғарғы елдер қатарына қосатынын мәлімдеген.

Бұл бағыттың таңдалып алуына мемлекеттердің өзінің ұлттық бәсекеге қабілеттілігін арттыруда инновациялық үрдістерді дамытумен қатар, адам ресурстарын дамыту саясатының сапалылығын да жоғарғы дәрежеге көтеруі себеп болған. Жан басына есептегендегі ішкі жалпы өнім көрсеткіші, сауаттылық пен адам өмірінің ұзақтығы секілді адамзат дамуының негізгі көрсеткіштерін жоғарғы деңгейге көтеру бәсекеге қабілетті экономиканың негізгі белгілері болып отыр.

Қазақстан мемлекетінің қазіргі таңдағы негізгі саяси ұстанымдарының бірі – республиканың әрбір азаматы үшін өмір сүру деңгейінің жоғарғы сапалық үлгісін қамтамасыз ету екендігі Елбасы Н. Назарбаевтың Жолдауында (06.02.2008 ж.) баса айтылды. Аталған құжатта қазақстандықтардың әлеуметтік жағдайы мен қоғамның барлық таптары мен әлеуметтік топтарының әл-ауқаты әрқашанда мемлекеттік саясаттың негізгі жоспары ретінде қаралатындығы баяндалған [4].

Адамзат дамуының негізгі көрсеткіштерінің рейтингтік жүйесіндегі Қазақстанның жағдайы күн санап жоғарылап келе жатыр. Қазіргі уақытта адамзат дамуын зерттейтін БҰҰ-ның өркендеу бағдарламасының (БҰҰӨБ) әлемдік баяндамасында (21.03.2017 ж.) Қазақстан дүниежүзінің 185 мемлекеттің ішінде 56 орында тұр [5].

Бұл жағдайда әр қазақстандыққа шаққандағы жалпы ішкі өнім көрсеткіші 2017 жылы 7,5 мың долларға жоспарланса, 2021 жылы 10,0 мың долларға жетпек, ал жоғарғы сапалы және қол жетімді денсаулық сақтау жүйесі дамытумен қатар жалпыға бірдей сапалы білім беру қалыптасады. Сонымен қатар, әлеуметтік жеңілдіктер кеңінен пайдаланылып, ауыл мен қала арасындағы әлеуметтік алшақтылық азаяды [6].

Еңбек нарығының тиімділігін қамтамасыз етіп, әрбір адамның өз әлеуетін іске асыра алуы үшін жағдай жасаудың маңызы зор.

Қазіргі кезде мемлекеттік бағдарламалардың іске асуынан үлкен экономикалық және әлеуметтік нәтиже күтілуде. Бұл жерде жаңа құрылған немесе жаңартылған өндіріс орындары айналасында пайда болатын қызмет көрсетуші ұсақ және орта кәсіпкерлік нысандарымен қатар инфрақұрылым жүйесі дамып, кеңейетіндігі мәселесі айтылып отыр. Жоспарланып отырылған өндірістердің ауқымын есепке алар болсақ, қаншалықты жаңа жұмыс орындары пайда болатынын болжау қиын емес. Бұл жағдайдағы әлеуметтік нәтижені кедейшілік пен жұмыссыздықтың төмендеуі және де қазақстандықтардың өмір сүру деңгейінің көтерілетінінен көруге болады.

Осылайша, бүгінгі таңдағы экономикадағы дамудың жоғарғы деңгейі кейбір негізгі көрсеткіштердің жақсаруына мүмкіндік беріп отыр. Мысалы, жұмыспен қамтамасыз ету саласына келер болсақ, жұмыссыздар саны 2017 жылдың 3 тоқсаны бойынша 441,0 мың адамды құраса, ал ел экономикасындағы еңбекке тартылғандар саны 8 572,1 мың адамға жеткен. Бұл жерде айта кететін жайт, жұмысқа орналасқандар арасында жаңа жұмыс орындарға орналасу қарқыны байқалған.

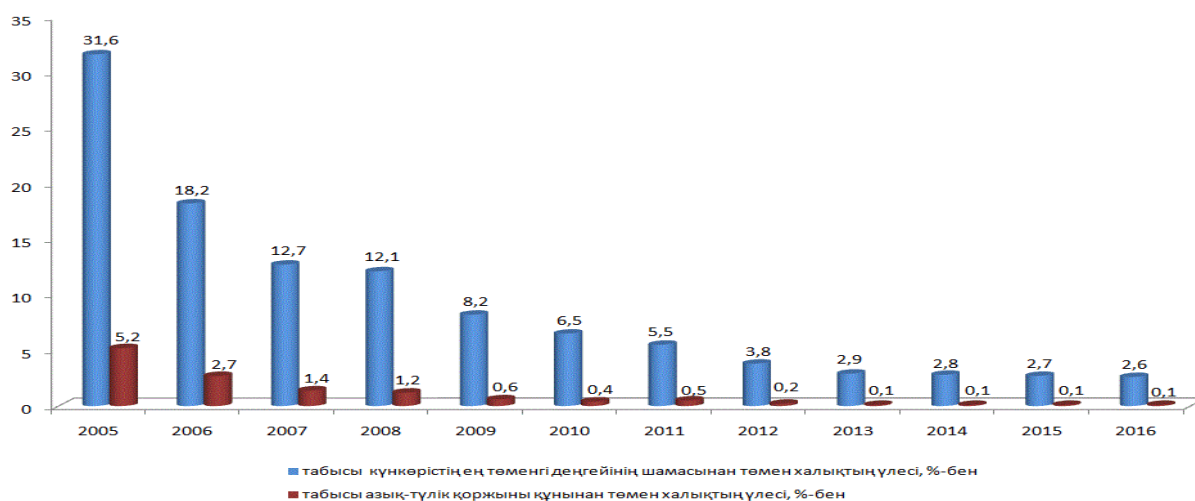
Кесте 1 – Негізгі еңбек нарығының көрсеткіштері

Көрсеткіштер атауы	Жылдар				
	2013	2014	2015	2016	2017 (3 тоқсан)
Жұмыс күші, мың адам	9041,3	8962,0	8 887,6	8998,8	9 013,1
Жұмыспен қамтылған халық, мың адам	8570,6	8510,1	8 433,3	8553,4	8 572,1
Жалдамалы қызметкерлер, мың адам	5949,7	6109,7	6 294,9	6342,8	6 395,9
Өз бетінше жұмыс істейтін қызметкерлер, мың адам	2621,0	2400,4	2 138,4	2210,5	2 176,1
Жұмыссыздар, мың адам	470,7	451,9	454,2	445,5	441,0

1 кестенің жалғасы

Жұмыссыздық деңгейі	5,2	5,0	5,1	5,0	4,9
Жастар жұмыссыздығының деңгейі, % (15–24 жас)	3,9	3,8	4,2	3,8	3,8
Жастар жұмыссыздығының деңгейі, % (15–28 жас)	5,5	4,2	4,4	4,1	4,0
Ұзақ мерзімді жұмыссыздық деңгейі, %	2,5	2,4	2,5	2,2	2,3
Жұмыс күші құрамына кірмейтін адамдар халық, мың адам	3569,4	3715,9	3 867,4	3855,0	3 905,5

Еңбек және халықты әлеуметтік қорғау министрлігінің мәліметінше тек қана Облыстық және Алматы, Астана қалалық жұмыспен қамту және әлеуметтік бағдарламаларды үйлестіру басқармаларынан алынған мәліметтер бойынша 2017 жылдың қаңтар-қыркүйек айларында еңбек делдалдымен 510 мың адам хабарласқан. Осы санның 48,8 пайызы немесе 248,9 мың адам ауыл тұрғындары [7].



Сурет 1 – Табысты күнкөрістің ең төменгі деңгейінің шамасынан төмен халықтың үлесі

Жалпы ішкі өнімнің жан басына шаққандағы көрсеткішінің жоғарлауы мен мемлекеттің жұмыссыздықты азайтып, еңбекке тарту саясаты еліміздің кірісі төменгі күнкөріс көрсеткішінен төмен азаматтардың санының қысқаруына жағдай жасады. Мысалы, 2005 жылы еліміздің кірісі ең төменгі күнкөріс көрсеткішінен төмен азаматтар саны 31,6 пайызды көрсеткен болса, ол көрсеткіш 2016 жылы 2,6 пайызды құраған.

Кесте 2 – Кедейлік көрсеткіштері, пайызбен

	2013	2014	2015	2016
Кедейліктің тереңдігі	0,4	0,4	0,3	0,4
Кедейліктің өткірлігі	0,1	0,1	0,1	0,1

Ескертпе – Деректер табыстардың баламалылық шәкілін пайдаланып алынған.

Кедейшілік 13 есе қысқарып, жұмыссыздық деңгейі 4,9 пайызға дейін төмендеді. Сонымен қатар, қаржылық инфрақұрылымды дамытуға бағытталған саясаттың нәтижесі ретінде республикадағы қаржы кірісі көрсеткішінің ұлғаюын қолайлы тұғырнама ретінде көрсетуге болады. Осылайша, қазіргі күннің өзінде қазақстандықтардың материалдық жағдайын жасауға мүмкіндік беретін экономикалық іргетас қаланған деуге болады. Мысалға алар болсақ, ең төменгі жалақы 2007 жылы 9752 теңгені құраса, он жыл ішінде 3 есеге жуық өсіп, 2017 жылы

28 284 теңгені қамтыды. Осындай көрсеткіштер арқасында Қазақстан қазіргі таңда ТМД елдері арасындағы көшбасшы болып отыр (7).

Сонымен қатар елімізде ана мен бала денсаулығына деген қамқорлық күшейіп келеді. Қазақстанның денсаулық сақтау саласындағы оң динамика Алматыдағы өзгерістерден-ақ көрініс береді. Алматы қ. Денсаулық сақтау басқармасының басшысы Серікбол Мусиновтың мәліметіне сүйенсек, соңғы 10 жылда бір тұрғынның денсаулығына бөлінетін қаржы 3 есе, жылына 17 081 теңгеден 55 000 теңгеге артқан. Сондай-ақ, жалпы халық денсаулығына жұмсалатын қаржы көлемі 19 млрд теңгеден 99,5 млрд теңгеге ұлғайды. Қала тұрғындарының орташа өмір сүру ұзақтығы 5,5 жылға 70,43 жастан 75,9 жасқа жеткен (8).

Жыл сайын бала туылуына байланысты бірреттік жәрдемақы және де бала бір жасқа толғанша төленетін әр ай сайынғы жәрдемақының мөлшері де өсіп келеді. 2008 жылдың 1 қаңтарынан бастап республикалық бюджеттен еңбек етуші әйелдердің жүктілігін, босануы мен бала қарау мерзімін міндетті түрдегі әлеуметтік сақтандыру шарасы енгізілді. Осымен бірге, әйелдің демалыста болғанына қарамастан оның зейнетақы қорына аударымдар жүріп отырады. Міне, ана мен бала өміріне деген дәл осындай әлеуметтік саясат еліміздегі демографиялық жағдайдың жақсаруына мүмкіндік береді.

Қазіргі таңда сонымен бірге қоғамның әлеуметтік төменгі тап өкілдеріне арнайы жәрдемақы төленуде.

Көші-қон қызметі органдары ұсынған мәліметтерді өңдеу нәтижесінде, 2017 жылғы қаңтар-шілдеде елімізге тұрғылықты тұруға келгендердің тіркелу саны 2016 жылғы қаңтар-шілдемен салыстырғанда 39,1% көбейіп, 9 711 адамды құрады. Елімізден кеткен көшіп-қонушылардың тіркелу саны 2,3% көбейіп, 19 407 адамды құрады, көші-қонның айырымы – 9 696 адам болды. Еліміздегі негізгі көші-қон алмасуы ТМД мемлекеттерімен болуда. ТМД елдерінен келгендердің үлесі 70,8%; ТМД елдерге кеткендердің үлесі 89,6% құрады. Өңіраралық көшіп-қонушылардың үлесіне еліміздің жалпы ішкі көшіп-қонушылар санының 34,4% құрады. Өңіраралық көші-қонның оң айырымы: Астана қаласы – 24 084 адам; Алматы қаласы – 14 944 адам; Ақмола облысы – 1 836 адам; Атырау облысы – 151 адам қалыптасты (9).

Жалпылай алғанда, біздің әлеуметтік жағдайымыздағы жеткен жетістіктер мемлекеттің әр қазақстандық үшін жасап отырған қамқорлығының жемісі. Сондықтан да, әлеуметтік саладағы жетістіктер еліміздің экономикалық жағдайын жақсартып, дамуына серпіліс берумен қатар, республикамыздың тұрақты даму арқылы әлемдік рейтинг жүйесіндегі орнының сапалық көтерілуіне мүмкіндік жасайды.

Сөйтіп, қорыта келгенде, тәуелсіздік жылдары Қазақстанда алғашқы жылдардағы кездескен көптеген қиыншылықтар мен қайшылықтарға қарамастан экономиканы дамытуда, әлеуметтік мәселелерді шешуде біршама жұмыстар атқарылды және елеулі табыстарға қол жетті. Соның нәтижесінде біздің еліміз ТМД мемлекеттерінің арасында өзінің әлеуметтік-экономикалық дамуы жағынан алдыңғы қатарға шығып отыр. Қазақстан бүгін әлемнің ең серпінді дамып келе жатқан елдерінің бірі саналады. Еліміз әлемдегі бәсекеге барынша қабілетті елу мемлекеттің қатарына ену жөніндегі міндеттерді шешуде айтарлықтай ілгері жылжыды. Біздің мемлекет тәуелсіздіктің он алты жылында экономикалық, әлеуметтік қуатты реформаларды жедел де тиімді іске қосып, қай салада да ТМД елдері ішінде көшбасшы атанды.

ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1 Қазақстан Республикасының Президенті Н. Назарбаевтың «Төртінші өнеркәсіптік революция жағдайындағы дамудың жаңа мүмкіндіктері» атты Қазақстан халқына Жолдауы. – Астана, 2018 ж. 10 қаңтар.

2 «Қазақстан–2050» Стратегиясы қалыптасқан мемлекеттің жаңа саяси бағыты, Қазақстан Республикасының Президенті – Елбасы Н.Ә. Назарбаевтың Қазақстан халқына Жолдауы. – Астана, 2012 ж. 14 желтоқсан.

3 <http://russian.doingbusiness.org>.

4 Қазақстан халқының әл-ауқатын арттыру – мемлекеттік саясаттың басты мақсаты, Қазақстан Республикасының Президенті Н.Ә. Назарбаевтың Қазақстан халқына Жолдауы. – 2008 ж. 16 ақпан.

- 5 Организация Объединенных Наций (ООН): очередной ежегодный доклад о человеческом развитии.
- 6 Прогноз развития страны на 4 года: <https://kapital.kz/economic/>.
- 7 <http://stat.gov.kz/>.
- 8 Қазақстан Республикасы Еңбек және халықты әлеуметтік қорғау министрлігінің материалдары: <https://www.enbek.gov.kz>.
- 9 Мусинов С. Алматылықтардың өмір сүру ұзақтығы 5,5 жылға ұзарды // Қазақ үні газеті. – 2017. – 30 қараша.

Аннотация

В статье рассматриваются вопросы развития важнейших факторов снижения уровня жизни населения. Безработица как явление, вызывающее экономические и психологические трудности, создает напряженную обстановку в обществе. Безработица представляет серьезную угрозу для социально-экономического состояния общества. Наличие этого явления в той или иной степени считается показателем уровня социального развития общества, и методы борьбы с ним постоянно совершенствуются. Нарастание напряженности на рынке труда происходит в результате абсолютного уменьшения численности занятых в республике, увеличения доли работников, находящихся в административных отпусках, сокращения фактического рабочего времени в среднем до четырех рабочих дней в неделю и повышения доли работающих в режиме неполной занятости. Проблемы занятости населения, безработицы и мобильности трудовых ресурсов всегда в центре внимания научной, общественной, политической и хозяйственной деятельности соответствующих ведомств, организаций и предприятий Республики Казахстан. Они приобретают все большую актуальность на современном этапе посткризисного восстановления глобальной экономики.

Ключевые слова: экономика, безработица, стратегия, занятость, трудовые ресурсы, мобильность, благосостояние, человеческий фактор.

Abstract

The article deals with the development of the most important factors of the decline in the standard of living of the population. Unemployment as a phenomenon that causes economic and psychological difficulties creates a tense situation in society. Unemployment poses a serious threat to the social and economic state of society. The existence of this phenomenon is to some extent considered as an indicator of the level of social development of society, and the methods of combating it are constantly being improved. The growing tension in the labor market occurs as a result of an absolute decrease in the number of employees in the republic, an increase in the proportion of employees on administrative leave, a reduction in the actual working time to an average of four working days a week, and an increase in the proportion of part-time workers. Problems of employment, unemployment and labor mobility are always at the center of attention of scientific, public, political and economic activities of the relevant departments, organizations and enterprises of the Republic of Kazakhstan. They are becoming increasingly important at the present stage of the post-crisis recovery of the global economy.

Key words: economy, unemployment, strategy, employment, labor resources, mobility, welfare, human factor.

Л.К. МУХАМБЕТОВА,¹

к.э.н., доцент.

Д.М. ТУРЕКУЛОВА,¹

д.э.н., профессор.

Г.К. ЧИМГЕНТБАЕВА,²

к.э.н., доцент.

КазУЭФиМТ.¹

Таразский государственный
университет им. М.Х.Дулати²

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОДЕРЖАНИЕ И ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ РЫНКА ТРУДА

Аннотация

Рынок труда в отличие от других видов рынка характеризуется высокой степенью неопределенности, особенностью функционирования, поскольку имеет дело со специфическим товаром. В этой связи исследование процессов формирования, функционирования рынка труда и разработка адекватной системы его регулирования является для Казахстана одной из приоритетных задач, требующих решения в ближайшее время. В зарубежной и отечественной экономической литературе сформировались различные, конкурирующие друг с другом теории рынка труда. Однако они имеют и много общего, так как основываются на признании ведущей роли рыночных механизмов в сфере труда. Среди них можно выделить два класса теорий: классические и радикальные, дополняющие друг друга. Для современного Казахстана понятие «рынок труда» является весьма сложной и во многом новой социально-экономической категорией, относительно которой в экономической теории еще не сформировалось единого мнения. Тем не менее, по мнению большинства исследователей, рынок труда следует рассматривать как систему социально-экономических или общественных отношений между его субъектами. Наличие на рынке труда специфического товара (рабочая сила), имеющего целый ряд характерных свойств, делает его функционирование особенным. А различные подходы к выявлению функций рынка труда определяются ролевыми функциями самого труда в определенный период развития общества.

Ключевые слова: труд, рынок труда, теории, занятость, безработица, функции, субъекты, рабочая сила.

Одной из основополагающих задач современного Казахстана является становление инновационной экономики, основанной на знаниях и связанной с развитием наукоемких отраслей, что позволит войти в число лучших, наиболее конкурентоспособных стран мира. Так, в Стратегии «Казахстан–2050» одним из долгосрочных приоритетов объявлены знания и профессиональные навыки. Вместе с тем вопрос повышения конкурентоспособности экономики республики является ключевым в разработке Стратегии–2030, Стратегического плана развития РК до 2020 года и других программ, направленных на модернизацию экономики. Успешная модернизация экономики республики предопределяется достижениями в формировании человеческого капитала как основного фактора повышения конкурентоспособности национальной экономики.

По данным Всемирного экономического форума, подготовившего отчет о глобальной конкурентоспособности за 2015 г., из 140 стран Казахстан занял 42-е место со средним баллом 4,49. Этому способствовали такие показатели конкурентоспособности, как распространенность вируса иммунодефицита человека среди взрослого населения (1-е место), число абонентов мобильной связи (7-е место), государственный профицит/дефицит (10-е место), государственный долг (12-е место), издержки, связанные с увольнением (20-е место). По таким факторам, как эффективность рынка товаров, технологическая готовность, размер рынка, высшее образование и профессиональная подготовка, конкурентоспособность республики находится на среднем уровне. А показатель эффективности рынка труда по сравнению с предыдущим периодом снизился, хотя и остается конкурентным преимуществом (18-е место) [1].

Несмотря на то, что отечественный рынок труда признается конкурентным преимуществом Казахстана, тем не менее в своем развитии он пока отстает от требований времени. Современный рынок труда республики отличается такими особенностями, как высокая доля теневой и

неформальной занятости, слабая социальная защищенность безработных, увеличение числа тех, кто не работает по специальности, низкая мобильность трудовых ресурсов, региональные диспропорции занятости и др.

Следует заметить, что рынок в качестве экономического механизма формировался на протяжении тысячелетий, в течение которых менялось и содержание самого понятия. В общем виде рынок представляет собой систему экономических отношений, которые складываются в процессе производства, обращения и распределения товаров, а также движения денежных средств. Вместе с развитием товарного производства происходило и развитие рынка, когда в процессы обмена вовлекались не только произведенные продукты, но также и продукты, не являющиеся результатом труда, к примеру, земля, леса и т.д.

Составной частью рыночной экономики выступает рынок труда, функционируя наряду с другими рынками: сырья, материалов, товаров народного потребления и услуг, жилья, ценных бумаг и др. В экономической науке теоретический фундамент о рынке труда был заложен представителями классической школы. К примеру, А. Смит выдвигал тезис о свободной конкуренции как условии оптимального использования материальных, финансовых и людских ресурсов. По его мнению, объем занятости населения в экономике страны определяется величиной средней ставки заработной платы одного работника. При этом в результате повышения средней ставки заработной платы одного работника происходит снижение возможности обеспечения занятости [2].

Другой представитель классической школы – Д. Рикардо выдвинул положение о зависимости размеров заработной платы от предложения труда. Он утверждал, что увеличение заработной платы выше минимального уровня, необходимого для нормального воспроизводства населения, приводит к росту предложения труда, а это в конечном итоге оказывает влияние на понижение размеров заработной платы. Современник Д. Рикардо Ж.Б. Сэй сформулировал рыночный закон взаимодействия спроса и предложения, считая, что на этой основе достигается равновесная цена на предмет купли-продажи, в том числе и на труд. Вместе с тем неопенимый вклад в развитие теории рынка труда внесли А. Маршалл, Дж. Кейнс и другие.

Сложившиеся теоретические подходы к изучению занятости и механизма функционирования рынка труда можно представить в виде следующих концепций: классическая, неоклассическая, институциональная, кейнсианская и монетаристская. В этих теориях делаются попытки объяснить природу процессов, которыми сопровождается функционирование рынка труда. А в отдельных теориях предлагаются принципы и механизмы регулирования рынка труда.

Согласно классическим экономическим теориям, капитализм представляет собой саморегулирующуюся систему, которая обеспечивает рыночное равновесие. Поэтому спрос на труд увеличивается при росте производительности и цены конечного продукта. И наоборот, при снижении цены продукта происходит уменьшение спроса на труд. Следовательно, усиливается конкуренция между безработными, что вынуждает их соглашаться на меньшую оплату труда.

Последователи неоклассического направления основным регулятором механизма рынка труда считали заработную плату. Они полагали, что высокая оплата труда приводит к росту издержек, а это, в свою очередь, способствует сокращению занятости и увеличению безработицы. И наоборот, при снижении издержек производства происходит уменьшение цены товара. Значит, будет возрастать покупательная способность населения, что создаст дополнительный спрос, стимулирующий расширение производства и занятости. При этом безработица рассматривалась ими в качестве сознательного выбора работника, который не согласен продавать свой труд по цене, установившейся на рынке. Поэтому для обеспечения полной занятости нет необходимости в осуществлении государственного регулирования.

Марксистский подход основан на выявлении особенностей рабочей силы как товара. Так, К. Маркс считал, что на рынке труда предметом сделки является купля-продажа рабочей силы, или способности к труду. С целью получения максимальной прибавочной стоимости предприниматели стремятся к увеличению объемов производства продукции и снижению ее себестоимости. Этого можно добиться благодаря внедрению различных технических и технологических усовершенствований, приводящих к уменьшению издержек, связанных с оплатой труда. По мере развития НТП сокращается доля людей, имеющих возможность реализовать свою способность к труду, что приводит к появлению избыточного населения, т.е. безработных.

Дж. Кейнс как основатель нового направления в экономической теории предложил свою позицию по анализу занятости и причин безработицы. В частности, он доказал, что современное рыночное хозяйство не имеет механизма саморегулирования, поэтому вмешательство государства в экономику необходимо. С одной стороны, такими направлениями регулирования должны стать прямые бюджетные расходы, используемые для увеличения социальных выплат, субсидирования создания новых рабочих мест, организации общественных работ. А с другой стороны, должна меняться фискальная политика, стимулирующая рост инвестиционной активности предпринимателей за счет снижения налогов. Это будет способствовать развитию производства, увеличению количества рабочих мест.

Последователи Дж. Кейнса в своих работах акцентировали внимание на национализации определенной части крупной промышленности, ведении контроля над внешней торговлей, сосредоточении в рамках государственного бюджета всех капитальных вложений, что обеспечит полную занятость населения [3].

В рамках институционального подхода к анализу занятости и безработицы рассматривались различные аспекты этих явлений. Решать проблему занятости они предлагали за счет проведения институциональных реформ, чтобы привести рынок труда в равновесное состояние. При этом утверждали, что важнейшим институциональным фактором является государство, оказывающее значительное влияние на экономическую жизнь общества.

Сторонники монетаристского подхода считали, что саморегулирование рыночной экономики обеспечивает количество денежных средств в обращении. Денежные средства оказывают прямое влияние на расходы населения и предпринимателей, так как увеличение денежной массы повышает спрос на товары и услуги. Поскольку повышение предложения денежных средств на рынке приводит к их удешевлению, то населению следует осуществлять долгосрочные вложения в акции, делать накопления в банках, а предпринимателям – вкладывать свои средства в развитие производства. В свою очередь, рост инвестиций приводит к повышению занятости. Правда, такой сценарий возможен при согласовании увеличения цен с темпами экономического роста. А непредвиденная инфляция приведет к повышению уровня безработицы. В связи с чем давление профсоюзов на рынок труда должно быть ограниченным, а расходы государственного бюджета на программы поддержки полной занятости следует сокращать. Это позволяет увеличивать капиталовложения в экономику и повышает деловую активность предпринимателей.

Следует заметить, что в современной практике многие государства обычно тяготеют к кейнсианству или монетаризму. В зарубежной и отечественной экономической литературе сформировались различные, конкурирующие друг с другом теории рынка труда. Однако они имеют и много общего, так как основываются на признании ведущей роли рыночных механизмов в сфере труда. Среди них можно выделить два класса теорий: классические и радикальные.

В соответствии с данными таблицы 1 классические теории рынка труда основываются на использовании понятийного аппарата, который применяется при анализе других видов рынка. Но тем не менее оба класса теорий дополняют друг друга. В последнее время их взаимодействие осуществляется в рамках институциональных теорий рынка труда.

Таблица 1 – Различия между классическими и радикальными теориями рынка труда

Характеристики	Классические	Радикальные
Факторы, определяющие спрос на труд	Внешние	Внешние, внутренние
Факторы, определяющие предложение труда	Экономические	Экономические, социальные
Методологический подход к труду	Труд – один из факторов производства	Труд – особый фактор производства
Характер принятия решений	Индивидуальный	Коллективный
Взаимодействие сторон трудовых отношений	Двустороннее: работник – работодатель	Многостороннее
Основные направления динамики заработной платы	Равновесная заработная плата	Справедливая заработная плата
Уровень формирования занятости	Региональный и национальный	Сегменты рынка труда
Понятийный аппарат	Общеэкономический	Экономико-трудоустрой

Таким образом, очевидно, что рынок труда представляет собой динамическую систему, которая включает целый комплекс социально-трудовых отношений. Эти отношения связаны с условиями найма, использования и обмена рабочей силы на жизненные средства, включают механизм самореализации работника, механизм спроса и предложения, функционирующий на основе информации, поступающей в виде изменений цены труда, т.е. заработной платы.

Необходимо заметить, что понятие «рынок труда» является весьма сложной и во многом новой для Казахстана социально-экономической категорией. В экономической литературе существуют разные толкования рынка труда. Так, по мнению одних исследователей, под рынком труда понимается система общественных отношений, связанная с наймом и предложением рабочей силы или с ее куплей и продажей. К примеру, Буланов В. определяет рынок труда как товарно-денежные отношения, связанные со спросом на рабочую силу, с использованием и вознаграждением работника, отработанным рабочим временем.

Другие считают, что рынок труда представляет собой совокупность отношений, возникающих на диалектической основе между работниками, работодателями и государством. В частности, Никифорова А. дает следующее определение: рынок труда следует рассматривать как систему общественных отношений, отражающих уровень развития и достигнутый баланс интересов между участвующими на рынке труда факторами: предпринимателями, трудящимися и государством. Третьи, к числу которых относится, например, Кашепов А., определяют рынок труда как систему общественных отношений, социальных, в том числе юридических, норм и институтов [4].

Вместе с тем довольно часто встречаются и другие определения рынка труда, основанные на анализе его составных компонентов. Так, Котляр А. трактует рынок труда как совокупный спрос и предложение рабочей силы, взаимодействие которых обеспечивает размещение экономически активного населения по сферам хозяйственной деятельности в отраслевом, территориальном, демографическом и профессионально-квалификационном разрезе. Или дается такое определение: рынок труда представляет собой экономическую среду, в которой в результате конкуренции между экономическими агентами через механизм спроса и предложения устанавливается определенный объем занятости и уровень оплаты труда.

Однозначно можно утверждать, что в современной экономической науке в целом сформировался взгляд на рынок труда как на систему социально-экономических или общественных отношений между его субъектами. При этом различные позиции авторов пересекаются в признании существования системы социально-экономических отношений между субъектами рынка труда как одного из его ключевых факторов.

Отсюда можно дать следующее определение: рынок труда представляет собой систему социально-экономических отношений по поводу формирования, распределения и использования рабочей силы в условиях ее товарности. Такое определение, на наш взгляд, применимо к рынкам труда всех уровней (страны, отрасли, региона, предприятия), поскольку сущность социально-трудовых отношений определяется типом экономической системы, в рамках которой функционируют все предпринимательские структуры.

С позиции воспроизводства рабочей силы можно выделить совокупность социально-трудовых отношений по поводу условий занятости, использования работников в общественном производстве. Эта совокупность отношений представляет рынок труда в узком смысле (внутрифирменный рынок), т.е. характеризует рыночные отношения по поводу цены труда и времени его использования. В таком случае рынок труда характеризует количественную сторону и структуру занятых. Он представляет собой часть целого, т.е. рынка труда в широком смысле как качественной характеристики, выражающей сущность всей совокупности отношений по поводу рабочей силы. В связи с этим под рынком труда в широком смысле следует понимать систему социально-экономических и юридических отношений, норм и институтов, которые призваны обеспечивать нормальный непрерывный процесс воспроизводства рабочей силы и эффективное использование труда.

Особенностью функционирования рынка труда является наличие на нем специфического товара – рабочей силы. При этом рабочая сила имеет ряд характерных свойств:

- ♦ неотделимость права собственности на рабочую силу в качестве товара от его собственника, а именно человека;

- ♦ длительность отношений между работодателем и наемным работником, определяемая трудовым договором;
- ♦ наличие институциональных структур, регулирующих социально-трудовые отношения;
- ♦ неденежные стороны отношений найма (условия труда, социальные гарантии, перспективы профессионального роста);
- ♦ высокая индивидуализация отношений найма, которая обусловлена индивидуальностью профессиональных и личностных качеств наемного работника.

В марксистской литературе употреблялся термин «рынок рабочей силы», а под рабочей силой понималась способность людей к труду. Иными словами, речь здесь шла о купле-продаже способности к труду рабочей силы, но никак не о самом труде. Ряд современных отечественных исследователей придерживается такого же мнения, считая, что заработная плата представляет собой стоимость рабочей силы. В рыночной экономике используется термин «рынок труда», а под рабочей силой понимается определенный контингент трудоспособного населения. Современная экономическая теория доказывает, что на рынке труда продается и покупается именно труд, а заработная плата является платой за труд и одним из видов доходов. Мы придерживаемся позиции Рофе Л.И. о том, что на рынке труда продается именно труд человека и что заработная плата – это цена труда, т.е. его денежный эквивалент [5].

Главной задачей рынка труда является обеспечение удовлетворения спроса на труд и его предложения. Эта задача осуществляется благодаря выполнению рынком труда ряда функций. Функции рынка труда определяются ролью труда в жизни общества, когда труд является важнейшим источником дохода и благосостояния каждого индивида. При этом следует отметить, что в экономической литературе отсутствует единое представление о составе функций рынка труда, не уделяется должное внимание особенностям и полноте их реализации, поэтому попытки их упорядочить предпринимаются до настоящего времени.

Так, отдельные исследователи к основным функциям рынка труда относят следующие функции:

- ♦ социальная функция заключается в том, чтобы обеспечить достаточный уровень доходов работника, нормальный уровень восстановления производительных способностей;
- ♦ экономическая функция состоит в оптимальном вовлечении, распределении и использовании работников в сфере общественного производства согласно их квалификации и профессионализму;
- ♦ размещающая функция представляет собой размещение рабочей силы в соответствии со спросом на нее. Она предполагает, что рынок труда должен способствовать рациональному размещению рабочей силы по отдельным предприятиям, отраслям и регионам;
- ♦ селективная функция состоит в выборе рабочей силы, исходя из спроса и предложения, а также профессионально-квалификационных характеристик рабочей силы. Данная функция в основном проявляется на микроэкономическом уровне;
- ♦ стимулирующая функция способствует формированию конкуренции между участниками рынка труда, повышению их заинтересованности в высокоэффективном труде и росте уровня квалификации.

Другие ученые считают, что функции рынка труда целесообразно представлять в виде следующего перечня:

- 1) функция формирования занятости. Данная функция является главной, а рынок труда выполняет такие роли, как информирующая, зарплатообразующая, регулирующая, распределительная, посредническая;
- 2) экономическая функция, т.е. рациональное формирование, распределение, регулирование и использование услуг труда для осуществления общественного воспроизводства;
- 3) социальная функция, обеспечивающая достойный уровень жизни работников и их семей;
- 4) воспроизводственная функция, направленная на восстановление производительных способностей работников, что способствует приумножению общественного богатства;
- 5) стимулирующая функция, проявляющаяся в повышении профессионального мастерства и расширении сферы его применения [6].

При этом необходимо подчеркнуть, что экономическая функция рынка труда исполняется неэффективно, что объясняется слабостью ее зарплатообразующей составляющей. По этой же причине не в полной мере реализуются воспроизводственная и социальная функции. Такая ситуация связана с воздействием ряда факторов. Так, не выполняет свою функцию институт минимального размера оплаты труда. Этот институт предназначен гарантировать минимальный уровень заработной платы, соответствующий удовлетворению минимальных жизненно важных потребностей. Прожиточный минимум в качестве норматива устанавливается на территории всей страны. Однако его уровень не соответствует реальному размеру потребления человеком жизненно важных благ, не отражает региональных отличий размеров и качества потребления. Кроме того, минимальный размер оплаты труда, выступая ориентиром определения величины низшей тарифной ставки, существенно занижает уровень заработной платы.

Отдельные исследователи выделяют затратно-производственную функцию труда, которая устанавливает соотношение цены услуг труда с ценами других производственных ресурсов и цены продукта труда. В мировой экономике реализация этой функции наталкивается на ряд препятствий. К их числу относятся:

- ♦ гегемония нематериального труда, которая стирает грани между рабочим и свободным временем, что затрудняет адекватную оценку затрат труда;
- ♦ гипертрофированная роль финансового капитала, слабо связанного с производством и, естественно, с трудом;
- ♦ давление политических сил, диктат монополий.

Это приводит к тому, что утрачивается трудовая, ресурсная основа ценообразования. В условиях Казахстана к данным факторам необходимо добавить многократное повышение цен посредническими структурами, доминирующее положение сырьевых отраслей в формировании ВВП. Это тоже затушевывает трудовую основу ценообразования. Вместе с тем с советского периода времени в республике исторически сложился низкий уровень заработной платы, объясняемый экстенсивным характером индустриализации. В то же время Советский Союз нес на себе бремя воспроизводства рабочей силы, в частности, обеспечение бесплатного образования и здравоохранения, дотирование детских товаров, основных продуктов питания, оплата большей части затрат жилищно-коммунального хозяйства. Несмотря на экономические реформы, инерционность институциональных изменений сохранила негативное влияние низкого уровня заработной платы на принижение роли труда. Вместе с тем на казахстанском рынке труда слабо реализуется посредническая функция рынка труда, которая ставит под угрозу не только развитие кадрового потенциала, но и его сохранение. Ведь инерционность сознания трудоспособного населения страны с большим стажем и опытом работы препятствует его трудоустройству и требует активного вмешательства профессиональных служб.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Конкурентными преимуществами Казахстана остается эффективность рынка труда: palata.kz/ru/news/konkurentnymi-preimushestvami-kazahstana-ostaetsya-effektivnost-rynka-truda.
- 2 Маккреди К. «Богатство народов» Адама Смита. – Минск: Поппури, 2010. – 160 с.
- 3 Рацлаф А.А., Седова А.В. Теоретические подходы к исследованию рынка труда // Молодой ученый. – 2014. – № 13. – С. 164–166.
- 4 Мухамбетова Л.К., Каркинбаева Ш.И. Казахстанский рынок труда на современном этапе развития // Экономико-правовые аспекты сотрудничества государств – участников Таможенного союза: междунар. научно-практ. конф. – Москва, 2014.
- 5 Рофе А.И., Збышко Б.Г., Ишин В.В. Рынок труда, занятость населения, экономика ресурсов для труда: учеб. пособие. – М.: МИК, 1997. – 160 с.
- 6 Яковлева Т.Н. Анализ функций рынка труда как условие его институционального совершенствования // Вестник Уфимского государственного авиационного технического университета. – 2006. – № 4. – С. 121–125.

Андатпа

Еңбек нарығы нарықтың басқа түрлеріне қарағанда тауардың спецификалық нақты түрімен айналысқандықтан, қызмет ету ерекшелігімен, белгісіздіктің жоғары дәрежесімен сипатталады. Сол себептен еңбек нарығының қызмет етуін, қалыптасу процессін зерттеу және оны реттеудің жеткілікті жүйесін өңдеу жақын арада шешімін табуы талап ететін, Қазақстан үшін ең басты міндеттерінің бірі болып табылады. Шет елдік және отандық экономикалық әдебиеттерде бір-бірімен бәсекелес, еңбек нарығының әр түрлі теориялары қалыптасты. Дегенмен олар жалпы бірдей, мағыналары ұқсас болып келеді, себебі еңбек саласындағы нарық тетіктерінің жетекші ролін тануға негізделген. Олардың ішінде бірін бірі толықтырып тұратын теорияның екі классын бөліп көрсетуге болады: классикалық және түбегейлі. Қазіргі заманғы Қазақстан үшін «еңбек нарығы» ұғымы әлі экономикалық теорияда қалыптаспаған оған қатысты ортақ пікірге келмеген, түрлі жолдармен, өте күрделі және көп жағдайда жаңа әлеуметтік-экономикалық санат болып табылады. Дегенмен, көптеген зерттеушілердің пікірі бойынша, еңбек нарығын және оның субъектілері арасындағы қоғамдық қатынастар мен әлеуметтік-экономикалық жүйе ретінде қарастырады. Бірқатар қасиеттерге тән спецификалық нақты өнімнің (жұмыс күші) еңбек нарығында болуы, оның қызмет етуін ерекшелендіреді. Еңбек нарығының функцияларын анықтаудағы қалыптасатын түрлі көзқарастар қоғамның дамуындағы белгілі бір нақты кезеңдегі өзіндік еңбектің жетекші рөлдік қызметтерінің ерекшеліктерімен анықталады.

Тірек сөздер: еңбек, еңбек нарығы, теориялар, жұмысбастылық, жұмыссыздық, қызметтер, субъектілер, жұмыс күші.

Abstract

Labor market, in contrast to other types of market is characterized by a high degree of uncertainty, especially the operation, since it has to deal with a specific item. In this regard, the study of formation processes, the labor market and the development of an adequate regulatory framework is one of the priorities to be addressed in the near future for Kazakhstan. In foreign and domestic economic literature different, competing with each other, labor market theories developed. However, they have much in common, since they are based on the recognition of the leading role of market mechanisms at work. Two classes of theories can be distinguished among them: classical and radical that complement each other. For modern Kazakhstan the term «labor market» is a very complex and in many ways the new socio-economic category, with respect to which a consensus in economic theory has not been formed yet. However, according to most researchers, the labor market should be seen as a system of socio-economic and social relations between its subjects. The presence of specific goods (labor) in the labor market which has a number of characteristic properties, makes its functioning special. A variety of approaches to the identification of labor market functions are determined by role-working functions of a certain period in the development of society.

Key words: labor, labor market, theories, employment, unemployment, functions, subjects, labor force.

В.П. ШЕЛОМЕНЦЕВА,¹

д.с.н., профессор.

Л.А. ФРЕЗОРГЕР,¹

д.э.н., профессор.

Ж.К. АЛТАЙБАЕВА,¹

к.э.н.

Инновационный Евразийский
университет (г. Павлодар)¹

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И СОЦИАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ГЕНДЕРНЫХ ОТНОШЕНИЙ В КАЗАХСТАНЕ

Аннотация

В статье рассмотрены социальные, экономические и институциональные аспекты развития гендерных отношений в Республике Казахстан. Определить содержание результатов Стратегии гендерного равенства в Республике Казахстан и идентифицировать проблемы гендерного равенства в стране, которые могут быть решены в будущем, – это цель исследования, проведенного авторами. В статье определена система обеспечения развития гендерных отношений в Республике Казахстан, выявлены достижения гендерного равенства в общественно-политической жизни, в экономике, образовании, семье, выполнен анализ социологического опроса населения по вопросам гендерного равенства, идентифицированы проблемы гендерного равенства в Республике Казахстан. Амбициозность цели, масштабность задач потребовали комплексного подхода, смешанной стратегии и сочетания методов. Достижение гендерного баланса означает равную правовую защищенность, пропорциональную представленность полов в органах власти, равномерное распределение нагрузок в семье, равные возможности во всех сферах. Авторами представлены результаты социологического исследования по проблемам гендерного равенства, с учетом которых идентифицированы проблемы гендерного равенства и предложены возможные пути их решения. Рассмотрены результаты реализации в Казахстане Стратегии гендерного равенства на 2006–2016 гг.

Ключевые слова: гендерное равенство, гендерная политика, гендерные отношения, социологический опрос, правовая защищенность.

Достижение гендерного равенства является центральным моментом социально-экономического развития страны – его полноправной и самостоятельной целью. Гендерная политика Республики Казахстан ориентирована и развивается по мировым тенденциям. Это основной результат реализации в Казахстане Стратегии гендерного равенства на 2006–2016 годы [1]. Большое внимание в Стратегии гендерного равенства уделялось достижению гендерного равенства в экономике, дальнейшему развитию предпринимательства среди женщин, повышению их конкурентоспособности на рынке труда [2]. В настоящее время Казахстан является участником более 60 различных международных договоров и конвенций по правам человека, в том числе и тех, которые направлены на обеспечение равноправия между полами, а также на защиту женщин и детей.

Система обеспечения развития гендерных отношений призвана реализовывать равные права и возможности индивида. Система обеспечения гендерного развития в Казахстане имеет свои особенности (рисунок 1, стр. 127).

Такая система защищает от дискриминации по половому признаку, является одной из составляющих социальной стабильности в государстве. Неэффективное функционирование этой системы может спровоцировать усиление социальной напряженности.

Несмотря на имеющиеся условия, положение женщин в Казахстане улучшается медленно. В 2016 г. Казахстан опустился на 4 позиции по сравнению с 2015 г. и занял 51-е место среди 144 стран-участниц в рейтинге гендерного равенства [3]. Правительство ссылается на то, что «имеется непонимание сущности и важности решения гендерных проблем в массовом сознании» [4].



Рисунок 1 – Система обеспечения развития гендерных отношений в Казахстане

В свою очередь, активизация экономической деятельности женщин могла бы стать «локомотивом» движения к процветанию казахстанского общества. «...Следует отметить, в «омут бизнеса» женщины бросаются осознаннее и расчетливее, чем мужчины, и при достижении цели хорошо приспосабливаются к обстоятельствам...» [5].

Отличительной особенностью развития гендерных отношений в Казахстане является то, что инициатором проектов выступает в первую очередь государство, которое принимает превентивные и опережающие меры в этой сфере.

Наряду с государственными структурами в Казахстане активными субъектами гендерной политики являются общественные организации, деятельность которых посвящена вопросам гендерных отношений. К 2016 г. в стране зарегистрировано более 27 000 НПО, из них женских – около 1500. Из года в год увеличивается финансирование социально значимых проектов, реализуемых неправительственными организациями по гендерной и семейно-демографической политике. Так, если в 2005 г. на эти цели было выделено 1,5 млн тенге, то в 2016 г. – более 60,0 млн тенге.

За 10 лет в Казахстане возросла общественно-политическая активность казахстанских женщин, о чем свидетельствует их представленность в Мажилесе Парламента, которая по итогам

последних выборов составила 27,1%, что выше общемирового показателя (22,1%) [6]. В 2016 г. численность женщин в Парламенте республики составляла 21, или 14% от общего числа депутатов. В составе правительства страны женщины представлены 2 министрами, 5 вице-министрами, 1 председателем агентства. Административных государственных служащих-женщин – 54%, их доля на руководящих постах составляет 4,8%. Среди политических государственных служащих удельный вес женщин составляет 8,8% [7].

В ходе проведенного социологического исследования авторами настоящей статьи проводился социологический опрос в одной из областей Северо-Восточного Казахстана (опросы проводились в 2016 г.). По его результатам мы пришли к выводу, что малочисленность женщин, представленных в политике и руководстве субъектами, расценивается населением Казахстана как гендерное неравенство.

По мнению большинства респондентов опроса, гендерное неравенство проявляется в политике, на это указало более 30% опрошенных. 28,6% респондентов считают, что в трудовой сфере существует неравенство по гендерному признаку. Политическая и трудовая сферы требуют высокой самоотдачи, а женщины в Казахстане традиционно отдают предпочтение заботе о своей семье.

Женщины представлены достаточно хорошо в политике, на это указали 38,9% респондентов. Неоптимистичное мнение о представленности женщин в политике имеют 35,2% опрошенных с ответом «представлены слабо» и 4,6% с ответом «не представлены». Больше половины опрошенных считают, что женщины представлены хорошо в общественной жизни, и почти половина респондентов – в экономике.

В социальной сфере, в том числе образовании, культуре и здравоохранении, традиционно лидируют по представленности женщины. 34,5% отвечающих отметили представительство женщин в этих сферах как подавляющее, а 39,4% – как достаточно хорошее.

Выбор руководителя по половому признаку уравнивается, с одной стороны, предпочитающими руководителей-мужчин, с другой стороны – предпочитающими руководителей-женщин и проявляющими безразличие к полу руководителя.

Закономерно, что предпочтения населения по половому признаку при голосовании за кандидата на выборах на стороне кандидатов-мужчин. Большая часть респондентов – 44,8% предпочла бы голосовать на выборах за кандидата-мужчину. Это связано не только с наличием определенных финансовых и правовых барьеров, но и с закрепившимися стереотипами. Гендерные стереотипы – устойчивые общепринятые представления в обществе о должном «женском» и «мужском» поведении, их предназначении, социальных ролях и деятельности. Наличие таких исторически сложившихся представлений отражается на неравном распределении прав мужчин и женщин в социуме, формируя гендерное неравенство [8].

Гендер находится под сильным влиянием как традиционных культурных норм, так и социальной информации. Теория нормативного и информационного давления частично объясняет, каким образом мы учимся этим нормам и что заставляет нас придерживаться их [9].

В этих противоречивых условиях формируется новая евразийская модель «гендерного равенства» казахстанского общества. Формирование модели гендерных отношений основывается на взглядах индивидуумов, вынесенных из взаимоотношений, складывающихся в семье. Достижение гендерного равенства должно ориентироваться на равенство и в обществе, и в семье. Интересным представляется то, что взгляды на гендерные взаимоотношения в семье участников опроса поделились почти поровну. Так, 28,7% отметили, что должно быть равное участие партнеров в семейной жизни, 28,9% респондентов ответили – должно чувствоваться, что в семье главный – отец, а 27,7% предпочли отметить главенство в семье мужчины, но с оговоркой, что опорой является женщина. Взгляды населения на гендерные взаимоотношения в семье разные. На такое положение дел повлияли интернациональный и возрастной состав населения, уровень его образования, сложившиеся семейные традиции, индустриальная направленность экономики области.

Представление о том, каким должно быть распределение семейных обязанностей, у опрошенных разное. Больше всего респондентов – 39,2% считают, что муж должен зарабатывать деньги, а жена – заниматься домашним хозяйством и детьми, не работая вне семьи. Мнение о том, что жена должна работать и выполнять в основном домашние дела, выразили 22,8%

респондентов, а 21,0% считают, что домашние обязанности должны быть поделены поровну в случае, если жена работает.

Видение того, как должны распределяться обязанности в семье и как реально обстоят дела, не совпадает. Реально в большинстве случаев (37,3%) жена работает и выполняет домашние дела. В других случаях обязанности распределены более справедливо: 25% отметили, что муж работает, а жена занимается домашним хозяйством, 21,1% ответили, что домашние обязанности поделены поровну, так как жена работает. В целом население понимает, что домашние обязанности являются полноценным трудом, который заслуживает уважения и справедливого распределения. Но в большинстве случаев жена работает и в основном выполняет домашние дела, в том числе занимается воспитанием детей.

Основной причиной, мешающей женщинам делать карьеру в Казахстане, респонденты опроса считают выполняемые ими родительские обязанности (декрет, уход за ребенком, домашняя работа и т.д.). На это указали 44,0% респондентов. Профессиональное недоверие мужчин-руководителей к слабому полу отметили 21,1%. На мужской шовинизм и приверженность традициям указали одинаковые по численности группы, составляющие по 14,2% отвечающих. Мнение о наличии дискриминации по половому признаку в трудовой сфере характеризуют ответы на вопрос: «существует ли в Казахстане трудовая дискриминация по признаку пола?»: 22,8% респондентов ответили «да», 40,2% – «нет», 18,0% – «косвенно». Основными формами трудовой дискриминации респонденты отмечают оплату труда (16,1%), условия труда (24,9%), прием на работу (35,9%), другое (2,4%), 0,7% респондентов затруднились ответить.

В целом результаты опроса подтверждают, что женщины оказывают достаточно весомое влияние на общественную жизнь и решение социальных задач. Женщины наравне с мужчинами вносят посильный вклад в развитие экономики страны. Население области в большинстве своем считает, что карьерный рост женщин зависит все же от личных их качеств и жизненных приоритетов (семья или карьера). Возможно, нужно больше внимания уделять проблемам женщин по гармонизации трудовой карьеры с развитием семейных отношений.

Последние три года, как отмечают опрошенные, ситуация в Казахстане в вопросах реального равноправия полов изменилась в лучшую сторону. Позитивно оценивается участие государства в обеспечении реального равноправия полов. Трудовое законодательство в достаточной степени защищает право женщин на труд и равную оплату. По оценкам населения, условия для охраны прав женщин на труд, материнство и здоровье в Казахстане в основном созданы.

Изменение гендерных отношений казахстанского общества население связывает с ростом влияния женщин, в том числе в семье, на работе, в общественных и политических процессах. Результаты реализации Стратегии гендерного равенства в Республике Казахстан на 2006–2016 годы в целом предопределили позитивные изменения к продвижению женщин в обществе, развитию их лидерских качеств и продвижению на уровень принятия решений. Вместе с тем в процессе исследования выявлен ряд проблем гендерных отношений и выработаны предложения для определения перспектив дальнейшего развития государственной гендерной и семейно-демографической политики Казахстана в рамках разработки нового программного документа по гендерной и семейно-демографической политике в Республике Казахстан до 2030 года (таблица 1, стр. 130).

На основе проведенного социологического исследования мы пришли к мнению, что в настоящее время происходит изменение гендерной социализации в Казахстане. Потеря престижности традиционной модели гендерных отношений, и традиционной формы брака в частности, происходит в связи с трансформацией традиционных ролей мужчин и женщин. В связи с кардинальными переменами в политической, экономической и социальной сферах жизни классический вариант «роли мужчины» и «роли женщины» дает сбой. Изменение проявляется в резком ослаблении поляризации мужских и женских ролей. Экономическое положение не позволяет женщине сидеть дома, воспитывать детей и являться образцом женственности, так как мужчина порой физически не способен полностью обеспечивать семью. В женском сознании появились новые черты женского самоопределения: женщина должна быть независимой, предприимчивой, профессионально успешной, энергичной, т.е. обладать качествами, которые раньше считались мужскими. Опросы общественного мнения показывают, что ситуация в Республике Казахстан очень медленно, но изменяется в направлении гендерного равенства.

Таблица 1 – Анализ проблем и предложения по их преодолению в гендерной политике в Казахстане

Проблемы	Примечания	Решение
Гендерные стереотипы	Их наличие связано с традициями прошлого, такими, как полиэтнические гендерные традиции досоветских обществ, особенности гендерных традиций советского периода, влияние запада и востока, рост религиозности, социальной поляризации	Являются основным фактором существования гендерной проблемы. Их преодоление приведет к решению проблемы гендерного неравенства
Невысокая осведомленность населения о гендерных правах	Индивиды не знают, как должны складываться цивилизованные гендерные отношения, поэтому не всегда критично оценивают неравенство прав и возможностей по половому признаку	Просвещение, гендерные подходы в образовании, пропаганда гендерного равенства
Нежелание отдельных государственных деятелей продвигать женщин на уровень принятия решений в законодательную и исполнительную власть, государственные корпорации и национальные компании	Ложные представления о способностях женщин, мужской шовинизм	Принятие закона о квотировании представления женщин на уровне принятия решений в политике, экономике, государственной службе, включение для определения рейтинга руководителей «женских индикаторов»
Резкая поляризация общества по достатку	Бедность, дискриминация в оплате труда и карьере формируют низкую самооценку у женщин и не способствуют обретению ими материальной независимости	Экономическое оздоровление государства, развитие женского предпринимательства, материальная поддержка материнства
Отсутствие в открытом доступе статистических данных для оценки реальной гендерной ситуации в стране	Нет достаточных данных по половозрастному признаку, о случаях дискриминации, среднем доходе, составе безработных и составе населения, о представленности женщин в руководстве национальных компаний, крупных субъектов бизнеса. Это осложняет комплексное решение проблем гендерного равенства	Введение обязательной статистической регистрации системы гендерных показателей и индикаторов
Деформация стереотипов мужской и женской роли в социуме средствами массовой информации	Средства массовой информации являются одним из наиболее значимых для молодежной среды агентов социализации. Средства массовой информации формируют мышление, поведение молодежи и гендерные установки, которые зачастую имеют негативный характер. Крайности гендерных установок дают ложное представление о качествах человека того или иного пола. Это может привести к столкновению несовместимых ожиданий и межролевым конфликтам в гендерных отношениях	Проведение гендерной экспертизы информационных продуктов
Примечание – Составлено авторами.		

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 План (2011) мероприятий на 2012–2016 годы по реализации Стратегии гендерного равенства в Республике Казахстан на 2006–2016 годы: <http://adilet.zan.kz/rus/docs/P1200000024/>.
- 2 Стратегия (2005) гендерного равенства в Республике Казахстан на 2006–2016 годы: www.ststuskz.org, с.12.
- 3 World Economic Forum. The Global Gender Gap Report 2016 // Публикация на сайте Всемирного экономического форума: <http://reports.weforum.org/global-gender-gap-report-2016/>.
- 4 Кошербаева А.Б. Социальные причины преступности (социологический аспект): дис. ... канд. социол. наук: 22.00.04. – Алматы: КазНУ им. аль-Фараби, 1999. – 114 с.
- 5 Фрезоргер Л.А. Детерминанты предпринимательской активности женщин // Женщины в политике, бизнесе и науке: сборник материалов II международной научно-практической конференции. – Павлодар, 2006. – 175 с.
- 6 Мажилис (2016): // <http://www.kz.undp.org/content/kazakhstan/ru/home/presscenter/pressreleases/2016/04/22/-2006-2016-.html>.
- 7 Женщины и мужчины Казахстана – 2011–2015: статистический сборник. – Астана: Министерство национальной экономики Республики Казахстан, Комитет по статистике, 2016. – 137 с.
- 8 Майерс Д. Социальная психология. – СПб.: Питер, 1998. – 673 с.
- 9 Клещина И.С. Психология гендерных отношений: автореферат дис. ... докт. психол. наук. – СПб., 1998.
- 10 Бендас Т.В. Гендерная психология: учеб. пособие. – СПб.: Питер, 2006. – 431 с.

Аңдатпа

Мақалада Қазақстан Республикасындағы гендерлік қарым-қатынастар дамуының әлеуметтік, экономикалық және институционалдық аспектілері қарастырылған. Қазақстан Республикасындағы Гендерлік теңдік стратегия нәтижесінің мазмұнын анықтау және елдегі гендерлік теңдік проблемаларын теңестіру, яғни мақала авторларымен жүргізілген осы зерттеу мақсаты болашақта шешілуі мүмкін. Мақалада Қазақстан Республикасында гендерлік қарым-қатынастар дамуын қамтамасыз ету жүйесін анықталды, қоғамдық-саяси өмірде, экономикада, білімде, отбасыда гендерлік теңдікке жету анықталды, гендерлік теңдік мәселесі бойынша халықтың әлеуметтік сауалнамасына талдау жасалынды, Қазақстан Республикасындағы гендерлік теңдік проблемаларын теңестірілді. Мақсаттың кеудемсоқтылығы, міндеттердің ауқымдылығы аралас стратегия мен әдістердің үйлесуі сияқты кешенді амалды қажет етті. Гендерлік теңгерімге қол жеткізу тең құқықтық қорғалуды, билік органдарындағы жыныстардың пропорционалды көрінісін, отбасындағы жүктемені тең бөлуді, барлық салаларда тең мүмкіндіктерді білдіреді. Авторлармен мақалада гендерлік теңдік мәселесі бойынша әлеуметтік зерттеу нәтижелері көрсетілген, яғни гендерлік теңдік мәселесі теңестірілген және оларды шешудің мүмкінді жолдары ұсынылған. 2006–2016 жж. кезеңіндегі Гендерлік теңдік стратегиясының Қазақстандағы жүзеге асыру нәтижелері қарастырылған.

Тірек сөздер: гендерлік теңдік, гендерлік саясат, гендерлік қарым-қатынастар, әлеуметтік сауалнама, құқықтық қорғалу.

Abstract

The article deals with social, economic and institutional aspects of the development of gender relations in the Republic of Kazakhstan. To determine the content of the results of the Gender Equality Strategy in the Republic of Kazakhstan and identify the problems of gender equality in the country that can be solved in the future are the purposes of the study conducted by the authors of the article. Strategy in Kazakhstan for the period 2006–2016 are considered. The article defines the system for ensuring the development of gender relations in the Republic of Kazakhstan, identifies the achievements of gender equality in public and political life, in economy, education and family, analyzes the sociological survey of the population on gender equality issues, identifies the problems of gender equality in the Republic of Kazakhstan. The ambitiousness of the goal, the magnitude of the tasks required an integrated approach, a mixed strategy and a combination of methods. Achievement of gender balance means equal legal protection, proportional representation of the sexes in government bodies, equal distribution of loads in the family, equal opportunities in all spheres. The authors present the results of a sociological survey on gender equality issues, which take into account the problems of gender equality and suggest possible ways to solve them. The results of the implementation of the Gender Equality Strategy for 2006–2016 in Kazakhstan are considered.

Key words: gender equality, gender policy, gender relations, sociological survey, legal safety.

Р.К. БЕРСТЕМБАЕВА,¹

к.э.н., доцент.

А.С. АСИЛОВА,²

к.э.н., доцент.

Б.М. ИСКАКОВ,³

к.э.н., доцент.

Казахский университет экономики, финансов
и международной торговли (г. Астана).¹

Казахский национальный университет им. аль-Фараби.²

Университет «Туран-Астана»³

ПРОБЛЕМЫ ИСПОЛНЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТА РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНОЙ РЕАЛЬНОСТИ

Аннотация

Сегодня функционирование государственных финансов республики осуществляется в сложных экономических условиях. Снижается деловая активность предприятий, субъектов малого и среднего предпринимательства, платежеспособный спрос, что приводит к снижению налоговых поступлений. Развитие глобализации также оказывает негативное влияние на отечественную экономику и государственные финансы. Проблемы замедления экономической активности требуют от государства более активного использования возросших в силу благоприятной ценовой конъюнктуры экспорта поступлений в бюджет для поддержания и стимулирования роста внутренней экономики. В статье рассмотрены проблемы исполнения государственного бюджета Республики Казахстан. Выявлен ряд проблем, характеризующих финансовую политику государства как недостаточно эффективную. В их числе – горизонтальная и вертикальная несбалансированность бюджетов, зависимость доходов местных бюджетов от трансфертов из республиканского бюджета, недостаточно эффективный механизм разграничения доходов между уровнями бюджетной системы, выявляемые факты нарушения финансовой дисциплины. Авторами проведен комплексный анализ структуры и динамики доходов и расходов государственного бюджета, на основе сравнительного анализа исполнения бюджета за предыдущий период выявлены тренды, определяющие исполнение бюджетных параметров. Отдельно освещены проблемы межбюджетных отношений, подчеркнута необходимость качественного пересмотра форм и методов их регулирования. Авторы исследуют проблемы формирования местных бюджетов. На основе анализа структуры их доходов выявлены факторы, способствующие снижению налоговых поступлений. Позиция авторов основана на необходимости усиления возможностей местных властей в формировании доходной базы бюджетов, расширении их доходных источников. В целях решения названных проблем предложен ряд рекомендаций, направленных на укрепление доходов местных бюджетов, повышение эффективности расходов бюджетных средств и качество государственного финансового контроля.

Ключевые слова: налогово-бюджетная политика, межбюджетные отношения, государственные расходы, трансферты, изъятия, финансовый контроль, эффективность, качество.

Развитие дестабилизирующих тенденций в экономической сфере требует усиления социальной защищенности граждан, что, соответственно, предусматривает решение сложной и противоречивой задачи: с одной стороны, необходимо увеличить расходы бюджета на социальную сферу, с другой стороны – создать действенные стимулы для развития предпринимательства.

В Послании Президента Республики Казахстан Н. Назарбаева отмечается: «Бюджет государства должен быть сфокусирован на продуктивных с точки зрения долгосрочной перспективы общенациональных проектах, таких, как, например, диверсификация экономики и развитие инфраструктуры» [1]. «Следует кардинально повысить эффективность бюджетных расходов» [2].

Применение налогово-бюджетных рычагов в регулировании социально-экономических процессов было исследовано учеными, практиками, государственными деятелями. Вопросы управления бюджетом и налогами явились предметом исследования многих казахстанских и зарубежных экономистов. Методологические аспекты данной проблемы нашли отражение в

работах ученых из стран СНГ – Абалкина Л., Глазьева С., Вернадского В.И. и других [3, 4, 5]. В Казахстане вопросам разработки налогово-бюджетной политики посвящены труды Кучуковой Н.К., Зейнельгабдина А.Б. [6, 7].

Проблемы замедления экономической активности потребовали от государства более активного использования возросших в силу благоприятной ценовой конъюнктуры экспорта поступлений в бюджет для поддержания и стимулирования роста внутренней экономики. Как видно из представленных данных, динамика доходов государственного бюджета Республики Казахстан характеризуется ростом в течение 2012–2016 гг., несмотря на сложную экономическую ситуацию (рисунок 1).

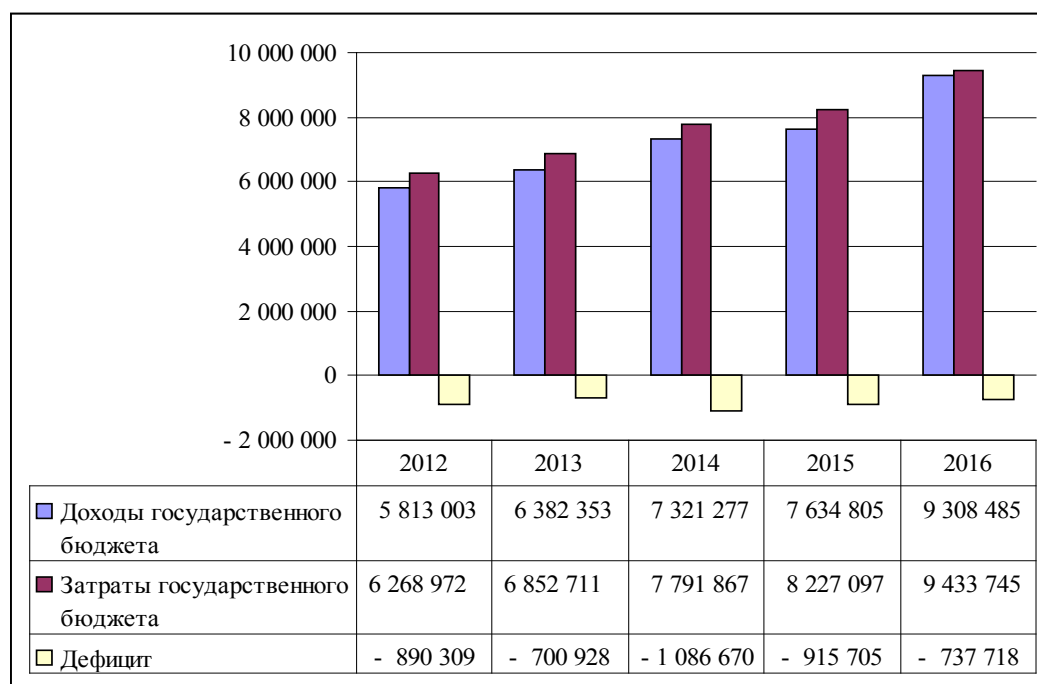


Рисунок 1 – Доходы, расходы и дефицит государственного бюджета Республики Казахстан за 2012–2016 годы, млн тенге

Примечание – По данным Министерства финансов Республики Казахстан.

Расчеты показали, что в течение анализируемого периода происходит опережение темпов роста поступлений в бюджет над приростом его расходной части (таблица 1).

Таблица 1 – Динамика доходов, расходов и дефицита государственного бюджета Республики Казахстан за 2012–2016 гг. (млн тенге)

Наименование показателей	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2016 г. в % к 2012 г.
Доходы	5 813 003	6 382 353	7 321 277	7 634 805	9 308 485	160,1
Затраты	6 268 972	6 852 711	7 791 867	8 227 097	9 433 745	150,5
Дефицит	-890 309	-700 928	-1 086 670	-915 705	-737 718	82,9

Примечание – По данным Министерства финансов Республики Казахстан.

Как видно из представленных данных, доходы государственного бюджета РК выросли в течение анализируемого периода на 160,1%, затраты – на 150,5%. Дефицит снизился по сравнению с началом анализируемого периода на 82,9%.

Фактическое исполнение доходов государственного бюджета зависит от состояния налоговой базы, уровня налогового администрирования, эффективности налогового контроля. Ана-

лиз динамики доходов государственного бюджета Республики Казахстан позволяет нам сделать следующие выводы (в соответствии с таблицей 2).

Таблица 2 – Динамика доходов государственного бюджета Республики Казахстана за 2012–2016 гг. (млн тенге)

Наименование показателей	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2016 г. в % к 2012 г.
Налоговые поступления	4 095 366	4 779 004	5 115 743	4 883 913	6 023 263	147,1
Неналоговые поступления	285 144	141 717	179 488	224 767	369 424	129,6
Поступления от продажи основного капитала	52 493	56 132	71 045	69 709	60 225	114,7
Поступления трансфертов	1 380 000	1 405 500	1 955 000	2 456 417	2 855 574	206,9
ВСЕГО доходов	5 813 003	6 382 353	7 321 277	7 634 805	9 308 485	160,1
Примечание – По данным Министерства финансов Республики Казахстан.						

Как видно из представленных данных, динамика налоговых поступлений в государственный бюджет РК характеризуется устойчивым ростом. В течение анализируемого периода налоговые поступления выросли в целом на 47,19%. При этом вклад разных налогов был неравнозначным. Так, в наибольшей степени на рост налоговых поступлений повлиял НДС, который вырос в течение анализируемого периода на 163,6%. Динамика корпоративного и индивидуального подоходного налога также устойчиво положительна, общий объем этих налогов вырос по сравнению с началом анализируемого периода соответственно на 38,05% и 57,8%.

Негативным, на наш взгляд, является отставание темпов роста налоговых поступлений от прироста доходов бюджета в целом. Как показал анализ, прирост доходов государственного бюджета произошел преимущественно за счет существенного увеличения трансфертов.

Ключевой задачей является приведение налогово-бюджетной политики к новым экономическим реалиям. Налоговую политику нужно нацелить на стимулирование выхода бизнеса из «тени» и расширение налоговой базы в несырьевом секторе. Важно провести оптимизацию действующих налоговых льгот. Необходимо по-новому рассмотреть специальные налоговые режимы в преддверии всеобщего декларирования. Требуют улучшения механизмы налогового администрирования. Прежде всего это касается взимания налога на добавленную стоимость.

В связи с объединением в 2014 г. налоговой и таможенной служб налоговое и таможенное администрирование, а также осуществление функций по предупреждению и выявлению экономических и финансовых преступлений и правонарушений в 2015 г. осуществлялось Комитетом государственных доходов. Механизм налогового администрирования направлен на эффективное управление всей бюджетной и налоговой системы и преследует цель недопущения недоимки в общей сумме поступлений, хотя на практике показатель недоимки по налоговым поступлениям – частое явление. Так, недоимка по налоговым поступлениям по состоянию на 1 января 2016 г. составила 85,3 млрд тенге, снижение по сравнению с аналогичным периодом 2015 г. – на 33,2 млрд тенге, или на 27,4%.

В 2014 г. уровень удовлетворенности качеством налоговых услуг для бизнеса составил 87%, а для населения – 86%. В то же время в системе исполнения доходов республиканского бюджета имеется ряд проблем, которые нуждаются в детальном исследовании и решении. Принятые в кризисный период меры в сфере налогообложения позволили значительно смягчить последствия мирового финансового кризиса для отечественных предпринимателей. Если налоговые реформы ведущих мировых стран планируются как меры в посткризисный период, а в отдельных странах, в частности европейских, были направлены на увеличение нагрузки с целью исключения дефицита бюджета, то казахстанская экономика в данном направлении имела преимущества на начальной стадии кризисных явлений в мировой экономике.

Утверждены критерии оценки деятельности налоговых органов, которые учитывают не только эффективность мероприятий по контролю за соблюдением налогового законодательства, но и состояние работы с налогоплательщиками в целом. Анализ результатов в соответствии с этими критериями позволит более точно оценить результативность работы налоговых органов, в том числе и в отношении налогов, поступающих в бюджеты субъектов и местные

бюджеты. На основании этих критериев утверждена и начала применяться система премирования сотрудников налоговых органов в зависимости от достигнутых результатов.

В 2015 г. внесены отдельные изменения и дополнения в Концепцию новой бюджетной политики Республики Казахстан по вопросам эффективного использования бюджетных средств и управления государственным долгом и долгом квазигосударственного сектора. В 2015 г. в структуре доходов республиканского бюджета более 50% составляют поступления от нефтяного сектора, это усиливает зависимость доходов бюджета от нефтяных поступлений. С учетом снижения цены на нефть необходимо искать новые источники поступления в бюджет и повысить эффективность налогового и таможенного администрирования.

В республике продолжается практика использования авансовых платежей и возврата по НДС для выполнения годового плана по доходам. В результате налоговые поступления в основном поступают в бюджет в конце года и осуществляется неравномерное финансирование расходов в течение года, в частности, в четвертом квартале финансового года производится финансирование более 30% затрат на год. Это приводит к неэффективному и нерациональному использованию бюджетных средств. Следовательно, эти средства не оказывают влияния на увеличение налоговой базы, создание новых рабочих мест и т.д.

Наиболее щепетильным вопросом выступает оценка исполнения расходов республиканского бюджета. Анализ исполнения расходов республиканского бюджета выявил устойчивую тенденцию снижения неосвоенных бюджетных средств (в соответствии с рисунком 2).

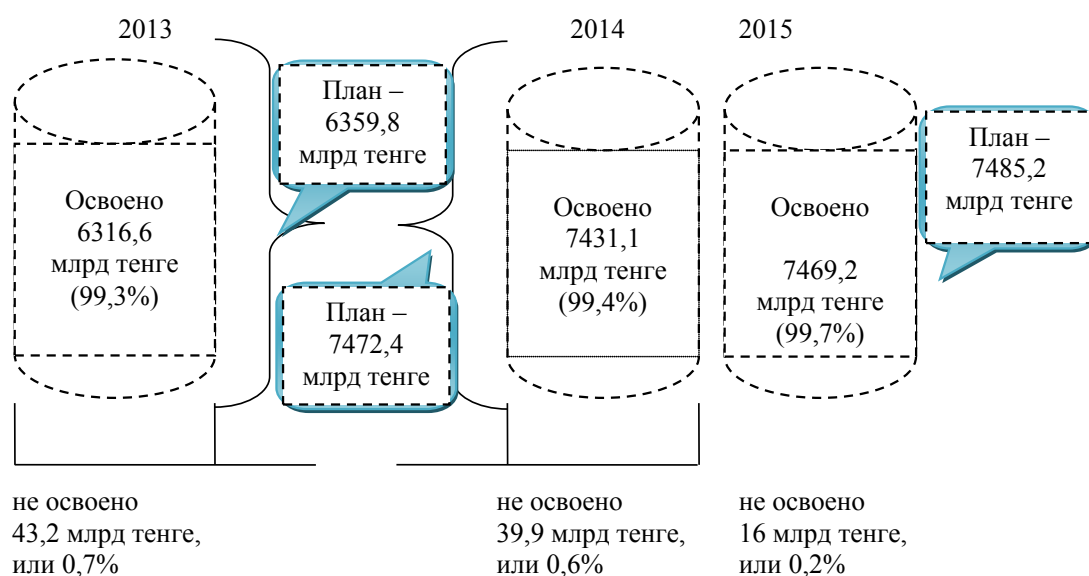


Рисунок 2 – Исполнение расходов республиканского бюджета за 2013–2015 гг.

Примечание – По данным Министерства финансов Республики Казахстан.

Наибольшее неисполнение допущено по следующим группам: «Прочие» – на 7,6 млрд тенге (47,8%), «Общественный порядок, безопасность, правовая, судебная, уголовно-исполнительная деятельность» – на 3,2 млрд тенге (20,2%) «Государственные услуги общего характера» – на 1,3 млрд тенге (8,0%), «Сельское, водное, лесное, рыбное хозяйство, особо охраняемые природные территории, охрана окружающей среды и животного мира, земельные отношения» – на 915,3 млн тенге (5,7%), «Культура, спорт, туризм и информационное пространство» – на 869,1 млн тенге (5,4%), «Здравоохранение» – на 763,3 млн тенге (4,8%), «Образование» – на 446,6 млн тенге (2,8%), «Оборона» – на 326,7 млн тенге (2,0%), «Транспорт и коммуникации» – на 291,3 млн тенге (1,8%) [6].

В Послании Президента РК отмечается: «Следует кардинально повысить эффективность бюджетных расходов» [2]. В 2017 г. государственные программы развития были полностью обеспечены необходимыми ресурсами. Нужно проверить эффективность использования средств министерствами и ведомствами. Следует перераспределить средства с неэффективных программ на программы, обеспечивающие реализацию задач «третьей модернизации». Кроме

того, нужно упростить бюджетные процедуры для более быстрого и эффективного доведения средств до реальной экономики. Правительству необходимо выстроить систему мониторинга и контроля за внешними и внутренними займами квазигосударственного сектора и навести здесь порядок.

В конце 2016 г. была завершена акция по легализации. В ней приняли участие свыше 140 тысяч граждан нашей страны. Всего легализовано 5,7 триллиона тенге, из них в виде денег – 4,1 триллиона тенге. Задача правительства – чтобы эти средства работали на экономику, в том числе через участие в приватизации. При этом также необходимо проработать вопросы субсидирования облигационных выпусков частных казахстанских предприятий.

Самой сложной и противоречивой, на наш взгляд, является проблема совершенствования регулирования межбюджетных отношений. Анализ формирования доходов местных бюджетов показывает их растущую зависимость от субвенций, поступающих из республиканского бюджета (рисунок 3).

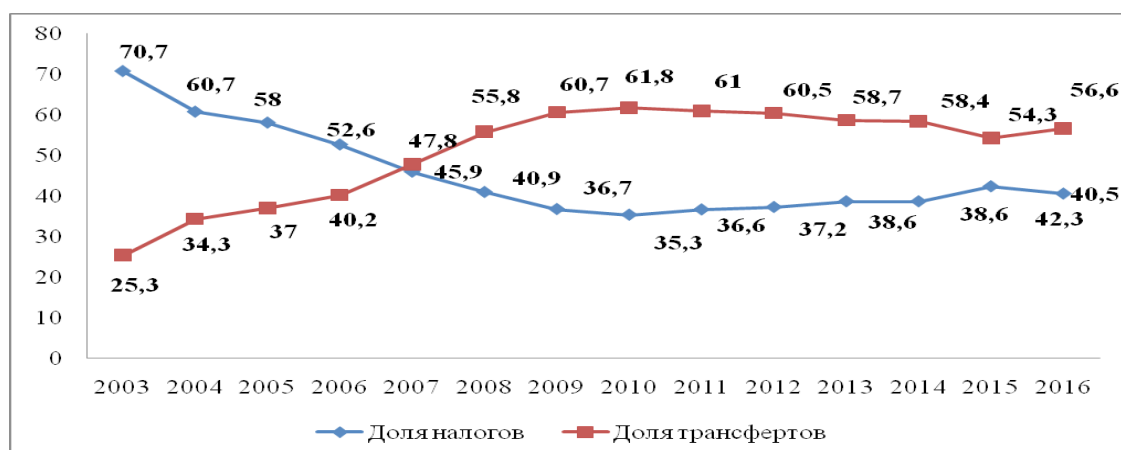


Рисунок 3 – Удельный вес налогов и трансфертов доходах местных бюджетов (в % к общему объему доходов) за 2003–2016 гг.

Примечание – По данным Министерства финансов Республики Казахстан.

Снижение доли налогов в формировании доходов местных бюджетов связано с рядом факторов.

Во-первых, в соответствии с действующим законодательством в местные бюджеты поступают индивидуальный подоходный налог, социальный налог, акцизы по отдельным видам товаров, а также налоги на собственность (земельный, налог на имущество и налог на транспортные средства). В связи с невысоким уровнем ставок и узкой налоговой базой эти налоги не имеют решающего фискального значения в доходах местных бюджетов.

Во-вторых, в связи с тем, что на местные бюджеты возложены сложные задачи финансирования местной инфраструктуры, значительная часть социальных расходов (образование, здравоохранение и др.), республиканский бюджет вынужден поддерживать местные исполнительные органы путем предоставления трансфертов.

В-третьих, в соответствии с Бюджетным кодексом наиболее крупные доходные источники (корпоративный подоходный налог, НДС) перечисляются полностью в доход республиканского бюджета. На уровне местных бюджетов взимаются преимущественно мелкие по фискальной значимости налоги и сборы.

На наш взгляд, подобная практика не стимулирует регионы к налоговому администрированию и надлежащему контролю. Для решения проблемы укрепления доходов местных бюджетов можно, по нашему мнению, использовать опыт Германии, где наиболее крупные налоги формируют сразу два или три бюджета (распределяются между уровнями бюджетной системы по утвержденным нормативам). Тем самым обеспечивается надлежащая собираемость налогов и соблюдение налоговой дисциплины.

В настоящее время система межбюджетных отношений характеризуется наличием таких проблем, как:

- ♦ высокая доля трансфертов из республиканского бюджета в доходах местных бюджетов, что способствует снижению их реальной финансовой самостоятельности;
- ♦ отсутствие в распоряжении местных исполнительных органов бюджетных средств;
- ♦ стремление местных исполнительных органов к занижению доходной базы при согласовании бюджетных параметров;
- ♦ рост административных расходов.

Дискуссионной является и действующая система бюджетных изъятий, которая зачастую имеет отрицательный эффект на стремление регионов значительно пополнять доходную часть своих бюджетов. На наш взгляд, задача укрепления местных бюджетов должна быть решена не за счет расходов республиканского бюджета, а за счет:

- ♦ механизмов развития частной инициативы на местах;
- ♦ реформирования действующей практики разграничения налогов между уровнями бюджетной системы;
- ♦ расширения полномочий местных исполнительных органов в формировании и расходовании средств местных бюджетов при условии усиления контроля за процессами, протекающими в налогово-бюджетной сфере.

Предлагаемые меры направлены на интеграцию реформы налоговой системы и системы совершенствования межбюджетных отношений. В этом смысле налоговая реформа становится важнейшим фактором стимулирования социально-экономического развития регионов, повышения самостоятельности региональных органов власти в управлении бюджетным потенциалом через налоговый механизм.

Что касается межбюджетных потоков, поступающих в регионы в виде целевых инвестиционных трансфертов, то данный механизм является недостаточно прозрачным и сопровождается определенными недостатками. Анализ освоения средств республиканского бюджета, выделяемых местным бюджетам на реализацию инвестиционных проектов, показывает, что процесс их освоения не контролируется со стороны отдельных администраторов республиканских бюджетных программ, которые ограничивают свою ответственность перечислением соответствующих средств на счета местных бюджетов. В результате данные об исполнении отдельных республиканских бюджетных программ в полном объеме не соответствуют действительности, так как на местном уровне кассовое исполнение может не достигать и до 50%, что приводит к оседанию средств на счетах местных бюджетов. Кроме того, утверждение в республиканском бюджете целевых и целевых инвестиционных трансфертов в функциональных группах расходов с указанием администраторов бюджетных программ министерств способствовало двойному отражению сумм в кассовых расходах республиканского и местных бюджетов. Таким образом, имело место искажение фактических затрат, направляемых на реальный сектор экономики и социальный блок.

Совершенствование системы межбюджетных отношений должно быть направлено на достижение баланса интересов центра и регионов, повышение заинтересованности нижестоящих уровней государственного управления в экономическом развитии регионов и обеспечение стабильности поступлений в местные бюджеты.

Реализация намеченных мероприятий в области финансирования социальной сферы, экономических и политических функций государства может быть поставлена под угрозу при ненадлежащей организации контрольных мероприятий. В республике осуществляется масштабная модернизация финансовой системы республики, активно проводится административная реформа. Одной из базовых составляющих является преобразование системы государственного финансового контроля.

Как показала практика последних лет, администраторы бюджетных программ испытывают затруднения с разработкой бюджетных программ, обоснованием расчетов, а также освоением бюджетных средств, выделенных из бюджета. Возрастающие объемы неосвоенных бюджетных средств также являются существенной проблемой, напрямую связанной с недостаточно эффективным планированием. По-прежнему остается нерешенной проблема недоосвоения бюджетных средств. Имеются недостатки в системе бюджетного планирования доходов и расходов.

Сложными остаются взаимоотношения в бюджетном процессе между центром и регионами. В этой связи проблемы формирования бюджета, надлежащего контроля за его исполнением приобретают особую актуальность [7].

Показатели результативности и эффективности бюджетных расходов должны стать инструментами оценки эффективности целевых программ и видов расходов бюджета. С целью оценки устойчивости и стабильности осуществления расходов в рамках бюджетной системы государства, а также качества управления всей совокупностью расходов предлагается определять эффективность расходного бюджетного менеджмента, который представляет собой степень реализации целей и задач бюджетной политики в целом и достижения запланированных параметров развития бюджетной системы в области расходов. Также считаем целесообразным:

- ♦ рассмотреть возможность пересмотра порядка разграничения доходов между уровнями бюджетной системы; в частности, в целях укрепления доходов местных бюджетов зачислять в них НДС по внутренним товарам, а также платежи от субъектов малого и среднего бизнеса;

- ♦ разработать методику оценки эффективности предоставления налоговых и таможенных льгот с определением критериев по видам налогов и секторам экономики;

- ♦ совершенствовать систему управления государственными активами путем разработки законопроекта о государственных активах, уточнения видов активов, определения стратегических видов государственных активов и приоритетности права на покупку, персонификации ответственности за эффективность использования активов;

- ♦ принять комплекс мер по обеспечению эффективного использования финансовых ресурсов, включая кредитные ресурсы, привлекаемые национальными компаниями и акционерными обществами с участием государства из внешнего финансового рынка;

- ♦ повысить требования стандартов финансового контроля с целью повышения уровня эффективности финансового контроля над исполнением государственного бюджета.

Реализация названных рекомендаций будет способствовать повышению эффективности налогово-бюджетной политики РК. Необходимо дальнейшее совершенствование действующего законодательства, призванное способствовать развитию методологической базы, терминологического единообразия и механизма формирования и функционирования бюджетной системы республики.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Послание Президента Республики Казахстан Н.А. Назарбаева народу Казахстана от 30 ноября 2015 г. «Казахстан в новой глобальной реальности: рост, реформы, развитие». – Астана: Аккорда, 2017.
- 2 Послание Президента Республики Казахстан Н.А. Назарбаева к народу и нации «Третья модернизация Казахстана: глобальная конкурентоспособность». – Астана: Аккорда, 2017.
- 3 Абалкин Л. Политическая экономия и экономическая политика. – М.: Мысль, 1970. – С. 232.
- 4 Глазьев С.Ю. Благополучие и справедливость. Как победить бедность в богатой стране. – Москва, 2003. – С. 192.
- 5 Вернадский В.И. Научное мировоззрение (из лекции) / В кн.: На переломе: Фил. дискуссии 20-х годов: фил. и мировоззрение / Сост. П.В. Алексеев. – М.: Политиздат, 1990. – С. 528.
- 6 Кучукова Н.К. Налогово-бюджетное планирование. – Астана, 2015. – С. 230.
- 7 Зейнельгабдин А.Б. Налогово-бюджетные инструменты решения стратегических задач // Экономическая, налоговая и финансово-бюджетная стратегия Республики Казахстан на современном этапе: материалы международной научно-практической конференции Казахского университета экономики, финансов и международной торговли. – Астана, 2016. – С. 19.

Аңдатпа

Қазіргі таңда республиканың мемлекеттік қаржысының қызмет етуі күрделі экономикалық шарттарда жүзеге асырылады. Ұйымдардың іскерлік белсенділігі, шағын және орта кәсіпкерліктің субъектілерінің төлемқабілеттілік сұранысының төмендеуі салықтық түсімдердің азаюына әкеледі. Жаһанданудың дамуы отандық экономика мен мемлекеттік қаржыға кері әсерін тигізеді. Экономикалық белсенділіктің төмендеуі жөніндегі мәселелерді шешу үшін мемлекет ішкі экономика өсімін ынталандыру мен қамтамасыз етуге қажетті жағымды баға конъюнктурасындағы бюджетке түсетін экспорттық түсімдерді кеңінен қолдануы тиіс. Мақалада Қазақстан Республикасы мемлекеттік бюджетінің атқарылуы жөніндегі мәселелер қарастырылған. Мемлекеттік қаржы саясаты тиімділігінің жеткіліксіз деңгейін сипаттайтын негізгі мәселелер анықталды.

Олардың қатарында – бюджеттің горизонталды және вертикалды теңгерімсіздігі, жергілікті бюджет табыстарының мемлекеттік бюджет трансферттеріне тәуелділігі, қаржылық тәртіптегі бұзушылық фактілерін анықтайтын бюджет жүйесі деңгейлері арасында табыстарды бөлу механизмінің тиімсіздігі. Авторлармен мемлекеттік бюджет табыстары мен шығыстарының динамикасы мен құрылымына кешенді талдау жүргізілді, алдыңғы кезеңдегі бюджеттің атқарылуын салыстырмалы талдау негізінде бюджет параметрлерін орындауды айқындайтын трендтер анықталды. Бюджетаралық қатынастардағы мәселелер жеке қарастырылып, оларды басқару әдістері мен нысандарын сапалы түрде қайта қарастыру қажеттілігіне назар аударылды. Авторлар жергілікті бюджеттерді қалыптастыру мәселелерін зерттейді. Олардың табыстарының құрылымын талдау негізінде, салық түсімдерінің кемуіне әсер ететін негізгі факторлар анықталды. Авторлар позициясы бюджеттердің кіріс базасын қалыптастыруда жергілікті биліктердің мүмкіншіліктерін күшейту қажеттілігіне, табыс көздерін кеңейтуге негізделеді. Аталған мәселелерді шешу мақсатында, жергілікті бюджеттер табыстарын бекіту мен бюджет құралдары бойынша шығыстардың тиімділігін және мемлекеттік қаржылық басқарудың сапасын арттыруға байланысты ұсыныстар енгізілді.

Тірек сөздер: салықтық-бюджеттік саясат, бюджетаралық қатынас, мемлекеттік шығын, трансферттер, шығарып алу, қаржылық бақылау, тиімділік, сапа.

Abstract

Today, the functioning of the state finances is carried out in difficult economic conditions. The business activity of enterprises, small and medium-sized businesses decreases, which leads to a decrease in tax revenues. The development of globalization also has a negative impact on the domestic economy and state finances. The problems of slowing economic activity require that the state take more active use of the budget revenues to increase and stimulate the growth of the domestic economy because of the favorable pricing environment. The article deals with the problems of execution of the state budget of the Republic of Kazakhstan. A number of issues characterizing the financial policy of the state as insufficiently effective is identified. Including horizontal and vertical imbalances in the budgets, the dependence of incomes in local budgets on transfers from the Republican budget, the lack of effective mechanism of differentiation of incomes between levels of budgetary system, revealing violations of financial discipline. The authors conducted a comprehensive analysis of the structure and dynamics of revenues and expenditures of the state budget, on the basis of comparative analysis of budget execution for the previous period the trends that determine the performance of the budget parameters. The problems of interbudgetary relations were separately distinguished, the necessity of qualitative revision of the forms and methods of their regulation was highlighted. The authors studied the problems of formation of local budgets. Based on the analysis of the structure of their income the factors of the decrease in tax revenues were identified. The authors' position is based on the need to strengthen the capacities of local authorities in the formation of profitable base of budgets, increase their sources of income. In order to address these problems a series of recommendations aimed at strengthening the revenues of local budgets, increase of efficiency of budgetary funds and quality of state financial control have been proposed.

Key words: fiscal policy, intergovernmental fiscal relations, government spending, transfers, withdrawals, financial control, efficiency, quality.

А.М. РАХМЕТОВА,¹
Д.Э.Н., доцент.
Карагандинский экономический
университет Казпотребсоюза¹

ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ БАНКОВСКОГО И РЕАЛЬНОГО СЕКТОРОВ ЭКОНОМИКИ: КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ ПОДХОД

Аннотация

В статье рассматриваются вопросы взаимодействия двух важных для любой экономики секторов, от успеха деятельности которых зависит не только эффективность функционирования их субъектов, но и поступательное развитие всей экономики. Автор анализирует проблемы, которые не только не утратили своего значения на современном этапе развития экономики, но и обострились в силу совокупного негативного влияния факторов, связанных с такими тенденциями нового времени, как девальвация и инфляционные, глобализационные и интеграционные процессы, внешние шоки и геополитические риски. Авторские идеи находят свое отражение в сформулированной им концепции системного взаимодействия банковского и реального секторов экономики, в основе которой лежит идея концентрации усилий субъектов взаимодействия и государства с точки зрения управления и регулирования, исходя из потенциала субъектов взаимодействия, разумного сочетания стимулирующих и регулирующих мер государства, а также учета особенностей основных стадий экономического цикла на всех уровнях экономики. В этой связи предлагается изменить вектор реализации принципа контрциклическости с позиции создания контрциклического задела в благоприятные годы развития экономики посредством комплексного использования всего спектра стимулирующих мер государства, с тем чтобы успеть до очередной волны рецессии сформировать устойчивые неформальные институты поведения банков и предприятий, которые смогут продолжить свое самостоятельное взаимодействие и в годы кризиса.

Ключевые слова: взаимодействие, банки, реальный сектор, партнерство, экономический цикл, система, механизм.

На фоне ярко выраженных процессов глобализации и нарастающих тенденций финансово-экономической турбулентности кардинально изменились ранее устоявшиеся взгляды ученых и практиков на конфигурацию финансово-экономического устройства страны, что обусловило потребность в поиске такой модели, которая обеспечивала бы устойчивость и независимость банковского и реального секторов экономики от конъюнктурных и циклических колебаний.

Конструирование такой модели представляет собой комплексную задачу, решение которой во многом зависит от успеха проведения институциональных реформ, направленных на устранение имеющихся рыночных провалов и развертывания спирали асимметрии во взаимодействии банковского и реального секторов экономики [1] посредством повышения преимущественно превентивной и стимулирующей роли формальных и неформальных институтов в этом процессе. Полагаем, что для установления оптимального диалога между субъектами частного сектора (банковского и реального) и государства как основного института гарантии их прав и свободы, целесообразно создать гибкий механизм регулирования и стимулирования приоритетных форм взаимодействия секторов, базирующийся на принципах согласованности, сбалансированности, обоснованности и интегрированности используемых методов и инструментов регулирования в русле стратегических направлений реализуемой экономической политики государства.

Структура предлагаемой концепции взаимодействия банковского и реального секторов экономики, представленная на рисунке 1 (стр. 141), раскрывает взаимосвязь ее фундаментального блока с комплексом разработанных практикоориентированных предложений на микро-, мезо- и макроуровнях взаимодействия секторов, сфокусированных на преодолении противоречий и факторов, сдерживающих развитие и искажающих конечные эффекты от взаимодействия банков и предприятий реального сектора экономики.

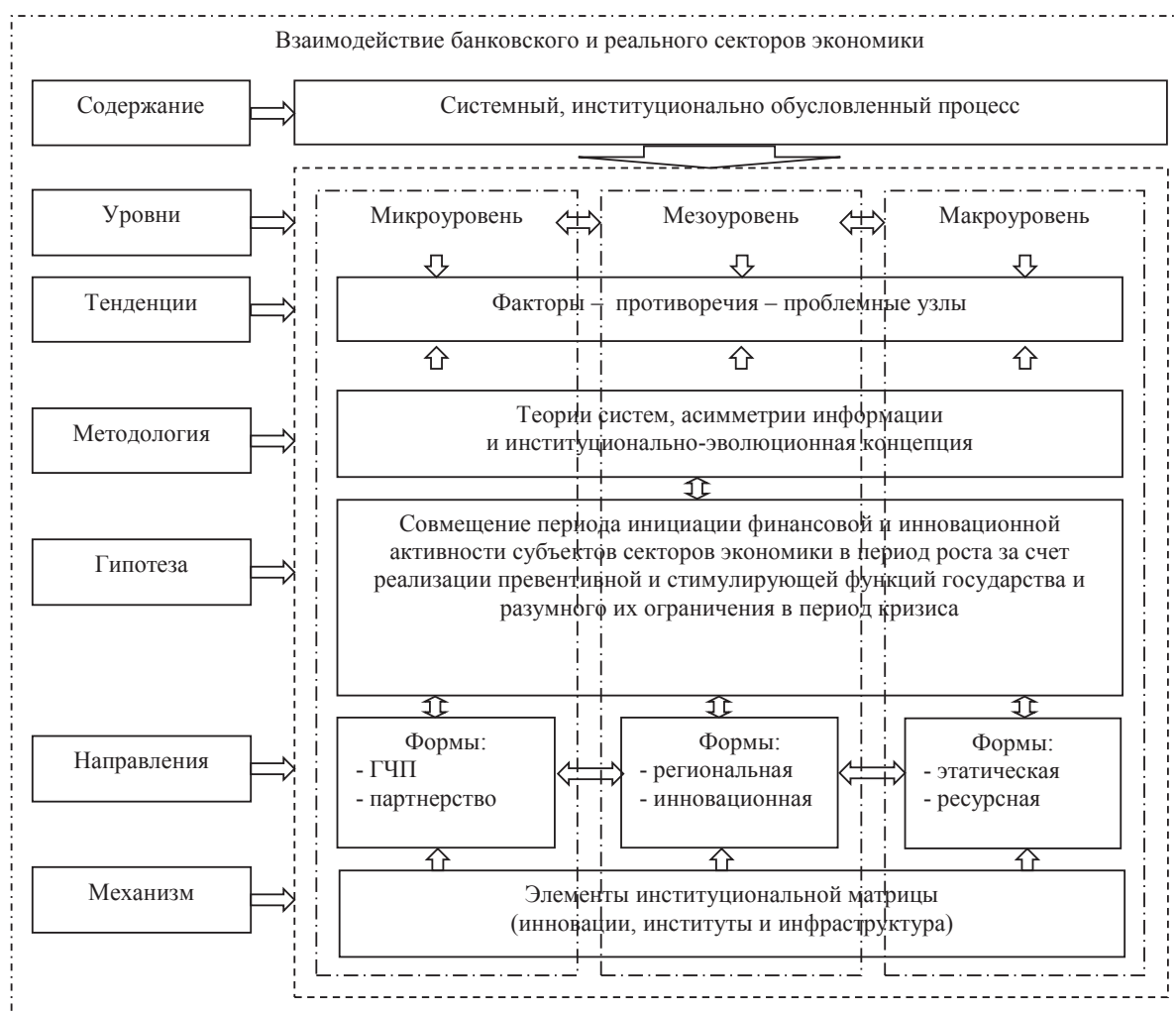


Рисунок 1 – Структура концепции системного взаимодействия банковского и реального секторов экономики

Примечание – Составлено автором.

Данная концепция базируется на институционально-эволюционной концепции, теории асимметрии информации и теории систем, раскрывающих углубляющиеся под влиянием разнонаправленного движения внешних и внутренних факторов противоречия во взаимодействии двух секторов в качестве теоретико-методологической основы концепции системного взаимодействия банковского и реального секторов экономики.

Системность в исследовании особенностей взаимодействия банковского и реального секторов экономики на современном этапе проявилась в том, что взаимодействие секторов рассматривается одновременно на микро-, мезо- и макроуровнях, раскрывая взаимосвязь и взаимообусловленность элементов системного процесса взаимодействия в ракурсе взаимозависимости эффектов (результатов), генерируемых субъектами секторов на каждом из этих уровней; учете влияния на процесс взаимодействия стремительно меняющихся макроэкономических тенденций и факторов геополитического характера, волатильности на сырьевых и финансовых рынках, замедлении экономического роста в контексте институционально-эволюционной концепции, а также в исследовании характера, качества и направленности процесса взаимодействия в условиях смены фаз экономического цикла. Это позволило выделить ряд фундаментальных свойств взаимодействия банковского и реального секторов экономики в современных условиях: системность, динамичность, асимметричность, уязвимость, управляемость и регулируемость, которые проявляются в характере, качестве и направленности процесса взаимодействия, определяющих в совокупности устойчивость его развития.

Несмотря на то, что противоречия несут в себе положительный заряд, являясь фактором развития системы взаимодействия секторов, деструктивизм противоречий в кризисных условиях осложняется влиянием комплекса дестабилизирующих внешних факторов и асинхронностью мер регулятивного характера, которые формируют устойчивую триаду проблемных узлов, ограничивающих взаимодействие банковского и реального секторов экономики («риски», «ресурсы», «регулирование»). Сохранение и углубление негативного влияния проблемных узлов в современных условиях, в свою очередь, обостряют внутренние противоречия между субъектами банковского и реального секторов, приводя к разворачиванию спирали асимметрии (асимметрия целей, асимметрия информации, асимметрия поведения, асимметрия результатов), действие которой существенно искажает ожидаемые эффекты (результаты) от взаимодействия на всех его уровнях.

В этих условиях возрастает значение государственного *mix*-регулирования [2], сочетающего комплекс гибридных методов и инструментов различных направлений экономической политики, направленных на поддержку структурных изменений в экономике и активное участие в этом процессе субъектов обоих секторов. В то же время на микроуровне взаимодействие банков и предприятий должно строиться наряду с принципами обоснованности, координации действий, ответственности, в соответствии с принципом контрцикличности. На наш взгляд, проявлением контрцикличности является исключительное поведение субъектов банковского и реального секторов, зачастую идущее вразрез с истинными интересами каждой из сторон во имя сохранения стабильности отношений и взаимной поддержки в условиях неблагоприятного периода экономического развития.

Полагаем, что контрциклический задел реализации индустриально-инновационных проектов государства может быть сформирован только на этапе экономического роста при условии адресной стимулирующей политики регулирования, а инициатива реализации контрциклического принципа должна быть встроена в механизм взаимодействия банковского и реального секторов, что, на наш взгляд, предполагает два варианта развития событий: 1) предотвращение кризиса посредством активного (результативного) сотрудничества субъектов обоих секторов, прежде всего в области инноваций; 2) накопление банками необходимого запаса ресурсов, за счет которых можно будет поддерживать субъекты реального сектора в годы нестабильности [3].

Предполагается, что подобный подход к формированию организационно-экономического механизма взаимодействия банковского и реального секторов будет поступательно формировать институциональный фон процесса взаимодействия [4]. Формирование рефлексивных институтов оценки, регулирования и распределения ресурсов, регулирования рисков, развития этических норм и традиций субъектов создаст условия для развития новых и модификацию традиционных форм взаимодействия, реализация которых придаст импульс приоритетным направлениям процесса взаимодействия, в том числе с учетом стадий экономического цикла: «кризис», «депрессия», «рост», «рецессия», и обеспечит их взаимосвязь с целями экономической политики государства.

Связь форм взаимодействия субъектов банковского и реального секторов экономики между собой предопределена, с одной стороны, эндогенностью поведенческих стратегий субъектов, искажающих характер, качество и направленность взаимодействия субъектов на микро-, мезо- и макроуровнях, с другой – тем, что системный процесс взаимодействия является звеном системы более высокого порядка, развитие которой достигается через преодоление противоречий во взаимодействии элементов и отражается на состоянии внешней социально-экономической среды на различных стадиях экономического цикла:

1) на стадиях рецессии и кризиса:

- ♦ на микроуровне реализуются такие формы взаимодействия, как:
 - государственно-частное партнерство, в основу механизма реализации которого положены принципы временного участия государства в рамках антикризисных мер с целью обеспечения достаточности и доступности ресурсов для поддержания приоритетных отраслей, а также принцип «флагманского поведения». Это обеспечит поддержку банков и расширение доступности ресурсов для предприятий. При этом участие государства не должно иметь затяжной характер, ориентируя банки на приоритетные направления отраслевой политики. В качестве

основных инструментов используются расширение рефинансирования, предоставление бюджетных кредитов и применение стандартного антикризисного набора инструментов гарантий, субсидий и льгот, а также выкуп акций. Временные границы участия государства определяются повышением темпов роста в первые два–три года после кризиса. В этот период особо значим вопрос контроля за целевым использованием и возвратностью бюджетных ресурсов, который должен быть коллегиальным (центральный банк, министерство экономического развития и финансов, банк развития, СМИ, прокуратура и счетная палата);

- ♦ частное партнерство – в основу механизма взаимной выручки и поддержки положен принцип контрцикличности, что на данном этапе означает оказание банками поддержки своим клиентам, в том числе на основе адаптации принципов исламского банкинга (например, совместное участие в финансировании, вложение ресурсов исключительно в реальные активы, запрет на использование высокой банковской маржи и др.). При этом свобода выбора партнерами наиболее выгодных условий и соответствующих инструментов, возможность совместного участия их в капитале, в управлении и контроле за ходом реализации проектов стимулирует взаимную заинтересованность сторон в достижении положительных результатов. Инструментом, действие которого направлено на расширение доступности банковских ресурсов, станет использование банками коэффициента ценовой доступности и система государственного стимулирования («условное» налогообложение, работа фонда страхования кредитных рисков, дифференцированное регулирование и др.);

- ♦ на мезоуровне реализуются такие формы взаимодействия, как:

- региональная форма – в основу механизма поддержки приоритетных отраслей и регионов положены принципы точечного распределения финансовых ресурсов. Основная нагрузка в реализации данной формы ложится на региональные филиалы банков с одновременной организацией в их отношении системы особых стимулирующих мер поддержки и созданием банков специализированного уровня. Предполагается, что устранение регионально-отраслевых диспропорций возможно в том числе за счет объединения усилий этих банков на основе использования таких инструментов, как кредиты сопровождения, синдицированные и бридж-кредиты, долгосрочные депозиты, гарантии, субсидии и страхование рисков. Альтернативным вариантом реализации данной формы взаимодействия может стать создание банками в отдаленных регионах с низким уровнем асимметрии информации «банков участия», действующих на принципах партнерства, что позволит разрабатывать более гибкие продукты в соответствии со спецификой отраслей и регионов не на спекулятивных принципах, что важно в условиях рецессии и кризиса;

- инновационная форма – учитывая, что данная стадия характеризуется асимметрией в части инициации инноваций и активности в секторах (субъекты, банковского сектора, как правило, пассивны, а субъекты реального сектора, напротив, ищут финансовую поддержку реализации своих идей, с тем чтобы обеспечить выход их кризиса), наиболее приемлемым вариантом является, с одной стороны, инициация и реализация государственных программ поддержки инновационного сектора, предполагающая систему мотивационных мер для банков, с другой – частичное участие (в зависимости от сложности этапов инновационного процесса) частных коммерческих банков совместно с банками специализированного уровня на основе комбинирования краткосрочных и долгосрочных банковских инструментов с учетом ресурсных возможностей различных по размеру банков и интересов предприятий реального сектора, так как сочетание различных сроков позволяет снизить общую стоимость услуг;

- ♦ на макроуровне реализуются такие формы взаимодействия, как:

- этактическая (в переводе с французского «etat» – государство) форма взаимодействия ориентирована на поддержку социально-экономического развития посредством синхронизации государственных мер (гарантий, субсидий и льгот в рамках фискальной, денежно-кредитной, и антимонопольной политики) и ориентации их на обеспечение конечного результата деятельности субъектов обоих секторов. Необходимо подчеркнуть, что система мер государственного стимулирования требует разработки комплекса показателей, позволяющих оценивать характер, качество и направленность процесса взаимодействия, так как если с позиции банковского сектора и его интересов такие показатели существуют (объемы и динамика банковских активов, доля просроченной задолженности, структура банковских вложений по срокам, в том числе в

регионально-отраслевом разрезе), то с позиции субъектов реального сектора таких показателей нет. Полагаем, что в роли таких качественных показателей могли бы выступить доля реализованных проектов с участием банковских ресурсов, в том числе в разрезе отраслей и регионов, доля высокотехнологичной продукции в общем объеме экспорта товаров и услуг, динамика доли банковских кредитов в реализации долгосрочных проектов в реальном секторе, в том числе в инфраструктурном и инновационном секторах и др., использование которых позволит обеспечить разумное расходование бюджетных затрат, а также адресность и целесообразность применения системы стимулирующих мер в условиях нестабильности;

- ресурсная форма ориентирована на поддержание непрерывности взаимодействия секторов путем адекватного ресурсообеспечения. На наш взгляд, данная форма может быть реализована на основе использования потенциала почтово-сберегательной системы, обеспечивающей полный охват внутренних разрозненных сбережений и позволяющей обеспечить ее взаимосвязь с деятельностью банков специализированного уровня (отраслевые или инновационно-отраслевые банки). Главными принципами, положенными в основу данного механизма, являются надежность и сохранность сбережений, выгодность (доходность) размещения, прозрачность направлений инвестирования. В качестве основных инструментов могут быть использованы долгосрочные депозиты, инфраструктурные облигации, безотзывные вклады и др. В условиях экономической нестабильности и возросших рисков на данном этапе важна и роль государства в части мотивации крупных промышленных, в том числе иностранных компаний, базирующихся в регионах, к размещению средств на счетах местных банков и активизации регионального фондового рынка, а также расширение практики точечного рефинансирования со стороны центрального банка;

2) на стадиях подъема и роста:

♦ на микроуровне реализуются такие формы взаимодействия, как:

- государственно-частное партнерство – на этапе экономического подъема реализуется механизм формирования устойчивых институтов и стимулирование частной инициативы. В основу механизма положены принципы добровольного участия субъектов обоих секторов в крупных проектах, инициированных государством. Реализация данной формы предполагает расширение опыта совместного участия институтов развития, интеграционных объединений коммерческих банков в реализации сложных проектов на основе использования внутренних синдицированных кредитов и совместного проектного финансирования, с тем чтобы в долгосрочном периоде эту задачу могли взять на себя частные банки;

- частное партнерство как форма взаимодействия направлена на реализацию механизма формирования устойчивых неформальных институтов в частном секторе и предполагает взаимопроникновение сторон в интересы и деятельность друг друга, а также генерацию существенных синергетических эффектов. Акцент должен быть сделан на соблюдение принципов взаимосвязи с реальным сектором экономики на основе реализации инвестиционной деятельности этического характера. Так, например, возможен вариант предоставления банками предприятиям гибридного продукта, учитывающего интересы сторон на основе сочетания бесплатных краткосрочных кредитов (доля не должна превышать 20% от общего объема предоставляемых средств) и долгосрочного инвестирования, приносящего доходы за счет разделения между сторонами рисков и прибыли (чем выше доходность от инвестиций, тем больший объем беспроцентных кредитов может выдавать банк предприятию);

♦ на мезоуровне реализуются такие формы взаимодействия, как:

- региональная форма направлена на реализацию механизма стимулирования саморазвития территорий, в основу которого положены принципы интегрированности в регион, отраслевой адекватности, децентрализации решений и повышенной ответственности за результаты. Данная форма предполагает активное расширение сети региональных банков, деятельность которых привязана к конкретной территории, в том числе с углублением их специализации по отраслям. В числе основных инструментов могут быть использованы кредиты сопровождения и бридж-кредиты (при участии региональных структур банков специализированного уровня), акции и облигации, обращающиеся на региональном фондовом рынке и др. Важным элементом механизма взаимодействия секторов является формирование региональных финансово-промышленных кластеров, для участников которых расширяется доступность долгосрочных

ресурсов за счет каскадирования внутренних ресурсных потоков и предоставляются дифференцированные нормы и требования регулятора в зависимости от специфики региона и специализации банка;

- инновационная форма направлена на реализацию механизма стимулирования роста инновационного сектора, учитывая повышательную стадию экономического цикла, предполагает создание сети специализированных отраслевых и инновационных банков, в которых сосредоточены адекватные потребностям различных отраслей реального сектора ресурсный, кадровый, методический, технико-технологический потенциал. Предполагается, что данные банки, имея в регионах развитую сеть дочерних структур, самостоятельно или совместно с банком развития будут принимать активное участие в венчурном инвестировании. Особый статус этих банков предполагает применение специальных мер регуляторного воздействия по отношению к ним на основе принципа бюджетирования, ориентированного на результат: «условное» ценообразование и налогообложение, дифференциация ставок центрального банка и требований пруденциального регулирования и др.;

♦ на макроуровне реализуются такие формы взаимодействия, как:

- статическая форма в целях обеспечения поступательного и устойчивого экономического развития в условиях активной фазы роста подразумевает повышение потенциала секторов к сближению в области таких непривлекательных на первый взгляд для коммерческих банков сфер, как инфраструктура, инновации, социальная сфера и защита окружающей среды. Специфичность этих направлений обуславливает активное превентивное и стимулирующее участие государства. В частности, речь идет об активной работе в этих сферах банков специализированного уровня, в том числе с частичным участием коммерческих банков, которые должны нарабатывать соответствующий опыт работы в них. В данном случае потребуются применение таких инновационных банковских продуктов и услуг, как выполнение банками функций бизнес-инкубаторов, предусмотрение «зеленой» составляющей во всех традиционных продуктах, в особенности по отношению к крупным промышленным объектам, практика социально ответственных инвестиций и др. Механизмом предполагается, что в случае разработки и активного освоения таких банковских инноваций государство в отношении таких банков усиливает систему поддержки, а в отдельных случаях – и компенсацию затрат банков в случае подтверждения факта достижения конкретных результатов экспертным органом или в соответствии с позицией банка в социальном или экологическом рейтинге;

- ресурсная форма ориентирована на создание в стране многоканальной системы мобилизации и аллокации внутренних ресурсов в целях поддержания непрерывности и обеспечения продуктивности процесса взаимодействия. В данном случае предполагается использование потенциала не только почтово-сберегательной системы и институтов развития, но и долгосрочных ресурсов институциональных посредников (пенсионных и страховых фондов) и использование средств суверенного фонда для финансирования и кредитования реального сектора через банки специализированного уровня (включая их региональные структуры) на основе выпуска долгосрочных облигаций (например, сроком обращения не менее 10 лет) по минимальной ставке вознаграждения. В свою очередь, банк развития через региональную сеть или специализированные отраслевые инновационные банки предоставляет эти средства для финансирования приоритетных отраслей обрабатывающей промышленности, в том числе и в рамках схем, ориентированных на частичное участие коммерческих банков. При этом для коммерческих банков должны быть введены ограничения к величине банковской маржи. Доступ к такого рода финансированию могут иметь все банки вне зависимости от их размера и территориальной принадлежности, но с условием, что доля неработающих кредитов у них не превысит установленного регулятором уровня.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Рахметова А.М. Концепция асимметричного поведения банковского и реального секторов экономики во взаимодействии // Банковские услуги. – Москва. – 2012. – № 10. – С.13–21.
- 2 Рахметова А.М. Особенности государственного регулирования в контексте взаимодействия банковского и реального секторов экономики: сценарии mix-регулирования // Экономика и предпринимательство. – Москва. – 2015. – № 11 (ч. 1) (64 –1). – С. 26– 34.

3 Рахметова А.М. Фролова Э.А. Моделирование и оценка влияния результатов взаимодействия банковского и реального секторов экономики на экономический рост: выводы для России и Казахстана // Экономика и предпринимательство. – Москва. – 2015. – № 9 (ч. 1) (62–1). – С. 163–171.

4 Рахметова А.М. Взаимодействие банковского и реального секторов экономики: институциональный подход // Инновации и инвестиции. – Москва. – 2014. – № 10. – С. 80–86.

Аңдатпа

Мақалада кез келген экономика секторы үшін маңызды екі сектордың өзара әрекеттесуі қарастырылып жатыр, олардың қызметінің табысына тек субъектілерінің тиімді жұмыс істеуі ғана емес, сонымен қатар барлық экономиканың ілгерімелі дамуы да тәуелді. Автор экономикалық дамуының қазіргі кезеңінде тек маңыздылығын жоғалтқан емес, сонымен қатар девальвация және инфляция, жаһандық және интеграциялық үдерістер, сыртқы күйзелістер және геосаяси тәуекелдер секілді қазіргі заманның осындай үрдістеріне байланысты бірқатар факторлардың жағымсыз әсерімен шиеленіскен мәселелерге талдау жасады. Авторлық идеялар банктік және экономиканың нақты секторларының жүйелік өзара әрекеттесу тұжырымдамасында көрініс табады, өзара әрекеттесу субъектілерінің әлеуетіне, мемлекеттің ынталандыру және реттеуші шараларының жүйелі үйлесімдігіне сүйене, сондай-ақ экономиканың барлық деңгейлеріндегі экономикалық циклдың негізгі кезеңдерінің ерекшеліктерін ескере отырып, оның негізінде мемлекеттің басқару және реттеу тұрғысынан өзара әрекеттесу субъектілерінің және мемлекеттің күш-жігерлерін шоғырландыру идеясы жатыр. Осыған байланысты, рецессияның кезекті толқынына дейін өзінің жеке өзара әрекеттесуін дағдарыс жылдарында да жалғастыра алатын тұрақты формалды емес институттарды қалыптастыруды үлгеру үшін мемлекеттің ынталандырушы шараларының барлық спектрін кешенді пайдалану арқылы экономикалық дамудың қолайлы жылдарында контрциклды резервті қалыптастыру ұстанымынан контрциклдық принципті жүзеге асыру векторын өзгерту ұсынылады.

Тірек сөздер: өзара әрекеттесу, банктер, нақты сектор, серіктестік, экономикалық цикл, жүйе, тетік.

Abstract

The article discusses the issues of interaction of two sectors important for any economy, on the success of interaction of which depends not only the effectiveness of their subjects' functioning, but also the progressive development of the entire economy. The author analyzes problems that not only have not lost their importance at the present stage of the economy development, but have become aggravated due to the combined negative impact of factors related to such modern trends as devaluation and inflationary, globalization and integration processes, external shocks and geopolitical risks. The author's ideas are reflected in his concept of a systemic interaction between the banking and real sectors of the economy, which is based on the idea of concentrating the efforts of subjects of interaction and the state from the point of view of management and regulation based on the potential of the subjects of interaction, a reasonable combination of incentive and regulatory measures of the state, and accounting features of the main stages of the economic cycle at all levels of the economy. In this connection, it is proposed to change the vector of the countercyclical principle implementation from the point of creation of a countercyclical reserve in the favorable years of economic development through the integrated use of the whole range of stimulating measures of the state in order to succeed in the next wave of recession to form stable informal institutions of behavior of banks and enterprises that can continue their independent interaction in crisis.

Key words: interaction, banks, real sector, partnership, economic cycle, system, mechanism.

О.В. КОШКИНА,¹
PhD, доцент.
Н.В. КОШКИНА,¹
магистр экономических наук.
Алматы Менеджмент Университет¹

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ТРАНСФОРМАЦИИ КАПИТАЛА НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ ФИНАНСОВОГО РЫНКА В КАЗАХСТАНЕ

Аннотация

Эффективность процесса аккумуляции имеющихся в стране финансовых ресурсов зависит от привлечательных инструментов инвестирования, которые должны трансформироваться в соответствии с потребностями рынка. Важным элементом в рыночной экономике является развитие финансового посредничества. При отсутствии этого элемента создаются препятствия для перераспределения капитала между сегментами финансового рынка, а также, что особенно важно, между финансовым рынком и реальным сектором экономики страны, поскольку такое перераспределение денежного капитала становится возможным только благодаря наличию и рациональному применению соответствующих финансовых инструментов. Именно финансовые инструменты становятся результативным средством обеспечения бесперебойного и своевременного процесса поступления необходимых ресурсов в те сферы экономики, которые в данный момент испытывают особую в них потребность. Следует отметить, что трансформация рынка финансовых инструментов сопровождается не только внутренними модификациями и затрагивает не только внутренние процессы, но и распространяется на внешние интеграционные преобразования. Основой здесь является процесс глобализации. В условиях дефицита ликвидных инструментов на внутреннем рынке возникает проблема оттока капитала из страны. Незрелость рынка корпоративных ценных бумаг еще больше усугубляет ситуацию на финансовом рынке, который в силу возникших проблем перестает выполнять свое основное предназначение – обеспечение перманентного процесса перераспределения денежного капитала.

Ключевые слова: трансформация, финансовый рынок, финансовые инструменты, потоки капитала, глобализация, экономика.

Современные тенденции развития экономических систем предполагают совершенно новые подходы к сущности и содержанию процессов трансформации рынка финансовых инструментов. Поскольку такая трансформация влияет на эффективность перераспределения денежного капитала между сегментами финансового рынка, возрастает значимость кондиционного механизма, позволяющего получить экономический эффект от преобразования ресурсов в активный или инвестиционный капитал как на макро, так и на микроуровне.

Рыночная экономика ориентирована на развитую систему финансового посредничества в форме банковских структур, фондового рынка и прочих институтов конкурентного способа распределения ресурсов. Отсутствие этого является препятствием для перелива капиталов между основными сегментами финансового рынка, а также, что особенно важно, между финансовым рынком и реальным сектором экономики страны, поскольку такое перераспределение денежного капитала становится возможным только благодаря наличию и рациональному применению соответствующих финансовых инструментов. Именно финансовые инструменты становятся результативным средством обеспечения бесперебойного и своевременного процесса поступления необходимых ресурсов в те сферы экономики, которые в данный момент испытывают особую в них потребность.

На современном этапе рынок финансовых инструментов ощущает на себе влияние внутренних и внешних факторов. Под действием таких факторов происходят трансформации, которые необходимо анализировать. Анализ трансформации рынка финансовых инструментов основывается на научно-теоретической базе исследований. Объектом исследований являются финансовые инструменты следующих сегментов финансового рынка: пенсионного, кредитного, депозитного, валютного, рынка ценных бумаг, страхового, денежного. Анализ проведен в

период с 2007 по 2016 гг., где учтены объективные экономические условия и реальные преобразования, которые происходили в указанный период [1].

Проведенный анализ показал низкую степень трансформации рынка финансовых инструментов. Если выделить из всех сегментов финансового рынка Казахстана только действующие, то к ним действительно можно отнести лишь депозитный рынок, кредитный рынок, валютный рынок. Финансовые инструменты остальных рынков практически бездействуют и не оказывают какого-либо значимого влияния на трансформацию капитала в стране.

Проблемными остаются рынок ценных бумаг, страховой рынок, также кредитный рынок. Но основная проблема заключается в нечеткой работе механизма трансформации рынка финансовых инструментов. Иными словами, процесс преобразования ресурсов в ссудный или инвестиционный капитал в стране заторможен. Рассмотрим основные причины деформации отечественного механизма трансформации.

Депозитный рынок Республики Казахстан является одним из главных элементов финансового рынка государства, который за свою небольшую историю показал стремительный рост, резкое падение и стабилизацию. Несмотря на то, что нестабильность была вызвана мировым финансовым кризисом, который просто обострил внутренние проблемы в развитии финансового рынка, необходима разработка мер по минимизации негативных последствий дестабилизации финансового сектора государства. Одним из направлений совершенствования управления депозитным рынком может стать реализация со стороны государства и субъектов банковской системы активной депозитной политики, которая должна быть направлена на построение отношений нового типа, которые будут способны обеспечить устойчивость депозитного рынка. На развитие депозитного рынка оказывает воздействие множество факторов как финансового, так и нефинансового характера. Как показывает статистика, в целом за время кризиса объем депозитов казахстанцев в банках не снизился. Это нехарактерный случай на рынке депозитов, то есть возникает необходимость исследования причин сохранения объема депозитов в казахстанских банках в условиях финансового кризиса. Изучения требуют факторы, которые оказали положительное влияние на стабильность казахстанского депозитного рынка. На наш взгляд, у казахстанского депозитного рынка есть потенциал дальнейшего количественного и качественного развития. Большинство казахстанцев продолжают хранить сбережения в наличной форме, предпочитают инвестиции в недвижимость. Достаточно высокий уровень теневого бизнеса также является одной из причин низких темпов роста объемов депозитов юридических лиц [2].

Также необходимо исследование вопросов государственной политики в сфере развития национального депозитного рынка. Государственная политика заключается не только в гарантировании сохранности определенных сумм депозитных вкладов, но и в мероприятиях по повышению конкурентоспособности казахстанского депозитного рынка в условиях ускорения интеграционных процессов на территории постсоветского пространства. Так, если правительство Республики Беларусь будет традиционно придерживаться протекционистской политики в отношении белорусского депозитного рынка, то его конкурентоспособность по отношению к казахстанскому депозитному рынку будет выше, то есть крупным вкладчикам выгоднее будет делать депозитные вклады в белорусских банках (высокие ставки вознаграждения, стопроцентная государственная гарантия депозитных вкладов и пр.).

Не теряют актуальности вопросы формирования эффективной депозитной политики банками Республики Казахстан. Депозитная политика должна строиться на научных подходах с учетом национальных особенностей участников депозитного рынка: уровня доверия к финансовой системе, уровня финансовой грамотности и пр.

Можно утверждать, что депозитный рынок Республики Казахстан – наиболее динамичный сегмент финансового рынка, который при эффективной стратегии развития может в ближайшее время способствовать дальнейшему увеличению средств, привлекаемых внутри страны.

Статистика показывает ежегодный и стабильный рост объемов депозитов. Следовательно, начальные ресурсы для трансформации имеются. Однако необходимо исследование вопросов влияния проблем кредитного рынка, инвестиционного рынка, финансовой устойчивости банков на развитие депозитного рынка. Казахские банки сталкиваются с проблемой неэффективности использования привлеченных финансовых ресурсов. Актуальными являются воп-

росы формирования депозитной политики банка с учетом множества факторов, с ориентиром на повышение прибыльности самого банка. Так, при чрезмерно жесткой кредитной политике банка снижаются объемы выданных кредитов, снижая прибыльность привлеченных депозитов, тем самым снижая полезность трансформации рынка финансовых инструментов.

В отношении кредитного рынка можно отметить, что основная проблема торможения процесса трансформации депозитных ресурсов в кредитные – это рост проблемных кредитов. Проблемные кредиты – один из самых важных индикаторов, которые характеризуют успех банка. Они включают безнадежные займы или кредиты, доход которых маловероятен или невозможен своевременно. Большое количество указывает, что программы кредитования не сбалансированы относительно риска. Вознаграждение, или действующая процентная ставка, которая должна включать потребность покрыть убытки, не является доходами. Есть порочный круг: чем более высокая ставка ссудного процента, тем ниже доход, и чем хуже доходы, тем выше потребность поднять ставки, чтобы покрыть убытки.

Сегодня такие кредиты представляют серьезную проблему и для БВУ Казахстана, и для экономики в целом.

Появление проблемных кредитов в результате внедрения кредитного риска обычно происходит независимо от внешней экономической среды. Кризисное влияние только увеличивает вероятность проблемных кредитов и приводит к их росту. На современном этапе в развитых странах применяется сложная практика управления безнадежными займами. В нестабильной экономике банковские учреждения увеличивают акцент на проблемные кредиты, чтобы минимизировать риски неплатежа.

Для Казахстана проблема руководящих проблемных кредитов чрезвычайно актуальна как индикатор просроченных задолженностей и сомнительных долгов для ссудных портфелей внутренних банков по тем же индикаторам банков в развитых странах. Национальный банк Казахстана постоянно указывает, что полагается на потребность улучшить управление рисками в целом, и прежде всего кредитного риска. Во время внедрения кредитной политики банка с точки зрения выплаты кредита очень важно, чтобы была проведена работа с проблемными кредитами. Под безнадежными займами понимаются кредиты, которые вовремя и полностью не выполнены заемщиком или стоимость обеспечения уменьшилась значительно. Управление проблемными кредитами – один из самых важных аспектов банковской практики. Правильный выбор метода работы с проблемными кредитами зависит не только от успешного разрешения отдельного конфликта, но также и от стабильности и репутации банка.

Полное управление задолженностями зависит в основном от двух условий. Во-первых, позволяют ли положения кредитного соглашения, предоставляя банку право проверить учет и финансовую отчетность заемщика посредством внедрения проверок непосредственно в компании, а также есть ли возможность завершить кредитное соглашение и лишиться права пользования на обеспечении, когда у банка есть разумное подозрение в неплатежеспособности заемщика.

Во-вторых, действительно ли наделяли полномочиями делопроизводителей относительно наблюдений за кредитом. Есть основной набор индикаторов, по которым можно распознать появление низкого качества или проблемного кредита. Относительно стратегии улучшения кредитов нет особенного или оптимального правила. Каждый кредит уникален. Поэтому, на наш взгляд, интересно рассмотреть и суммировать методы, используемые в современной банковской практике.

Услугой банка также является кредитование ВТД (внешнеторговой деятельности). Большинство банков предоставляют такую услугу, например, Казкоммерцбанк, банк АТФ. Банк CenterCredit, Каспийский банк и другие. Кроме того, некоторые банки проводят предварительную экспертизу при финансировании и постфинансировании. Современные банки обращают большое внимание на развитие этого рынка инновационных банковских услуг, активно используя такие финансовые инструменты, как аккредитивы, гарантии и другие.

Некоторые банки вследствие отсутствия ликвидности тенге приостановили кредиты, другие – ждали условия. Ситуация ухудшена фактом, что мелкие банки ограничат в привлечении частных вкладов. Все это может послужить дополнительным толчком к ухудшению и еще большему торможению механизма трансформации рынка финансовых инструментов.

К этому необходимо еще добавить общую ситуацию на мировом рынке, поскольку Казахстан является непосредственным участником мирового пространства.

В 2014 г. наблюдалось ухудшение внешних факторов для экономического развития Казахстана. Было общее замедление экономического роста в мире и роста геополитической нестабильности в связи с событиями на Украине. Ввод взаимных санкций между Россией и странами-участницами ЕС с США привел к понижению роста и дестабилизации макроэкономической ситуации в России.

Укрепление американского экономического роста влечет за собой широко распространенные оттоки капитала из развивающихся рынков. Глобальные инвесторы будут в состоянии получить большую прибыль при более низких рисках инвестирования в американскую экономику. Кроме того дополнение ФРС поворачивается в «количественном ослаблении», которое в основном способствовало инвестициям в развивающиеся страны. Против этого фона будет усиливаться американская валюта.

Европейская финансовая система все еще в рамках кризиса. Результаты недавнего теста, опубликованного ЕЦБ, свидетельствуют о том, что из 130 крупнейших банков в Европе 35 не удовлетворяли критерию стабильности. Экономический рост еще не возвратился и вводит Европу в фазу количественного ослабления. Ввиду бюрократии вводятся высокие налоги, увеличивая бремя социального обеспечения и противоречивые позиции его участников по ключевым экономическим вопросам. Германия показывает в 2015 г. рост в 1%.

В результате медленного роста экономики Европейского союза наблюдается отрицательное влияние на доходы от экспорта и поступления инвестиций в Казахстан. На фоне продолжающегося застоя в экспорте из Казахстана поток капитала может быть сокращен в реальном выражении и, если рассматривать и рекордно низкие цены на нефть, доходы от экспорта будут значительно уменьшаться.

Огромное долговое бремя сохранит рост ВВП Японии приблизительно на 1% в год на следующие несколько лет.

Китай в 2015 г. показывает самый низкий темп роста с 1990 г. – немного больше 7%. Вопреки иллюзиям быстрого роста Китай не нагонит и значительно отстанет от США по абсолютному выражению ВВП на душу населения. Вместе с тем Китай является крупнейшим игроком на рынке металлов.

Также причиной экономического спада может стать падение уровня цен на металлы, которые составляют большую часть экспорта Казахстана.

Россия находится в рецессии, замедление российской экономики будет значительно влиять на макроэкономическое развитие Казахстана. Во-первых, возможно снижение пользующихся спросом продуктов от казахстанского экспорта в российские отрасли. Кроме того, дешевый рубль сокращает конкурентоспособность предприятий Казахстана и рост российского импорта.

Экономика Казахстана росла быстро в последние годы. Этому способствовало повышение цен на нефть, финансовые и налоговые стимулы и возрастающее потребительское кредитование, которое поддерживало требования населения.

Но нефтяные котировки упали что, соответственно, замедляет доходы. Национальный банк ограничил потребительские кредиты, и в результате условия ликвидности на рынке испорчены. Совокупный спрос начал сжиматься.

В результате рост ВВП в Казахстане начал замедляться во всех секторах экономики, но прежде всего падение показали отрасли промышленности.

Казахстан сталкивается с проблемой «ловушки среднего дохода». После достижения определенного уровня благосостояния в диапазоне 10–15 тысяч долларов рост ВВП на душу населения может замедлиться вследствие возрастающей заработной платы, увеличения операционных затрат и уменьшения ценовой конкурентоспособности. В этой позиции Казахстан будет не в состоянии конкурировать и с развитыми экономиками с высокими навыками, и с инновацией, и с экономическими системами низкооплачиваемого и недорогостоящего производства с низким доходом промышленных товаров. Странам, которые ломают барьер в прошлом веке (Тайвань, Финляндия, Южная Корея и другие) удалось достигнуть экономического роста на основе ускоренного развития производственной отрасли [3].

В процессе индустриализации фокус направлен в отрасль, но, несмотря на это, уровень развития промышленности остается низким. Производство генерирует меньше 7% занятости и 11% ВДС экономики. Производительность в Казахстане в два раза ниже, чем в государствах-членах Организации экономического сотрудничества и развития. Доля занятости в производстве Казахстана также ниже по сравнению со всеми странами-членами ОЭСР.

С 2010 по 2013 гг. экономика Казахстана привлекла более чем 100 миллиардов долларов. Имеются также и американские прямые иностранные инвестиции. Из этой суммы в недобывающую промышленность и сельское хозяйство экономики было инвестировано приблизительно 25 миллиардов долларов США. Это было упрощено основными стимулами для инвесторов, действующих в приоритетных секторах экономики: таможня, налоговые стимулы, правительственные гранты земли.

Тем не менее текущая инвестиционная деятельность недостаточна для внедрения программы. Необходимо решить следующие вопросы:

- 1) отсутствие защиты и поддержки долгосрочных инвестиций;
- 2) сложные процедуры для получения виз и разрешений;
- 3) отсутствие осведомленности иностранных предприятий о перспективах инвестиций в Республику Казахстан.

С точки зрения экспорта Казахстан занимает 42-е место среди стран-экспортеров (в 2008 г. – 48-е). Объем экспорта обработанных товаров в 2013 г. уменьшился на 3% по сравнению с 2008 г. и составил 19,5 млрд долларов США. Развитие экспорта обработанных товаров ограничено такими факторами, как:

- 1) слабая диверсификация экспорта товаров;
- 2) требуется высокая стоимость для продвижения экспорта товаров;
- 3) тарифные барьеры из зарубежных стран относительно товаров из РК;
- 4) отсутствие осведомленности об экспортерах Казахстана.

В отсутствие надлежащего финансирования от коммерческих финансовых учреждений эта ниша на казахстанском рынке должна была быть занята правительством через систему национальных активов и учреждений развития. Система учреждений развития была расширена и скорректирована, чтобы удовлетворить потребности промышленного и инновационного развития. Там были проверены различные инструменты, чтобы поддерживать промышленное развитие: субсидии процентной ставки, компенсация расходов и предоставление грантов на инновацию и внедрение технологии, компенсация расходов предметов промышленного новшества, гарантии по кредиту и т.д.

В настоящее время фондовый рынок в Казахстане оценен как не полностью сформированный институт, поскольку это еще не стало неотъемлемой частью финансовой отрасли, служа источником пополнения акционерного капитала. Кроме того, отсутствие разработки этого механизма в основном ограничивает использование финансовых ресурсов ЕНПФ для потребностей индустриализации.

Высокая стоимость кредита и особенно долгосрочные кредиты финансовых учреждений остаются главным барьером. В 2013 г. средняя процентная ставка на долгосрочных кредитах STB в национальной валюте составляла 17,3% в год.

Рост промышленного кредитования STB предотвращает высокие закредитованности предприятий и нерешенную ситуацию с проблемными кредитами. Высокий уровень проблемных кредитов (просроченных больше чем на 90 дней), начавшийся с 2010 г., сохраняется. 1 февраля 2014 г. недействующие кредиты составляли 4,3 триллиона тенге, или 32,2% ссудного портфеля STB, увеличившись с начала года на 3,6%.

Одна из важных проблем нашего времени состоит в том, чтобы обеспечить долгосрочное кредитование в реальном секторе экономики. В этом отношении на практике банки Казахстана определили новый метод финансирования инвестиционных проектов – банки стали заниматься проектным кредитованием. Изучение операций банков показало, что Казахстан не получил надлежащего развития в сфере проектных кредитов.

Следовательно, новые источники кредитования не имеют должного механизма трансформации финансовых инструментов: депозиты лишь частично трансформируются в кредиты. Исходя из анализа коэффициента эластичности, этот показатель достаточно низкий.

По нашему мнению, проблема с нахождением множества источников финансирования инвестиционных проектов связана со сложностью их схем. Кроме того, есть проблемы, которые непосредственно связаны с деятельностью самих предприятий, высокий риск инвестиционных проектов которых может привести к потере крупных банковских инвестиций.

В современном мире много инвесторов проявляют интерес к поиску новых финансовых инструментов, чтобы инвестировать собственные фонды. В этом отношении становятся все более популярными кредитные деривативы – свопы на кредитный дефолт (CDS). В Казахстане CDS в данный момент нешироко распространены вследствие существования многих проблем, которые могли бы быть найдены на основе международного опыта. Главная причина для низкой популярности CDS в РК – специфика структуры рынка заимствования. Спрос на кредиты превышает поставку, которая позволяет банкам диктовать свои сроки по ставкам. Плавающая ставка типична для кредитов, выпущенных в течение периода больше чем 1 год (такие кредиты выпущены только крупными банками заемщикам с хорошей кредитной историей, что хорошо для безопасности). Таким образом, использование кредитных дефолтных свопов в Казахстане становится проблематичным.

Если учесть опыт США и других стран по применению кредитных дефолтных свопов в качестве механизма трансформации рынка финансовых инструментов, то можно отметить, что в результате спекуляции этот инструмент также перестал выполнять свои функции.

Таким образом, рынок ценных бумаг перестает трансформировать ресурсы, когда на рынке преобладают спекуляции и при этом отсутствуют должные ценные бумаги, привлекательные для инвестирования, ценные бумаги компаний реального сектора, а не финансовых институтов.

Кредитный рынок перестает трансформировать ресурсы, когда кредиты используются не по назначению. Депозитный рынок перестает трансформировать ресурсы, когда нет источников приложения капитала, иными словами, некуда вкладывать.

Финансовый рынок Казахстана обеспечивает денежными ресурсами процесс создания новых высокотехнологичных видов товаров и услуг, которые должны быть конкурентоспособными на внутреннем и внешнем рынках. Существует также необходимость выработки действенных механизмов согласования общенациональных стратегических целей устойчивого социально-экономического развития с экономическими интересами отечественных товаропроизводителей и иностранных инвесторов. Одной из важнейших особенностей развития современного мира является быстро прогрессирующая глобализация. С этой точки зрения важнейшую роль в углублении процессов глобализации играют потоки капитала. На современном этапе интеграционные процессы происходят посредством инструментов финансового рынка. Мобильность финансовых ресурсов определяется уровнем открытости национальной экономики.

Концепция развития финансового сектора была введена в сентябре 2014 г. и охватывает период до 2030 г. [4].

Согласно концепции поставлена цель достичь определенных ориентиров. Так, активы банков должны составить не менее 80%, ссудный портфель должен составлять не менее 60% от ненефтяного ВВП. Такой ориентир приведен к непосредственному участию государства в финансировании экономики. Объем страховых премий по рынку должен увеличиться в два с половиной раза, этого объема планируется достичь за счет новых продуктов для физических лиц в добровольном страховании. Капитализация рынка акций к ВВП должна увеличиться в два раза. Условием для реализации такого ориентира должно стать продолжение программы «Народное IPO» и проведение новых IPO корпоративными эмитентами. Доля исламских банков должна составить от 3 до 5% от объема активов БС РК. Также, планируется, что РФЦА войдет в группу десяти ведущих финансовых центров Азии [5].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1 Koshkina O.V. The model of financial instruments influence on the capital flow in Kazakhstan // Review of European Studies. – Canada, 2015. – Vol. 7. – № 7. – P. 333–346.

2 Нурмагамбетов Е. Анализ депозитного рынка Республики Казахстан за 2005–2012 годы: <http://www.predictor.kz/?p=716#more-716>.

3 Об утверждении Перечня государственных программ: утв. Указом Президента Республики Казахстан (с изменениями и дополнениями по состоянию на 06.04.2015 г.).

4 Ассоциация банков Республики Казахстан: Постановление Правительства Республики Казахстан от 29 августа 2014 г. № 954. Концепция развития финансового сектора Республики Казахстан до 2030 года: <http://kba.kz/rus/banking-system/banking-news/>.

5 Капитал. Центр деловой информации: [//http://kapital.kz/finance/33473/masimov-utverdil-koncepciyu-razvitiya-finsektora-do-2030-goda.html](http://kapital.kz/finance/33473/masimov-utverdil-koncepciyu-razvitiya-finsektora-do-2030-goda.html).

Аңдатпа

Баршамызға мәлім, қаржылық ресурстарды шоғырландыру үдерісінің тиімділігі нарықтың сұранысына сай келетін трансформацияланған инвестициялаудың тартымды құралдарына тәуелді. Нарық экономикасы бәсекеге қабілетті банктік құрылымдар, қор нарығы және ресурстарды бөлудің басқа да институттары нысанындағы дамыған қаржылық делдалдық жүйесіне бағытталған. Мұның жоқтығы қаржы нарығының негізгі сегменттерінің арасында, әсіресе ең маңыздысы қаржы нарығы мен экономиканың нақты секторы арасындағы капиталдың ағынына тежеуші болады, мұндай ақша капиталының қайта бөлінуі тек қана қаржы тетіктерінің болуымен және тиесілі қаржы құралдарын рационалды пайдалану кезінде ғана мүмкін болады. Қазіргі жағдайда нақты қаржы құралдар экономиканың кейбір салаларын аса сұранысқа ие қажетті ресурстармен дер кезінде және үзіліссіз қамтамасыз етуде нәтижелі тәсіл болып табылады. Айта кету қажет, қаржы құралдар нарығын трансформациялау тек қана ішкі модификация мен ішкі үдерістерді қамтып қанай қоймай, сыртқы интеграциялық қайта құрылымдарға да таратылады. Бұд жерде жаһандану негіз болып табылады. Ішкі нарықта өтімділігі жоғары құралдардың тапшылығы жағдайында елден капиталдың шығарылу проблемасы пайда болады. Корпоративтік бағалы қағаздар нарығының жеткілікті дамымағандығы қаржы нарығындағы жағдайды одан әрі нашарлатады, осы проблемалардың аясында ақша капиталын қайта бөлудің үдерісін қамтамасыз ету сияқты өзінің негізгі қызметін орындамайды.

Тірек сөздер: трансформация, қаржы нарығы, қаржы құралдары, капитал ағындары, жаһандану, экономика.

Abstract

The effectiveness of the process of accumulation of a country's financial resources depends on existence of attractive investment instruments that must be transformed along with market needs. An important element in a market economy is the development of financial intermediation. The absence of intermediation is a barrier to movement of capital across main segments of financial market and, most importantly, across financial market and real sector of a country's economy because such redistribution of capital becomes possible only due to existence and rational use of financial instruments. Financial instruments become the efficient means of smooth and timely supply of required resources to the sectors of economy that need them most at the particular moment of time. It should be noted that transformation of the financial instruments' market is accompanied not only by internal rearrangements, but also affects external integration processes. The globalization process serves as the basis for this situation. The issue of capital outflow occurs when there is the deficit of liquid instruments. Immaturity of the corporate securities' market, where there is no demand for Kazakhstani corporations' shares and bonds, exacerbates the situation on the financial market that stops fulfilling its mission to support permanent redistribution of capital.

Key words: transformation, financial market, financial instruments, capital flows, globalization, economics.

А.Р. СОЛТАНГАЗИНОВ,¹

и.о. ассоциированного профессора
(доцента), PhD.

М.А. АМИРОВА,¹

и.о. ассоциированного профессора
(доцента), PhD.

Л.И. КАШУК,¹

и.о. профессора, к.э.н., PhD.

Инновационный Евразийский университет¹

ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОСНОВА МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ КАЗАХСТАНА: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Аннотация

В статье выявляются и раскрываются основные тенденции формирования и развития местного самоуправления в Республике Казахстан. Эффективное развитие местного самоуправления в целом оказывает влияние на благополучное развитие страны, поскольку этот уровень властной вертикали непосредственно взаимодействует с населением в решении важных социально-экономических проблем местного значения, что способствует установлению доверительных отношений между властью и населением, а также в целом формированию положительного имиджа местной власти. В целом в нашей стране последовательно развивается система местного самоуправления, ее финансово-экономической основа. Вместе с тем еще имеется ряд нерешенных вопросов, которые являются сдерживающим фактором данного процесса. Невысокий уровень вовлечения населения в процесс принятия решений, касающихся вопросов жизнедеятельности местного сообщества, обусловлен не только недостаточным уровнем информационно-разъяснительной работы, но и состоянием правовой грамотности сельских жителей относительно понимания своих прав и возможностей в осуществлении местного самоуправления. Для поиска путей улучшения и наращивания потенциала местного самоуправления проведен анализ отечественной и зарубежной законодательной базы, регулирующей вопросы местного самоуправления. В результате исследования выявлены проблемные аспекты формирования казахстанской модели местного самоуправления и выработаны рекомендации по их решению.

Ключевые слова: местное самоуправление, модели, власть, права, мнение местного сообщества, проблемы.

В современных условиях одним из важных факторов успешного развития любого государства является рациональное использование человеческого капитала, и в этой связи поиск эффективной модели местного самоуправления – важная задача для многих развитых стран мира. В иерархической структуре системы государственного управления и самоуправления именно этот уровень власти считается максимально приближенным к населению, что позволяет оперативно выявлять и решать вопросы местного значения. Исходя из этого, следует, что становление и эффективное развитие местного самоуправления обеспечивает не только оптимальное использование ресурсного потенциала, но и оказывает непосредственное воздействие на граждан посредством решения важных проблем местного значения, при этом способствуя формированию позитивного имиджа местных органов власти и в целом повышению доверия к ним.

На современном этапе для Казахстана решение актуальной задачи, направленной на совершенствование модели местного самоуправления, не является исключением. Одним из важных условий для модернизации экономики страны, укрепления демократии, решения вопросов местного значения и проведения эффективной региональной политики является развитие института местного самоуправления, который играет значительную роль в реализации мер, направленных на комплексное развитие территорий.

Президент Республики Казахстан Н.А. Назарбаев в очередном Послании народу Казахстана «Третья модернизация Казахстана: глобальная конкурентоспособность» подчеркнул о необходимости создания новой модели роста экономики, важности недопущения концентрации расходных полномочий на областном уровне и необходимости их передачи на районный и сель-

ский уровень, а также о том, что акимы должны решать вопросы регионального и местного значения, а правительство сконцентрироваться на общегосударственных задачах [1].

Следует отметить, что регулирующая роль государства в региональном развитии ежегодно усиливается, что проявляется в увеличении объемов государственных инвестиций, направляемых на региональное развитие. Это позитивно сказывается на социально-экономическом положении регионов, снижении различий в региональном аспекте по уровню жизни, повышению качества социальных услуг, дальнейшем расширении производственной и транспортной инфраструктуры, а также улучшении демографической ситуации.

Вместе с тем в результате исследования установлено, что еще сохраняются проблемные вопросы, с которыми сталкиваются территории. Это прежде всего обеспечение интенсивного экономического роста, организация стабильной занятости населения и установление устойчивости развития. Кроме того, в сельских регионах доходы на душу населения значительно меньше, чем в среднем по стране, финансовая база и обеспеченность высококвалифицированными трудовыми ресурсами остается низкой.

Основным недостатком попыток внедрения местного самоуправления в Казахстане явилось их фрагментарное осуществление без предварительной выработки целостной модели местного самоуправления [2].

В связи с этим указанные проблемы требуют дальнейшей разработки с точки зрения системного подхода, эффективного развития института местного самоуправления, повышения конкурентоспособности территорий.

Базовые основы местного самоуправления в Казахстане заложены в Конституции Республики Казахстан, Законе Республики Казахстан «О местном государственном управлении и самоуправлении в Республике Казахстан», Указе Президента Республики Казахстан «Об утверждении Концепции развития местного самоуправления в Республике Казахстан».

Местное самоуправление в Казахстане основывается на следующих принципах.

1. Самостоятельное решение населением вопросов местного значения.
2. Законность, равенство прав и учет законных интересов всех жителей населенного пункта.
3. Гласность и учет мнения граждан при решении вопросов, непосредственно затрагивающих интересы населения соответствующих административно-территориальных единиц.
4. Соблюдение общегосударственных интересов при решении местных задач.
5. Участие в решении вопросов государственного значения.
6. Принцип субсидиарности, основанный на том, что вмешательство вышестоящего органа управления в действия нижестоящего допускается лишь в той мере, в какой последний допустил действия, противоречащие Конституции, законам и актам главы государства и правительства, проявил свою неспособность к эффективному управлению, и при наличии определенных условий, при которых такое вмешательство может считаться законным и целесообразным.
7. Комплексность развития системы местного самоуправления.
8. Поддержка местного самоуправления со стороны государства.
9. Открытость деятельности органов местного самоуправления, их подконтрольность и подотчетность населению [3].

Казахстан, в отличие от стран с оптимальными региональными параметрами, характеризуется обширными территориями, рассредоточенными имеющимися производственными мощностями и низкой плотностью населения. При распределении и использовании финансовых ресурсов эти факторы приводят к бюджетной нагрузке, выражающейся в выделении бюджетных средств на неперспективные территории в плане экономического роста и увеличения численности проживающего населения.

Развитие системы местного самоуправления является одним из важных условий, способствующих решению вопросов эффективного использования средств государственного бюджета, обеспечения граждан равными возможностями на достойные доходные источники за счет пространственной организации экономики. В данном случае бюджетные средства концентрируются в центрах экономического роста и на приоритетных местных проектах, в том числе инициированных местными жителями соответствующих территорий, реализация которых ока-

жет положительное влияние на повышение конкурентоспособности, повышение занятости и благосостояния населения, что, в свою очередь, создаст позитивные предпосылки для территориальной концентрации капитала и трудовых ресурсов.

В Концепции развития местного самоуправления в Республике Казахстан, учитывающей общепризнанные ценности муниципальной демократии и муниципального управления, закрепленные в Европейской хартии местного самоуправления, определено развитие местного самоуправления в два этапа:

- ♦ 2013–2014 гг.: на данном этапе были расширены полномочия нижних уровней системы государственного управления, в результате определена правовая основа органов местного самоуправления, порядка проведения выборов акимов сел, сельских округов, поселков и городов районного значения, которые также наделены правом формирования доходных источников и открытия контрольных счетов наличности.

- ♦ 2015–2020 гг.: на данном этапе предусматривается дальнейшее разграничение функций государственного управления и местного самоуправления.

Институциональный аспект государственной политики, направленной на обеспечение устойчивого регионального развития, предусматривает качественную трансформацию системы государственного управления на основе децентрализации – передачи полномочий от центра к регионам, повышение качества управления на уровне сельского округа, села, поселка и города районного значения, создание эффективной институциональной среды, способствующей экономическому развитию, усиление общественного контроля путем участия населения в решении вопросов деятельности региона, регулирование которых в соответствии с действующим законодательством связано с обеспечением прав и законных интересов жителей соответствующей административно-территориальной единицы.

В этой связи одним из важных факторов регионального развития является децентрализация управленческих функций между местным государственным управлением и самоуправлением, поскольку именно эффективная и рациональная система распределения властных полномочий и ресурсов в разрезе уровней государственного управления и самоуправления позволит расширить возможности социально-экономического роста.

Система государственного управления нашей страны характеризуется постоянным процессом ее развития и модернизации. Для повышения ее конкурентоспособности требуется дальнейшая децентрализация ряда полномочий на уровень местного самоуправления. Вместе с тем, на наш взгляд, к числу сдерживающих факторов эффективного развития системы местного самоуправления можно отнести следующие:

- ♦ недостаточность финансирования мероприятий, направленных на решение вопросов местного значения;
- ♦ ограниченность полномочий акимов сел, сельских округов, поселков и городов районного значения в решении вопросов местного значения;
- ♦ недостаточность информационного обеспечения местного сообщества о деятельности органов местной власти и возможности их участия в осуществлении местного самоуправления.

Указанные проблемные аспекты прежде всего обусловлены ненадлежащей степенью развитости финансово-экономической основы местного самоуправления в Казахстане.

В рамках 98-го шага Плана нации «100 конкретных шагов по реализации пяти институциональных реформ» предусмотрено внедрение самостоятельного бюджета местного самоуправления на уровне сельского округа, села, поселка и города районного значения [4].

Согласно выработанным подходам, которые были одобрены Национальной комиссией по модернизации, самостоятельный бюджет местного самоуправления как четвертый уровень государственного бюджета будет внедрен с 1 января 2018 г. в административно-территориальных единицах, где численность населения составляет свыше 2000 человек, а после 2020 г. – повсеместно [5].

В целях эффективной реализации функций государства местное сообщество должно непосредственно участвовать в решении вопросов местного значения. Посредством органов местного самоуправления граждане вовлекаются в процесс принятия государственных решений и получают реальную возможность влиять на ситуацию в сельских территориях и осуществлять социальный контроль деятельности местных органов власти, реализации проектов, касающихся улучшения условий жизнедеятельности сельского населения.

Исследование опыта европейской системы в области устойчивого развития сельских территорий показывает применение принципа партиципативности, в основу которого положена идея использования стратегического ресурса – багажа опыта, умений и знаний сельских жителей. Участие сельских жителей в процессе развития территорий Казахстана является важным элементом системы местного самоуправления, т.к. этот институт представляет собой первичный уровень организации власти на местах. Кроме того, такое управление является не только эффективным, но и приближенным к каждому участнику местного сообщества. В связи с этим следует адаптировать широко применяемый за рубежом принцип партнерства государства, общества и бизнеса, а также разработать механизм поддержки инициатив, вовлечения населения в решение вопросов местного значения, раскрытия их потенциала, способствующий консолидации и направлению интеллектуального капитала на выработку конструктивных предложений, являющихся мощным источником и действенным инструментом в организации необходимых условий для прогрессивного развития соответствующих территорий. В частности, в качестве механизма нами предлагается организовать диалоговую платформу для продвижения интересов и конкретных предложений местного сообщества, формирующих предпосылки для новых точек экономического роста посредством создания региональной коммуникативной площадки по примеру «G-Global».

В целом анализ развития института местного самоуправления, позволяющего интегрировать интересы государства, общества и личности, показывает, что в Казахстане создаются базовые условия: совершенствуется нормативная правовая база о местном самоуправлении, осуществляется разграничение полномочий между органами государственного управления и местного самоуправления, расширяется доходная база контрольных счетов наличности посредством передачи налогов на транспорт и земельный налог с юридических лиц, предусматривается внедрение самостоятельного бюджета местного самоуправления, который будет являться механизмом, позволяющим планировать расходы бюджета с учетом интересов местного сообщества. По результатам исследования можно сформулировать следующие выводы и предложения.

1. На сегодняшний день в Казахстане принятие важных решений, касающихся социально-экономического развития районного и сельского уровня, осуществляется в основном на областном уровне. Высокая концентрация полномочий на уровне области ограничивает роль представителей местных органов исполнительной власти и местного самоуправления, а также иных стейкхолдеров в процессе принятия важных социально значимых решений. В этой связи, на наш взгляд, необходимо ускорение процесса децентрализации функций и полномочий для дальнейшей их передачи на нижестоящий уровень с целью расширения участия местных органов власти, местного сообщества и других заинтересованных лиц в развитии населенных пунктов, а также для того, чтобы оказываемые государственные услуги на местах наилучшим образом удовлетворяли потребности местного населения.

2. Обеспечение прозрачности принятия управленческих решений требует эффективного диалога между населением и местными органами власти, в процессе которого будет сформулировано консолидированное мнение по социально значимым и важным вопросам развития. Это, в свою очередь, окажет непосредственное влияние на принятие решения в интересах местного сообщества. В этих целях мы полагаем необходимым внедрение гражданского бюджетирования, способствующего широкому развитию практики обсуждения гражданских инициатив в бюджетном процессе. Этот процесс требует более широкого информирования местного населения и развития его потенциала для повышения социальной активности во всех сферах жизнедеятельности и в решении актуальных социально-экономических задач. Для этого следует усилить и обеспечить методическое сопровождение в сфере местного государственного управления и самоуправления.

3. В ходе исследования установлено, что в настоящее время степень участия местного населения в оценке деятельности местной власти и процессе принятия решений остается недостаточной. Для обеспечения активного и полноценного участия местного населения в принятии решений и оценке деятельности органов власти местного уровня, на наш взгляд, необходимо усилить механизмы, способствующие социальной активности населения.

4. Уровень соответствия результатов деятельности по решению вопросов местного значения поставленным целям и задачам зависит от акимов сел, сельских округов, поселков и городов районного значения, поэтому внедрение рейтинговой системы по основным ключевым показателям развития территорий и обеспечение их доступности в интернет-ресурсах окажет положительное влияние на повышение продуктивности работы государственных органов локального уровня.

5. В связи с введением бюджета четвертого уровня в целях эффективного использования бюджетных средств и оперативного решения вопросов местного сообщества, на наш взгляд, представляется целесообразным рассмотреть возможность внесения соответствующих изменений в законодательство о государственных закупках, что позволит местному сообществу осуществлять выбор поставщиков в границах указанной ими административно-территориальной единицы (сельский населенный пункт, район, область).

Таким образом, для достижения социальной эффективности и успешности развития института местного самоуправления необходимо усиление его финансово-экономической основы, широкое вовлечение граждан в процессы решения вопросов местного значения посредством создания условий, способствующих проявлению интереса населения к деятельности управленческих структур местного уровня, повышению доверия к местной власти, а также переориентации менталитета населения к стремлению активного участия в жизнедеятельности местного сообщества.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1 Послание Президента Республики Казахстан Н.А. Назарбаева народу Казахстана от 31 января 2017 г. «Третья модернизация Казахстана: глобальная конкурентоспособность»: http://www.akorda.kz/ru/addresses/addresses_of_president/poslanie-prezidenta-respubliki-kazahstan-nazarbaeva-narodu-kazahstana-31-yanvarya-2017-g.

2 Об утверждении Концепции развития местного самоуправления в Республике Казахстан: утв. Указом Президента Республики Казахстан 28 ноября 2012 г. № 438.

3 Закон Республики Казахстан «О местном государственном управлении и самоуправлении в Республике Казахстан»: принят 23 января 2001 г. № 148-ІІ.

4 План нации – 100 конкретных шагов по реализации пяти институциональных реформ: Программа Президента Республики Казахстан от 20 мая 2015 г.

5 Концепция проекта Бюджетного кодекса Республики Казахстан (в новой редакции): economy.gov.kz/ru/razrabotka-aktov/detail.php?ELEMENT_ID=69429.

Андатпа

Бұл мақалада негізгі үрдістер қалыптастыру және Қазақстан Республикасында жергілікті өзін-өзі басқарудың дамуын анықтайды және жариялайды. Жергілікті өзін-өзі басқаруды тиімді дамыту тұтас елдің табысты дамуына әсер етеді, себебі билік вертикалінің бұл деңгейі тікелей жергілікті халықтың маңызды әлеуметтік-экономикалық мәселелерін шешуде тұрғындармен тікелей өзара әрекеттеседі, бұл билік пен халық арасындағы сенімді қарым-қатынасты нығайтуға және тұтастай алғанда жергілікті биліктің оң имиджін қалыптастыруға ықпал етеді. Жалпы, біздің елімізде жергілікті өзін-өзі басқару жүйесі, оның қаржы-экономикалық негізі дәйекті түрде дамып келеді. Сонымен қатар, осы үдерістің алдын алу үшін шешілмейтін мәселелер әлі де бар. Жергілікті қауымдастықтың өмірлік белсенділігі мәселелерімен байланысты шешімдерді қабылдау процесіне халықтың тартылуының төмен деңгейі тек қана ақпараттық-түсіндіру жұмыстарының жеткіліксіз деңгейімен ғана емес, сонымен қатар жергілікті өзін-өзі басқаруды жүзеге асырудағы өз құқықтары мен мүмкіндіктерін түсінуге қатысты ауыл тұрғындарының құқықтық сауаттылығы жағдайымен түсіндіріледі. Жергілікті өзін-өзі басқарудың әлеуетін арттыру және жетілдіру жолдарын табу үшін жергілікті өзін-өзі басқару мәселелерін реттейтін отандық және шетелдік заңнамалық базаға талдау жүргізілді. Зерттеу нәтижесінде жергілікті өзін-өзі басқарудың қазақстандық моделін қалыптастырудың проблемалық аспектілері анықталды және оларды шешу бойынша ұсыныстар жасалды.

Тірек сөздер: жергілікті басқару, модельдер, билік, құқық, жергілікті қауымдастықтың пікірі, мәселелер.

Abstract

The article reveals the main tendencies of formation and development of local self-government in the Republic of Kazakhstan. Effective development of local self-government as a whole influences the country's prosperous development, since this level of the power vertical directly interacts with the population in solving important social and economic problems of local importance, which facilitates the establishment of trust between the authorities and the population, and, in general, the formation of a positive image of the local authorities. In general, the system of local self-government is consistently developing in our country. At the same time, there are still a number of unresolved issues that are a deterrent to this process. The low level of involvement of the population in the decision-making process related to the issues of vital activity of the local community is due not only to the insufficient level of information and explanatory work, as well as to the legal literacy of rural residents, regarding the understanding of their rights and opportunities in the implementation of local government. In order to find ways to improve and build the capacity of local self-government, an analysis of the domestic and foreign legislative framework governing local self-government issues has been conducted. As a result of the research, problematic aspects of the formation of the Kazakhstan model of local self-government were revealed and recommendations for their solution were developed.

Key words: local government, models, authorities, rights, opinion of the local community, issues.

Е.Е. ГРИДНЕВА,¹
к.э.н., профессор.
Г.Ш. КАЛИАКПАРОВА,¹
PhD, доцент.
О.С. ГУСЕВА,²
финансовый аналитик.
Академия «Кайнар».¹
ТОО «Petroleum»²

ИСЛАМСКИЕ ФИНАНСЫ: ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ ЭКОНОМИКИ КАЗАХСТАНА

Аннотация

В связи с ограниченным доступом на международные финансовые рынки и обострившейся недостаточностью собственных активов банков все более актуальным становится сценарий слияния отдельных банков в целях создания дополнительного запаса прочности в финансовом секторе. Традиционный банковский сектор, как казахстанский, так и мировой, показывает свою неспособность полностью справиться с кризисными явлениями. В связи с этим возникает необходимость разработки и развития новых моделей и форм банковской системы с учетом новых мировых требований. Назрела необходимость создания эффективной финансовой системы, связанной с реальным производственным процессом и обеспеченной реальными активами. Здесь особую роль приобретают исламские финансовые инструменты, напрямую связанные с производственным процессом и позволяющие локализовать существующие риски. Статья посвящена вопросам исламского финансирования в Казахстане как одного из альтернативных источников фондирования экономики страны в целях содействия ее диверсификации и дальнейшего экономического роста. Опираясь на исследования и данные из различных источников о Казахстане, проанализированы возможности исламских финансов применительно к экономике Казахстана. Таким образом, авторами статьи показаны новые возможности увеличения базы инвесторов в Казахстане за счет исламского финансирования и диверсификации источников фондирования, так как исламские инструменты финансирования отличаются своим многообразием и эластичностью.

Ключевые слова: банковский сектор, исламские финансы, диверсификация, экономика, конкурентные преимущества, активы, риски.

Мировой финансовый кризис и его последствия подтолкнули международное сообщество к поиску новых направлений ведения бизнеса. В современном мире возникло новое направление – исламский бизнес, отражающий совокупность норм исламского права и формирующаяся исламскую финансовую систему, которая имеет свою специфику в различных странах и определенные особенности функционирования.

Исследования современных ученых в основном касаются этики бизнеса, исламской экономики, исламской финансовой системы, исламского банковского дела, исламских финансовых институтов. В трудах российских и казахстанских ученых слабо освещены вопросы выявления спроса на исламские продукты, не разработаны конкретные рекомендации по эффективному развитию исламского финансирования. Практически не уделяется внимание исследованию системы исламского страхования в Казахстане, а также правовым препятствиям внедрения исламских финансов.

Принимая во внимание вышеизложенное, целью исследования является раскрытие основных аспектов внедрения принципов исламского финансирования в Казахстане и разработка некоторых рекомендаций для развития финансовых инструментов на отечественном рынке.

Падение цен на нефть с 113 долл. за баррель в середине 2014 г. до 27 долл. за баррель в начале 2016 г. особенно сильно отразилось на странах, чья структура экономики была недостаточно диверсифицирована и уязвима к внешним шокам. Данный кризис выявил серьезные проблемы структурного характера, пострадал не только добывающий сектор, но и все смежные отрасли, в том числе финансовый сектор и торговля. Однако меры государственного характера (выделение средств из Национального фонда на поддержку ряда отраслей, новая денежно-кредитная политика Национального банка Казахстана, нацеленная на таргетирование инфляции) способствовали тому, что удалось не допустить рецессии в экономике Казахстана. Также введе-

ние свободно плавающего обменного курса валюты частично сгладило существенные негативные явления в платежном балансе страны. «Дно» кризиса Казахстан успешно прошел в 2016 г.

Ключевой задачей на ближайшее время является стимулирование кредитования экономики, в частности, тех отраслей, которые способствовали бы диверсификации и модернизации экономики. Факторами восстановления будут государственные программы и дальнейшее снижение Национальным банком Казахстана базовой ставки.

В связи с ограниченным доступом на международные финансовые рынки и недостаточностью собственных активов банков актуальным стал сценарий слияния отдельных банков, который направлен на создание дополнительного запаса прочности в финансовом секторе.

Традиционный банковский сектор как Казахстана, так и мировой показывает свою неспособность полностью справиться с кризисными явлениями в экономике. В связи с этим возникает необходимость развития новых моделей и форм банковской системы с учетом новых вызовов в мире. Определенная устойчивость исламских финансовых организаций к мировому кризису ликвидности вызывает стремление правительств многих государств принимать меры для внедрения принципов исламского финансирования. Высокие темпы роста исламских финансов в мире позволяют прогнозировать, что доля исламских банков к 2020 г. составит 3–5% от объема активов банковской системы Казахстана и до 10% к 2025 г. против текущей доли в 0,14% [1].

Рынок исламских финансовых услуг демонстрирует высокий потенциал и возрастающий спрос на исламские финансовые продукты со стороны не только Казахстана, но и стран СНГ и Центральной Азии. Большинство светских стран работают с исламским финансированием, в их числе Великобритания, Франция, Италия, Германия, Китай, США и Япония, но внедрение финансирования по шариату на банковские рынки Запада и Азии проходит более медленными темпами.

Сопоставляя темпы становления исламского банкинга на Западе и в Казахстане, можно сделать вывод, что ритм внедрения исламского финансирования в Казахстане достаточно стремителен. В этом плане страна является локомотивом на всем пространстве СНГ. Правительством Республики Казахстан и главой государства Н.А. Назарбаевым полностью поддерживается развитие исламского финансирования в Казахстане. Следует отметить, что Казахстан получил одну из престижнейших наград в мировом сообществе, в том числе в мире исламского финансирования, – международную премию за мировое лидерство в области исламского финансирования в рамках GIFA [2].

Казахстан обладает рядом естественных и приобретенных конкурентных преимуществ, которые могут быть использованы для ускорения темпов роста экономики, повышения устойчивости экономического развития и общего уровня благосостояния населения. Казахстан занимает 9-е место в мире по размерам территории. Удачное географическое положение рядом с такими странами, как Россия и Китай, также создает транзитно-транспортное конкурентное преимущество.

Казахстан обладает значительными природными ресурсами. Доказанные запасы нефти оцениваются в 30 млрд баррелей (10-е место в мире). По запасам урана (более 800 тысяч тонн) Казахстан занимает 2-е место в мире после Австралии, а по объему его добычи – 1-е место. Накопленный потенциал в горно-металлургическом комплексе создает возможности для расширения цепочек добавленной стоимости и развития связанных с ним видов услуг.

В сфере человеческого развития сильными сторонами Казахстана является наличие значительной доли трудоспособного населения (68,9% всего населения), которая, по прогнозам ООН, сохранится в стране в долгосрочной перспективе.

Имеется значительный потенциал развития сектора услуг, доля которого в ВВП, по данным за 9 месяцев 2017 г., составила 55,8% (доля производства товаров – 37,6%, доля сельского хозяйства – 6,6%) [3] (рисунок 1, стр. 162).

В сфере услуг занято около 55% экономически активного населения.

Расширение сектора услуг в перспективе будет происходить в связи с ростом урбанизации.

В настоящее время доля городского населения в Казахстане составляет около 57% [3], что, по мировым меркам, является сравнительно низким показателем. Увеличение уровня урбаниза-

ции в долгосрочной перспективе позволит как расширить вклад сектора услуг в экономику, так и создать новые виды услуг, обеспечивающие стабильный рост числа рабочих мест.

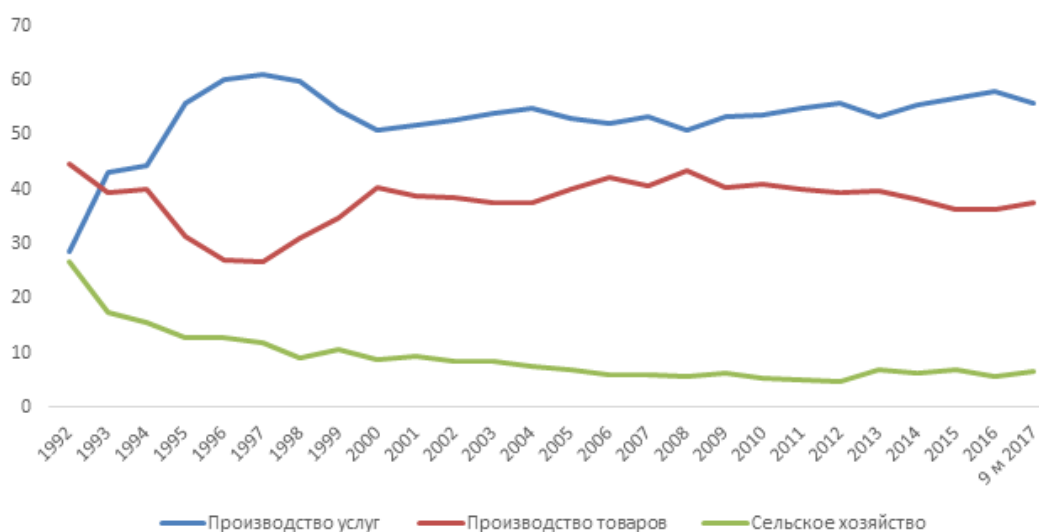


Рисунок 1 – Структура ВВП Казахстана в %

Примечание – Составлено по материалам источника [3].

По рейтингу World Bank Doing Business, Казахстан занял 35-е место из 190 стран в 2017 г. (53-е место – в 2015 г., 41-е место – в 2016 г.), улучшив результат по бизнес-регулированию на 6 пунктов по сравнению с 2016 г. Казахстан оказался в числе лидеров региона по количеству принятых реформ, нацеленных на улучшение бизнес-регулирования.

Привлечение иностранных инвестиций в экономику Казахстана стало объективно необходимым процессом. Мировой опыт многих стран свидетельствует, что приток иностранного капитала и государственное регулирование его использования оказывают положительное влияние на экономику. Инвестиции содействуют становлению и укреплению частного предпринимательства в странах со средним и низким уровнями экономического развития, мобилизуют капитал для реализации проектов, рынков ссудного капитала.

Казахстан активно привлекает прямые иностранные инвестиции в экономику страны. 37% всех инвестиций приходится на деятельность по проведению геологической разведки и изысканий. Привлекательность горнодобывающего сектора связана с заинтересованностью инвесторов в быстрой окупаемости вложенных средств, тогда как обрабатывающей промышленности свойственна длительная окупаемость с более высоким риском, существенно снижающая ее инвестиционную привлекательность.

С 2010 по 2012 гг. прямые инвестиции имели тренд на увеличение из года в год. Начиная с 2013 г. повышательный тренд сменился понижательным. Разбивка инвестиций по видам деятельности показывает, что наиболее уязвимыми в 2015 г. в разгар экономического кризиса были горнодобывающая промышленность, а также оптовая и розничная торговля вследствие низких цен на полезные ископаемые и снижения благосостояния населения республики. Среднегодовые темпы падения данных секторов составили 58% и 46% соответственно. Только в первой половине 2016 г. наметились положительные тенденции. Инвестиции в нефтяную и горнодобывающую промышленность в 2017 г. сыграли значительную роль в ускорении экономического роста. В частности, чистый приток прямых иностранных инвестиций в экономику Казахстана в первом полугодии 2017 г. составил 4,2 млрд долл. против 3,5 млрд долл. в первом полугодии 2016 г. и 1 млрд долл. в первом полугодии 2015 г. [4].

Для привлечения инвестиций Казахстан планирует сфокусироваться на нескольких наиболее привлекательных секторах экономики, исходя из их текущих и потенциальных долей в ВВП, оценки региональных конкурентных преимуществ по секторам, а также из анализа миро-

вых объемов инвестиций в данных секторах. По такой системе оценки химическая, пищевая промышленность и торговля в Казахстане должны стать целевыми секторами для инвестирования и ухода от сырьевой направленности в целях диверсификации экономики.

Наряду с сильными сторонами у Казахстана имеется ряд потенциальных ограничивающих факторов. В частности, это касается структуры экспорта. В структуре экспортных товаров традиционно преобладают минеральные продукты (68,8% от общего объема экспорта), в том числе экспорт нефти и газовый конденсат (рисунок 2). По данным Комитета по статистике, экспорт Казахстана в октябре 2017 г. вырос на 48% к соответствующему месяцу предыдущего года благодаря улучшению внешнеэкономической конъюнктуры на рынках энергоносителей [3].



Рисунок 2 – Структура казахстанского экспорта за 10 месяцев 2017 г. в %

Примечание – Составлено авторами по материалам источника [3].

На углеводороды приходится более 70% экспорта товаров во многих странах восточной части региона (Казахстан, Россия). Диверсификация как способ ухода от сырьевой направленности должна занимать одно из приоритетных направлений политики. Использование доходов от природных ресурсов для создания инфраструктуры, развития образования, а также улучшения институтов могут способствовать диверсификации. Международный опыт показывает, что уменьшение зависимости от сырьевого сектора может быть успешным в течение долгого времени, когда правительство делает адекватную приверженность времени и политическим усилиям (Индонезия, Малайзия, Мексика).

Одной из причин внедрения исламского финансирования в Казахстане является необходимость снижения зависимости от одного источника финансирования, диверсификация инвестиционных потоков, привлечение внешних долгосрочных инвестиций для реализации планов индустриального развития, а также вовлечение в экономику страны финансовых ресурсов населения, не осведомленных о наличии исламских финансовых инструментов, что, по сути, предоставляет большие возможности и нишу для развития исламского финансирования в стране.

В условиях финансового кризиса значительно снизилось доверие населения к традиционной финансовой системе. В мировой практике существует тенденция развития принципов социально ответственного инвестирования, которые предполагают не только максимизацию прибыли, но и создание пользы для общества. Это обстоятельство открывает новые возможности для исламского финансирования в Казахстане.

Текущая ситуация в Казахстане достаточно благоприятна для продолжения работы исламских финансовых институтов и предложения на рынке исламских финансовых продуктов. В Казахстане существует ряд экономических возможностей для развития исламской финансовой системы, в т.ч. реализация индустриально-инновационных и инфраструктурных проектов.

Становление исламского финансирования в Казахстане также способствует установлению экономических связей с иностранными государствами, что открывает доступ к новым рынкам, создает дополнительные возможности для инвестиций и повышает имидж Казахстана на международной арене.

По результатам проведенного анализа можно сделать вывод, что экономика Казахстана прошла «дно» кризиса, о чем свидетельствует динамика цен на нефть, возобновление притока иностранных инвестиций в экономику страны, приостановление расходования золотовалютных резервов для поддержки валютного рынка. Динамика роста экономики в 2018 г. будет лучше, чем в 2016 г. В 2019–2020 гг. среднегодовой темп роста экономики Казахстана будет находиться в пределах 3–4%.

Сильной стороной Казахстана является сохранение внутреннего политического и социального баланса в полиэтничном и межконфессиональном обществе.

Благодаря ряду естественных и приобретенных конкурентных преимуществ у Казахстана есть потенциал для ускорения темпов роста экономики, повышения устойчивости экономического развития и общего уровня благосостояния населения.

Банковский сектор является одной из важных составляющих вклада в ВВП страны. Тем не менее мировой экономический и финансовый кризис отразились на банковском секторе Казахстана и в настоящий момент он все еще находится под давлением. Огромное негативное и дестабилизирующее влияние на кредитную активность банков оказывает наличие высокого уровня неработающих кредитов. В этих условиях решение данной проблемы является одним из важнейших факторов для дальнейшего развития финансового сектора в целом. В 2017 г. Национальным банком Республики Казахстан была разработана программа поддержки финансовой устойчивости банковского сектора.

Как перед мировым банковским сектором, так и перед казахстанскими банками встает необходимость переосмысления стратегии с тем, чтобы обеспечить создание стоимости для своих акционеров на фоне последствий финансового кризиса, ужесточения регулирования и стремительных перемен в конкурентной среде.

В 2018 г. ожидается, что большинство банков Казахстана будут продолжать испытывать трудности, связанные с качеством активов, ввиду затруднений при обслуживании долга для большинства заемщиков, поскольку процесс восстановления экономической ситуации в стране будет происходить медленно.

При этом данная ситуация дает большие возможности для тех игроков, которые только хотят войти в данный рынок, в том числе и для исламских банков.

В Казахстане исламское финансирование рассматривается как один из альтернативных источников фондирования экономики страны в целях содействия ее диверсификации и дальнейшему росту.

Внедрение в Казахстане исламского финансирования дает возможности расширения спектра предоставляемых финансовых услуг, а также является инструментом привлечения в Казахстан инвестиционного капитала и крупных мировых участников исламской финансовой индустрии.

Выигрышная ситуация для исламских банков заключается в том, что имеется большой спрос на услуги исламских банков, в первую очередь со стороны мусульман. Согласно статистическим данным, более 70% населения Казахстана составляют мусульмане (около 12,5 млн человек). Согласно Концепции развития финансового сектора Казахстана до 2020 года, рынок исламского банкинга оценивается в размере не менее 3–5% от рынка традиционного банкинга к 2020 г. (766 млн тенге – 1,278 млн тенге, опираясь на текущие активы банковского сектора) и около 10% к 2025 г.

Также необходимо учитывать потенциально огромный рынок ЕврАзЭС, который, без учета Казахстана, составляет 192,3 млн человек, из них мусульман – 63,1 млн человек.

Таким образом, сложившаяся ситуация дает ряд конкурентных преимуществ:

- 1) возможность «легкого» входа из-за отсутствия сильной конкуренции на рынке исламского банкинга;
- 2) потенциально большой рынок ЕврАзЭС;
- 3) возможность быстрого увеличения клиентской и депозитной базы, т.к. доверие к существующим традиционным банкам снижено.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Омаров Т.М. Алматы – региональный хаб исламского финансирования: http://www.iep.ru/files/Gaidarovskie_chtenia/2015/baku/omarov.pdf.
- 2 Туратбеков К. Развитию исламского финансирования в РК оказывается поддержка на политическом уровне – К. Келимбетов: <http://online.zakon.kz>.
- 3 Комитет по статистике Министерства национальной экономики Республики Казахстан: <http://stat.gov.kz>.
- 4 Национальный банк Республики Казахстан: <http://www.nationalbank.kz>.

Аңдатпа

Халықаралық қаржы нарықтарына қолжетімділіктің шектеулі болуына және банктердің меншікті активтерінің жетіспеушілігінің күшеюіне байланысты, жеке банктердің бірігуі құбылысы өзекті болып, қаржы секторында қосымша қауіпсіздік қорын құруға бағытталған болады. Әлемнің, соның ішінде Қазақстанның да, дәстүрлі банк секторы өзінің дағдарыс құбылыстарымен толықтай күресуге қабілетсіз екенін көрсетеді. Осыған байланысты жаңа әлемдік талаптарды ескере отырып, банк жүйесінің жаңа үлгілері мен нысандарын құру және дамыту қажет. Нақты өндірістік үрдіспен және нақты активтермен қамтамасыз етілген тиімді қаржы жүйесін құру қажеттілігі туындады. Мұнда өндіріс процесіне тікелей қатысы бар және бар тәуекелдерді жергіліктендіруге мүмкіндік беретін исламдық қаржы құралдары ерекше рөл атқарады. Мақала Қазақстандағы исламдық қаржыландыру мәселелеріне арналып, оны әртараптандыруға және одан әрі экономикалық өсуге жәрдемдесу мақсатында елдің экономикасына қор құюдың баламалы көздерінің бірі ретінде қарастырылады. Қазақстан туралы әртүрлі дереккөздерден алынған зерттеулер мен мәліметтерге негізделіп, Қазақстан экономикасы үшін исламдық қаржы мүмкіндіктері талданды. Осылайша, мақаланың авторлары исламдық қаржыландыруды және қаржыландыру көздерін әртараптандырудың арқасында Қазақстандағы инвесторлық базаны ұлғайтудың жаңа мүмкіндіктерін көрсетті, өйткені исламдық қаржыландыру құралдары әртүрлілігімен және серпімділігімен ерекшеленеді.

Тірек сөздер: банк секторы, исламдық қаржы, әртараптандыру, экономика, бәсекелестік артықшылық, активтер, қауіп-қатерлер.

Abstract

Due to limited access to international financial markets and the increased insufficiency of banks' own assets, the merger scenario of individual banks is becoming more relevant, and will be aimed at creating an additional margin of safety in the financial sector. The traditional banking sector, both Kazakhstan and the world, show their inability to cope fully with crisis phenomena. In this regard, there is a need to develop new models and forms of the banking system, taking into account the new world requirements. There is a need to create an effective financial system related to the real production process and provided with real assets. A special role is played by Islamic financial instruments, directly related to the production process and allowing localizing existing risks. The article is devoted to the issues of Islamic finance in Kazakhstan as one of the alternative sources of funding the country's economy in order to promote its diversification and further economic growth. Based on research and data from various sources about Kazakhstan, the possibilities of Islamic finance for the economy of Kazakhstan were analyzed. Thus, the authors of the article show new opportunities for increasing the investor base in Kazakhstan due to Islamic financing and diversification of funding sources, since Islamic financing instruments are distinguished by their diversity and elasticity.

Key words: banking sector, Islamic finance, diversification, economics, competitive advantages, assets, risks.

А.А. КОРЖЕНГУЛОВА,¹

к.э.н, доцент.

Б.Ж. УТЕЕВ,²

PhD, доцент.

Е.Н. НЕСИПБЕКОВ,³

PhD.

Алматинская академия

экономики и статистики.¹

Университет международного бизнеса.²

Казахский национальный педагогический

университет им. Абая³

СОВРЕМЕННАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ДОЛГОСРОЧНЫХ АКТИВОВ

Аннотация

Долгосрочные активы обеспечивают работу предприятия, техническое оснащение, с помощью которого происходит изготовление продукции и реализация отдельных работ. Во время хозяйственного процесса стоимость долгосрочных активов в связи с постоянным использованием изменяется, это влияет на затраты производства, финансовую прибыль и конкурентоспособность предприятия. Для принятия заинтересованными лицами адекватных решений относительно инвестирования в долгосрочные материальные активы и оценки потенциальных экономических выгод существенное значение имеет информация о состоянии активов, источниках финансирования капитальных вложений, затратах и финансовых результатах по операциям с долгосрочными материальными активами. Однако существующая в настоящее время система показателей бухгалтерского учета не позволяет получать информацию о долгосрочных материальных активах в объеме и виде, необходимом для принятия обоснованных управленческих решений. Необходимость приведения системы бухгалтерского учета долгосрочных материальных активов в соответствие с современными условиями рыночной экономики и требованиями гармонизации бухгалтерского учета на международном уровне, недостаточная разработанность теоретических и практических аспектов бухгалтерского учета долгосрочных материальных активов свидетельствует об актуальности исследуемой проблемы. На основе анализа классификации нематериальных активов и основных средств автором разработана классификация активов предприятия. Предложено применение классификатора на различных уровнях агрегирования.

Ключевые слова: долгосрочные активы, классификация, предприятие, прибыль, конкурентоспособность, бухгалтерский учет.

Долгосрочные активы – это средства, которые используются в течение более чем одного отчетного периода, приобретаются с целью использования в хозяйственной деятельности и не предназначены для продажи в течение года.

Долгосрочные активы приобретаются для длительного использования на предприятии. С течением времени они существенно не меняются и лишь изредка превращаются в денежные средства в течение срока работы предприятия.

Текущие активы, как правило, включают денежные средства, счета заказчиков и товарные запасы, которые будут превращены в денежные средства в течение операционного цикла предприятия; они могут постоянно меняться.

Под ликвидностью подразумевается легкость, с которой активы могут быть преобразованы в денежную наличность; поэтому текущие активы более ликвидны, чем долгосрочные.

Текущие активы, которые можно наиболее быстро преобразовать в денежные средства, известны как высоколиквидные активы.

Долгосрочные активы – это активы, которые содержатся на балансе более одного операционного цикла и не могут быть быстро конвертированы в денежную форму. Долгосрочные активы приобретаются для их эксплуатации в процессе работы предприятия, они не предназначены для дальнейшей перепродажи [1, с. 18].

Долгосрочные активы обеспечивают работу предприятия, техническое оснащение, с помощью которого происходит изготовление продукции и реализация отдельных работ. Во время хозяйственного процесса стоимость долгосрочных активов в связи с постоянным использованием, постоянно изменяется, это влияет на затраты производства, финансовую прибыль и конкурентоспособность предприятия. В ходе деятельности объемы прибыли и стоимость постоянного имущества дифференцируются в зависимости от сферы деятельности организации и вида управления.

Долгосрочные активы подразделяются на:

- ◆ материальные (основные средства и незавершенное капитальное строительство);
- ◆ нематериальные;
- ◆ прочие долгосрочные активы;
- ◆ долгосрочную дебиторскую задолженность (срок погашения больше года) [2, с. 57].

Отразим классификацию долгосрочных активов (рисунок 1).

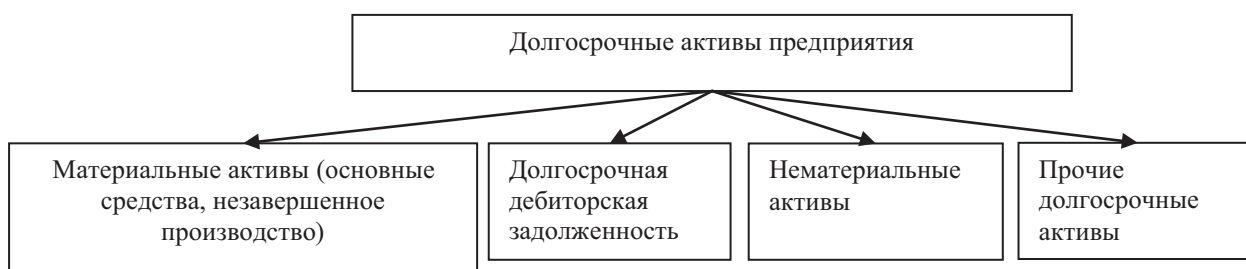


Рисунок 1 – Классификация долгосрочных активов предприятия

Для простоты некоторые компании группируют инвестиции, нематериальные активы и другие разнородные активы в строке «прочие активы».

Долгосрочные активы, используемые в процессе хозяйственной деятельности предприятия, относятся к группе активов «недвижимость, здания и оборудование». Они представляют собой место для осуществления деятельности (земля и здания) и оборудование для производства, продажи, доставки и сервисного обслуживания продукции компании. По этой причине данные активы также называются операционными активами, или иногда основными средствами, материальными активами, долгосрочными или производственными активами. Амортизация долгосрочных активов за прошлые годы учитываются на счете «Накопленная амортизация». Точный порядок перечисления недвижимости, зданий и оборудования в балансе не везде одинаков. На практике счета часто объединяют, чтобы финансовая отчетность была не такой загроможденной.

Нематериальные активы относятся к категории долгосрочных активов. Нематериальные активы – это активы, не имеющие натурально-физической формы, но наделенные «неосязаемой ценностью» и в силу этого приносящие субъекту дополнительный доход в течение длительного времени или постоянно. Кроме того, нематериальные активы должны обладать способностью отчуждения. К нематериальным активам относят товарные знаки (знаки обслуживания), зарегистрированные места происхождения товаров, гудвилл («цена фирмы»), «ноу-хау», патенты и промышленные образцы, лицензии, интеллектуальная собственность и организационные затраты, права на пользование природными ресурсами, программное обеспечение ЭВМ и другие.

Под нематериальными активами понимают объекты долгосрочного пользования (свыше 1 года), не имеющие материально-вещественного содержания, но имеющие стоимостную оценку и приносящие доход.

Нематериальные активы можно разделить на четыре группы:

- ◆ 1 группа – нематериальные активы, связанные с производством;
- ◆ 2 группа – нематериальные активы, связанные с коммерческой деятельностью;
- ◆ 3 группа – нематериальные активы, связанные с правом пользования;
- ◆ 4 группа – прочие нематериальные активы.

В бухгалтерском учете и отчетности к нематериальным активам относят права, возникающие:

- ♦ из авторских и иных договоров на произведения науки, литературы, искусства и объекты смежных прав, на программы для ЭВМ, базы данных и др.;
- ♦ из патентов на изобретения, промышленные образцы, селекционные достижения;
- ♦ из свидетельств на полезные модели, товарные знаки и знаки обслуживания или лицензионных договоров на их использование;
- ♦ из прав на «ноу-хау» и др. [3, с. 311].

Долгосрочные активы группируются по аналогии, связанной с видом и способом использования организацией. В настоящее время Министерство индустрии торговли РК классифицирует долгосрочные активы промышленности по следующим основным группам.

Министерством индустрии и торговли Республики Казахстан разработан ГК РК 12-2009 «Классификатор основных фондов».

Впервые «Классификатор основных фондов» РК введен в обращение 01.07.2006 г., а утвержден и введен в действие приказом Комитета по техническому регулированию и метрологии Министерства индустрии и торговли Республики Казахстан № 150 от 4 мая 2005 г.

Мы приводим «Классификатор основных фондов» ГК-РК 12-2015, который введен в действие 01.01.2015 г [4].

Данный классификатор включает два раздела – материальные основные фонды (основные средства) и нематериальные основные фонды (нематериальные активы). Каждый раздел классифицируется в соответствии с требованиями.

Применение классификатора возможно на различных уровнях агрегирования:

- ♦ на уровне отдельных субъектов экономической деятельности;
- ♦ на уровне групп субъектов;
- ♦ на уровне всей экономики.

Классификатор основных фондов Республики Казахстан обеспечивает информационную поддержку решения следующих задач:

- ♦ проведения работ по оценке объемов, состава и состояния основных фондов;
- ♦ реализации комплекса учетных функций по основным фондам в рамках работ по государственной статистике;
- ♦ осуществления международных сопоставлений по структуре и состоянию основных фондов;
- ♦ расчета экономических показателей, включая фондоемкость, фондовооруженность, фондоотдачу и другие;
- ♦ расчета рекомендательных нормативов проведения капитальных ремонтов основных фондов.

Основными фондами являются произведенные активы, используемые неоднократно или постоянно в течение длительного периода, но не менее одного года, для производства товаров, оказания рыночных и нерыночных услуг. Основные фонды состоят из материальных и нематериальных основных фондов.

Использование классификатора для учета основных фондов позволяет разрабатывать важнейшие макроэкономические статистические показатели в соответствии с требованиями.

При пользовании классификатором целесообразно проверить действие ссылочных классификаторов по ежегодно издаваемому информационному указателю «Нормативные документы по стандартизации» по состоянию на текущий год и соответствующим ежемесячно издаваемым информационным указателям, опубликованным в 2009 г.

Земельные участки и здания, приобретаемые не для использования самим субъектом, а с целью вложения финансов на длительный период времени, отражаются как финансовые инвестиции. Наличие у субъекта основных средств не означает их постоянного с момента приобретения использования, т.к. основные средства могут находиться на складе как резерв, могут быть законсервированы в установленном порядке или сданы в аренду.

В момент признания материальных и нематериальных активов как объектов основных средств необходимым условием является единый подход к оценке.

К группе долгосрочных материальных активов также относятся незавершенное капитальное строительство и прочие долгосрочные активы.

Прочие долгосрочные активы делятся на:

- ♦ долгосрочные инвестиции;
- ♦ долгосрочную дебиторскую задолженность (срок погашения более года);
- ♦ расходы будущих периодов (срок погашения более года).

Классификацию прочих долгосрочных активов представим в виде рисунка 2.

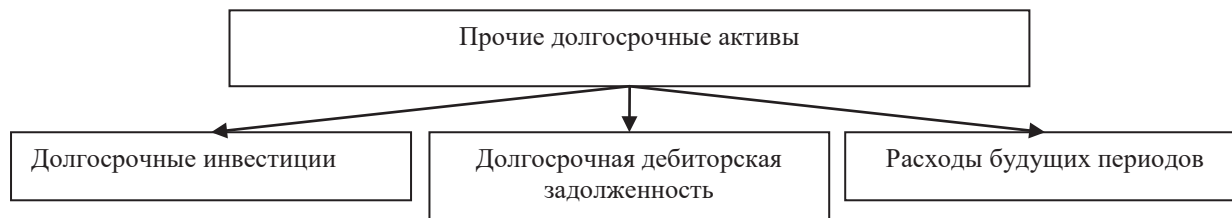


Рисунок 2 – Классификация прочих долгосрочных активов [5, с. 74]

Долгосрочные инвестиции – это инвестиции активов в дочерние товарищества, в зависимые юридические организации, в совместно контролируемые юридические лица и прочие инвестиции с указанием текущей стоимости, если она отличается от их балансовой стоимости.

Долгосрочная дебиторская задолженность – это счета к получению, векселя полученные, дебиторская задолженность, возникшая между основными хозяйственными товариществами и его дочерними товариществами в результате внутрихозяйственных операций и др.

Единица (объект) долгосрочных материальных активов признается как актив, когда:

- ♦ существует обоснованная уверенность, что в результате его использования предприятие получит экономическую выгоду (прибыль);
- ♦ стоимость актива может быть оценена с большой степенью достоверности [6].

Если эти два условия не могут быть удовлетворены, актив рассматривается как расход отчетного периода.

Долгосрочные материальные активы составляют значительную часть всех активов предприятия, поэтому очень важно, как эти активы будут представлены в финансовом положении предприятия. Предприятие должно определить, что представляют собой осуществляемые капитальные вложения по приобретению или созданию какого-либо объекта актив или расход. Это может оказать существенное влияние на величину результатов деятельности предприятия.

Если предприятие определяет, что объект материальных активов отвечает требованиям первого критерия признания, то необходимо обосновать степень достоверности получения будущей экономической выгоды (прибыли) на основе имеющихся данных в момент первоначального признания. При наличии достаточных аргументов в получении экономической выгоды от использования актива предприятие гарантирует себе, что оно получит эту выгоду и может его приобретать. Если предприятие не уверено в получении экономической выгоды в результате совершения операции по приобретению актива, подобная операция может быть отменена без значительных потерь. В этом случае нет оснований признания актива.

Условия второго критерия признания обычно легко удовлетворяются в операции обмена (купли) актива, в которой и определяется его первоначальная стоимость. Если актив создан самим предприятием без привлечения другой стороны, то первоначальная стоимость может быть достоверно измерена совокупностью затрат по приобретению материалов, рабочей силы, других ресурсов, используемых при строительстве, монтаже, установке.

Долгосрочные активы или группы на выбытие классифицируются как «предназначенные для продажи», если их балансовая стоимость будет возмещена в большей степени через торговую операцию, чем через дальнейшее ее использование [7].

Приобретенный предприятием актив может включать несколько составных элементов с различными сроками их полезного функционирования. В этом случае каждый составной элемент учитывается отдельно, износ необходимо начислять также отдельно.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Салина А.П. Принципы бухгалтерского учета: учеб. пособие. – Алматы: Экономика, 2003. – 370 с.
- 2 Попова Л.А. Бухгалтерский учет: финансовый аспект: учеб. пособие. – Караганда, 2009. – 257 с.
- 3 Радостовец В.К. Финансовый и управленческий учет на предприятии. – Алматы: НАН «Центр-аудит», 2007. – С. 311.
- 4 Абдыкалыков Т.А. Учет и аудит: учеб. пособие. – Алматы: Издательство Казахского национального университета им. аль-Фараби, 2005. – С. 254.
- 5 Классификатор основных средств в Республике Казахстан: <http://salykvko.gov.kz>.
- 6 Нидлз Б., Грей С. Финансовый учет: глобальный подход. – Изд. 2-е. – Бишкек: Прагма, 2009. – С. 674.
- 7 МСФО 5 «Долгосрочные активы, предназначенные для продажи, и прекращенная деятельность»: <http://www.grossbuh.kz>.

Андапта

Ұзақ мерзімді активтер кәсіпорынның жұмысын, техникалық жабдықталуын қамтамасыз етеді, оның көмегімен өнімдерді дайындау және жекелеген жұмыстар жүзеге асырылады. Шаруашылық үдеріс кезінде ұзақ мерзімді активтердің тұрақты пайдаланылуына байланысты құны өзгереді, бұл өндіріс шығындарына, қаржылық пайдаға және кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігіне әсер етеді. Мүдделі тұлғалар ұзақ мерзімді материалдық активтерді инвестициялауда және әлеуетті экономикалық пайдаларды бағалау туралы тиісті шешім қабылдауда ұзақ мерзімді материалдық активтермен операциялар бойынша активтердің жай-күйі, күрделі салымдарды қаржыландыру көздері, шығындар және қаржылық нәтижелер туралы ақпараттың үлкен маңызы бар. Дегенмен, ағымдағы бухгалтерлік көрсеткіштер жүйесі дәлелді басқарушылық шешімдері қабылдау үшін қажетті ұзақ мерзімді материалдық активтер туралы көлем мен түрінде ақпарат алуға мүмкіндік бермейді. Ұзақ мерзімді материалдық активтердің бухгалтерлік есеп жүйесін қазіргі заманғы нарықтық экономика шарттарына және халықаралық деңгейде бухгалтерлік есепті үйлестіру талаптарына сәйкес келтіруі, ұзақ мерзімді материалдық активтерді есепке алудың теориялық және практикалық аспектілерінің жеткіліксіз дамуы зерттелетін мәселенің өзектілігін көрсетеді. Материалдық емес активтер мен негізгі құралдардың жіктелуін талдау негізінде автор кәсіпорын активтерінің жіктелуін әзірледі. Жіктеуішті агрегацияның әр түрлі деңгейлерінде қолдану ұсынылды.

Тірек сөздер: ұзақ мерзімді активтер, жіктеу, кәсіпорын, пайда, бәсекеге қабілеттілік, бухгалтерлік есеп.

Abstract

Long term assets ensure proper functioning of the business and its equipment, by the means of which goods are produced and services are rendered. During the operating activity the value of long term assets changes on a constant basis that affects the company's expenditures, financial profit and competitiveness. The value of the company's long term assets and the sources of capital expenditures as well as expenses and financial results on long term assets transactions play an essential role for potential investors and shareholders to make and adequate investment decision and to assess potential economic benefits. However the existing accounting indicators does not allow to obtain information about long-term tangible assets to make proper management decisions. The necessity of stating the accounting system of long term tangible assets in compliance with market economy conditions and international accounting standards, and the insufficient development of theoretical and practical aspects of accounting for long-term tangible assets depict the relevance of the problem under study. Based on the analysis of classification of intangible assets and fixed assets, the author developed a classification of the company's assets. The application of the classifier at various levels of aggregation is suggested.

Key words: long-term assets, classification, enterprise, profit, competitiveness, accounting.

С.А. МОМЫНОВА,¹

к.э.н., доцент.

Н.П. СОХАТСКАЯ,¹

к.э.н., доцент.

Алматы Менеджмент Университет¹

БАНКОВСКИЙ МАРКЕТИНГ В КАЗАХСТАНЕ

Аннотация

Одной из приоритетных задач повышения конкурентоспособности современного банка становится развитие банковского менеджмента и маркетинга. Это меняет вектор отношений между банком и его клиентами в сторону усиления роли последних. Наиболее актуальными в настоящее время представляются методы управления банковским маркетингом. Они позволяют проводить более полный анализ банковского рынка и его отдельных сегментов, а также предлагать и реализовывать новые банковские продукты. Комплекс банковского маркетинга, особенно разработка стратегии выхода кредитных организаций на розничный рынок, должен формироваться с учетом потребностей современного потребителя. Сейчас принято рассматривать маркетинг как проявление креатива, который выделяет фирму из всех остальных, ведь наиболее эффективна та деятельность, которая разрабатывалась непосредственно, учитывая все условия внутренней среды компании и внешних условий. На сегодняшний день развитие маркетинговых концепций на казахстанских рынках может быть определено как процесс движения от сбытовой ориентации в сторону ориентации на потребителя. Анализ функционирования маркетинговой деятельности, проводимый казахстанскими компаниями, наглядно показал, что поддержание стимулирования сбыта считается наиболее важным аспектом в маркетинге, в то время как для изучения потребностей потребителей уделяется значительно меньшее время.

Ключевые слова: банковский маркетинг, методы управления, рынок, совершенствование, банковские продукты, услуги, анализ, потребности.

В современных условиях развития экономики Республики Казахстан состояние казахстанского банковского сектора и сферы кредитных отношений как наиболее пострадавшей от кризиса, девальвации национальной валюты требует разработки новых методов управления, позволяющих преодолеть отрицательные тенденции в развитии банковского рынка.

В данных условиях хозяйствования коммерческие банки подвержены сильной конкуренции со стороны небанковских кредитных и финансовых организаций и, как следствие, вынуждены выполнять несвойственные им услуги (консультационные, страховые, юридические, посреднические и т.д.). В целом современные коммерческие банки выходят на новый уровень, проявляют универсальность, укрупняются через слияние и поглощение [1].

Наиболее актуальными в настоящее время представляются методы управления банковским маркетингом. Они позволяют проводить более полный анализ банковского рынка и его отдельных сегментов, а также предлагать и реализовывать новые банковские продукты. Комплекс банковского маркетинга, особенно разработка стратегии выхода кредитных организаций на розничный рынок, должен формироваться с учетом потребностей современного потребителя.

В то же время, несмотря на существенную активизацию исследований в области отдельных вопросов банковского маркетинга, современная методология разработки методов управления маркетинговой деятельностью в коммерческом банке находится в стадии формирования [2].

В экономике Казахстана в 2016 г. началась рецессия, за которой стоял умеренный рост в 2017 г. Упомянутые сложности проявляются по всем направлениям деятельности банков второго уровня. Например, за 2015 г. отмечено падение кредитования по банковской системе на уровне 2%, притом что за 2014 г. этот показатель вырос на 5%. Падение объемов кредитования повлекло за собой в том числе рост невозвратных кредитов (NPL). Стремительное сокращение общего объема NPL по всем банкам второго уровня с 24% до 10% к началу 2016 г. произошло лишь «на бумаге» за счет прекращения действия лицензии Банка ТуранАлем и списания кредитов. Давление на неработающие кредиты в сторону их повышения, вероятно, усилилось в 2016 г. и будет частично компенсировано реструктуризацией [3].

Дефицит тенге, который наблюдался в конце минувшего года, в настоящее время ликвидирован, кредитование подает первые слабые признаки роста. Сейчас присутствует даже избыток

тенге. На это повлияло, помимо прочего, снижение 5 мая Национальным банком базовой ставки до 15% с коридором ± 1 процентный пункт.

Как отмечает Fitch Ratings, квазигосударственные структуры остаются основным источником фондирования банков второго уровня – на них приходится около трети всех обязательств сектора. Крупнейшими из этих структур остаются предприятия «Самрук-Казына» – 11,4% от обязательств сектора, ЕНПФ – 9,4%, «Байтерек» – 4,7%, «КазАгро» – 2,8%, Фонд проблемных кредитов – 1,1%, Нацбанк – 1%. Основным источником фондирования банков второго уровня остается внутренний рынок: западные деньги дороги и осложнены валютными рисками. Поэтому отечественные банки спешно форсируют свою розницу и направления работы с малым и средним бизнесом. Например, Казкоммерцбанк объявил об основных направлениях своего развития на среднесрочную перспективу. В числе прочего говорится о смещении фокуса с корпоративных клиентов в сторону развития розницы и поддержки малого и среднего бизнеса, в том числе за счет развития регионального бизнеса. На первый план выходят трансформация клиентского сервиса: скорость, простота, технологии [4].

Конкуренция в банковском секторе высока, так как сократилось количество компаний с приемлемым уровнем риска. В связи с глобальной ситуацией на финансовом рынке единственным источником относительно дешевого фондирования являются государственные программы поддержки предпринимательства.

Процесс развития рыночных отношений в Республике Казахстан сопровождался усиленной конкуренцией между внутренней и внешней средой рынка и хозяйствующими субъектами, что объясняло необходимость в непрерывном развитии и совершенствовании маркетинговой деятельности на предприятиях. В связи с такими условиями возник отдельный интерес к проявлению маркетинга в стране. Этого же требовали потребности выхода страны из экономического кризиса и достижение поставленных темпов высоких показателей экономического роста, поскольку именно маркетинг, по практике зарубежных предприятий, оказался главным инструментарием развития бизнеса в современных рыночных условиях, которые являются основополагающими факторами урегулирования равновесных и устойчивых отношений между субъектами рынка.

На сегодняшний день в Казахстане проходит процесс реализации индустриально-инновационной политики, четко определены задачи по достижению устойчивости всех отраслей экономики, повышения ее инфраструктуры и повышения показателей образования и здравоохранения. Реализация данных проектов полностью и во всем зависит от развития маркетинга в стране на всех ступенях управления рыночным хозяйством, что объясняет необходимость развития маркетинга в РК.

Также существуют и своеобразные проблемы, которые являются барьером, тормозящим развитие маркетинговой деятельности. Одной из наиболее актуальных проблем является неправильная организация маркетинговой деятельности на предприятии. Стоит отметить, что большее количество казахстанских бизнесменов нацелены именно на краткосрочные результаты продаж, тем самым ставя маркетинговую деятельность на вторую роль.

Недопонимание важности маркетинга в деятельности предприятия на сегодняшний день является актуальной темой для обсуждения. Основная проблема заключается в недооценке руководителями необходимости построения грамотного маркетингового отдела, а в некоторых случаях – и вовсе отказа от него в целях экономии. Это объясняется низкой информационной базой предпринимателей. Казахские предприятия все больше сталкиваются с неопределенной и непредсказуемой макросредой, которая обуславливается высокой конкуренцией и особыми требованиями условий рынка.

Что касается барьеров, тормозящих развитие отечественного маркетинга, то можно наблюдать, как потребитель с его вкусовыми предпочтениями и привычками все больше и больше остается за пределами внимания маркетологов предприятия; они очень редко проводят маркетинговые исследования, данные которых имеют некачественный и неточный характер.

Также одной из главных проблем маркетинга на предприятиях является полное отсутствие у руководителей понимания о задачах и основных функциях маркетингового подразделения, т.е. определение будущего успеха компании без участия маркетинга. Стоит отметить, что основным фундаментом стратегии большинства фирм – это именно маркетинговая рыночная стратегия компании. Под нее разрабатываются и формируются финансовые и организационно-

кадровые производственные планы реализации. Именно по этим причинам очень важно, чтобы руководители предприятия были четко проинформированы и заинтересованы в деятельности отдела маркетинга. Помощь в предоставлении такой информации должны оказывать лишь те консультанты, которые полностью владеют необходимыми знаниями в этой отрасли.

В основном проблемы на предприятиях начинаются, когда маркетологи выполняют не свойственные им по должности функции и задачи. В отечественной практике довольно редко встречаются примеры, когда именно маркетологи принимают участие в создании и реализации нового товара и анализе перспектив деятельности предприятия. Проблемы, встречающиеся наиболее часто, и являются глобальными – проблемы стратегии маркетинга фирм, т.е. полное отсутствие представления о целях и задачах маркетингового отдела, что означает отсутствие его участия в будущем успехе предприятия.

Причины неэффективного применения маркетинга, как правило, заключаются в структурных проблемах предприятия, и выглядят следующим образом:

- ♦ стратификация подразделений предприятия. Для эффективности производительности функционирования любой фирмы требуется полная интеграция всех подразделений внутри компании, которая должна отличаться слаженностью и оперативностью;

- ♦ функциональное несоответствие структуры фирмы и ее стратегии. Как правило, структура маркетингового отдела должна полностью соответствовать стратегии предприятия.

- ♦ Но серьезнейшей и трудной проблемой можно назвать и внутреннее взаимодействие, а именно коммуникационные барьеры:

- ♦ отсутствие контроля над управлением информационных источников и потоков, так как эффективное функционирование службы маркетинга требует хорошо выстроенных информационных источников и потоков, прежде всего внутри самой компании;

- ♦ состояние внутреннего процесса коммуникации и позиционирования внутри фирмы, как было сказано выше, интеграция всех подразделений предприятия является основным постулатом для успешного достижения поставленных целей;

- ♦ правильные и профессиональные отношения с руководством компании. Отдел маркетинга и руководитель компании должны состоять в особых отношениях и уметь полностью сочетать требования руководства и предложения маркетинговой службы.

На сегодняшний день развитие маркетинговых концепций на казахстанских рынках может быть определено как процесс движения от сбытовой ориентации в сторону ориентации на потребителя. Анализ функционирования маркетинговой деятельности, проводимый казахстанскими компаниями, наглядно показал, что поддержание стимулирования сбыта считается наиболее важным аспектом в маркетинге, в то время как для изучения потребностей потребителей уделяется мало времени.

Если рассматривать перспективы развития маркетинга с организационной точки зрения, то в ближайшем будущем в Республике Казахстан он тесно будет взаимодействовать с организацией отделов и служб маркетинга. Это будет способствовать уменьшению риска и сокращению сроков принятия и исполнения непрофессиональных решений в вопросах маркетинга. Появление специализированных отделов должно находиться в тесной взаимосвязи с усилившейся интеграцией функции маркетинга с другими функциями.

Если брать тенденции развития маркетинга, то на сегодняшний день предприниматели все больше вкладывают сил и средств для максимальной эффективности маркетинговых служб, все больше осознавая первостепенную его роль. Это явление можно отнести к положительным предпосылкам дальнейшего развития маркетинга в Республике Казахстан. В недавнее время многие товарные рынки объясняли увеличение объема продаж следствием повышения спроса на товар, не подозревая, что основным инструментом повышения спроса является именно маркетинг. На современном этапе развития сформировался такой класс маркетологов, который выделяет должное количество финансовых средств и свободное поведение с брендами, но их подходы и опыт не приносят никаких результатов при изменении условий ведения предпринимательской деятельности.

Уже сейчас на уровне владельцев бизнеса и на уровне маркетологов становится понятно, что маркетинг – это не просто реклама, а стратегия, которая предполагает четкий анализ рынка

и его исследования с полным расчетом всевозможных рисков, что говорит о выходе Казахстана на новый уровень.

Также можно наблюдать значительное увеличение роли PR-деятельности, хотя опять же не все современные предприниматели представляют основные функции данного инструмента.

Среди положительных аспектов роли современных маркетологов можно заметить, что они стремятся улучшить информированность и понятия потребителей, а также повысить их лояльность к товарам.

Что касается преуспевающих компаний, то они в большей степени ориентированы не только на прибыльность, но и на создание условий для удовлетворения потребностей потребителей.

Для того чтобы маркетинг получил широкое развитие в пределах отечественных предприятий, необходимо осознавать в первую очередь, что это не только технология, которая способствует повышению спроса на товар или услуги, это специфическая философия каждого предприятия. Сейчас принято рассматривать маркетинг как проявление креатива, который выделяет фирму из всех остальных, ведь наиболее эффективна та деятельность, которая разрабатывалась непосредственно, учитывая все условия внутренней среды компании и внешние условия.

Из основной тенденции нельзя не заметить значительный прорыв интернет-маркетинга, посредством которого привлекается большое число потребителей. К тому же интернет-маркетинг позволяет ускорить процесс накопления статистических данных, которые также играют немаловажную роль.

Из наиболее заметных тенденций в рекламе можно отметить возрастающую роль интернета, международной экспансии, нового комплекса маркетинга. По мнению экспертов, начиная с 2007 г. доля мировых расходов на телерекламу будет последовательно уменьшаться в пользу рекламы в интернете. Это происходит потому, что население (главным образом молодежь) все больше отдает предпочтение нетрадиционным видам медиа.

Теперь рассмотрим перспективы развития маркетинга в банковской сфере. В своей маркетинговой деятельности банки должны ориентироваться на мировые тенденции и своевременно вносить изменения в маркетинговую политику и стратегию.

В последнее время многие западные специалисты и эксперты указывают на настоятельную необходимость повышения стратегической и организационной роли банковского маркетинга, который базируется на эффективном использовании новой информационной технологии. В основе современного банковского маркетинга лежит стратегия максимального удовлетворения потребностей клиентов, которая, в свою очередь, приводит к существенному повышению рентабельности деятельности банков.

До сих пор, однако, во многих розничных банках действуют факторы, ограничивающие эффективность маркетинга. Недостатки нынешней структуры банка проявляются на всех уровнях:

- ♦ дирекция маркетинга и другие подразделения маркетинговой службы банка, как правило, структурированы по отдельным типам банковских продуктов, по которым и разрабатываются планы маркетинга, часто не скоординированные с соответствующими планами по другим банковским продуктам, хотя все эти планы могут быть ориентированы на одни и те же группы клиентов;

- ♦ многочисленные сети распределения и сбыта банковских продуктов и услуг (отделения, агентства, системы подписки и др.) часто преследуют конкурирующие между собой коммерческие цели;

- ♦ каждый отдел банка, непосредственно контактирующий с клиентами, концентрирует усилия на своих операциях и контроле над «своими» издержками, не координируя деятельность с другими подразделениями.

Особенности планирования международной маркетинговой деятельности:

- ♦ планирование в маркетинге становится непрерывным циклическим процессом;
- ♦ в маркетинге используется принцип скользящего планирования, предусматривающий текущую последовательную корректировку прогрессирующих показателей;

- ♦ маркетинговые программы являются весьма гибким инструментом регулирования, чутко реагирующим на меняющиеся условия внешней и внутренней среды.

Стремительное развитие конкуренции на рынке банковских услуг способствует улучшению качества обслуживания клиентов и предложению новых услуг, а также ускоряет переход от традиционного способа ведения бизнеса к клиентоориентированному или маркетингоориентированному. Процесс преобразования банковских рынков сбыта в рынки покупателя и ориентация на потребности потребителей приводят казахстанские банки к необходимости изменения идеологии и организации банковского управления, в том числе системы управления маркетингом.

Специфика предлагаемых банком продуктов вытекает, с одной стороны, из их принадлежности к сфере услуг, с другой стороны, из особенностей банковской деятельности, которые состоят в ориентации всей системы управления в банке на процессы, происходящие в кредитно-финансовой сфере.

Подходы к концептуализации маркетинга банковских услуг признают необходимость дополнительных стратегий или контролируемых факторов для управления маркетингом банка, а также подчеркивают необходимость внимания к персоналу, материальной среде обслуживания и процессу обслуживания.

Внедрение маркетинга в банковскую деятельность не может ограничиваться лишь активизацией рыночной политики и использованием отдельных элементов комплекса маркетинга, оно должно влиять на изменение образа мышления банковских работников и изменение всей банковской структуры.

Совершенствование системы управления маркетингом в коммерческих банках также обусловлено необходимостью быстрой адаптации к нестабильной экономической ситуации в стране, в частности, на финансовом рынке, к появлению новых видов банковских рисков, таких, как репутационный, риск качества управления и другие. Концепция маркетингоориентированной банковской организации исходит из того, что вопросы сбыта услуг имеют приоритет над вопросами их производства, и служба маркетинга выдвигается в банке на первый план, осуществляя координацию деятельности остальных подразделений.

Перспективы развития казахстанских банков определяются его потенциалом и состоянием рынка банковских услуг, который характеризуется следующими тенденциями:

- ◆ благоприятные прогнозы относительно роста экономики;
- ◆ значительный потенциал развития банковской системы в связи с тем, что она является ядром отечественного финансового рынка;
- ◆ высокий уровень концентрации;
- ◆ ужесточение конкуренции на региональных рынках банковских услуг, обусловленной возобновлением экспансии со стороны иностранных и крупных частных банков.

Не во всех банках существуют специальные службы маркетинга, в то время как в крупных банках существуют целые маркетинговые отделы, которые целенаправленно решают маркетинговые задачи. Но эта ситуация меняется в лучшую сторону, сейчас большинство банков не только имеют в своей структуре отдел маркетинга, но и руководители приходят к пониманию того, насколько важным становится маркетинг в условиях возрастающей конкуренции. К маркетингу начинают подходить как к стратегическому направлению в развитии бизнеса, а значит, и статус маркетолога, и уровень решаемых им задач возрастают.

Для развития банков в условиях конкурентной борьбы в сфере кредитно-финансовых отношений необходимо:

- ◆ повышение качества обслуживания клиентов банка;
- ◆ более активная работа с высшими учебными заведениями с целью привлечения молодых перспективных кадров;
- ◆ проведение активных рекламных кампаний.

Если первоначально маркетинг ограничивался главным образом рамками реализации производственной банковской продукции и услуг, то ныне он превратился в теорию и практику управления всей производственно-сбытовой деятельностью банков. Современный банковский маркетинг предполагает не только решение относительной пассивной задачи детального и тщательного изучения требований клиентуры к услугам, но и адаптацию к ним этих услуг, а также решение активной задачи по формированию и стимулированию спроса на различные банковские услуги в целях увеличения объемов реализации, повышения их эффективности и общей прибыльности предпринимательской деятельности банка.

Особое место в банковском маркетинге занимает public relations – система мероприятий, направленных на обеспечение взаимопонимания, взаимной доброжелательности банка и публики. Все более важное значение сейчас в Казахстане приобретает реклама, цель которой прежде всего – привлечь внимание потенциальных клиентов к банку, его возможностям, предоставляемым услугам, подчеркнуть весь спектр их положительных черт. Реклама, занимая особое место в коммуникационной политике, призвана решать наиболее сложную задачу – перенести качество предоставляемых банком услуг, а также предлагаемых в этой области идей на язык нужд и запросов клиента. Также важно отметить, что сейчас казахстанские банки начали проходить процессы слияния, что приведет к тому, что на рынке останутся всего несколько крупных коммерческих банков. Это приведет к жесткой борьбе за клиентов, и в данном случае роль маркетинга в банковской сфере усилится еще больше.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Мокропуло А.А. Совершенствование системы менеджмента коммерческого банка на основе модели конкурентоспособности // Научный вестник Южного института менеджмента. – 2015. – № 1.
- 2 Абдильманова Ш.Р. Банковский маркетинг. – Семипалатинск, 2001.
- 3 Панюкова В.В., Ашба А.М. Исследование направлений развития банковского маркетинга в России и за рубежом // Российское предпринимательство. – 2014. – № 22(268). – С. 206–211.
- 4 Рейтинг банков по активам: <https://www.banker.kz/>.

Аңдатпа

Қазіргі заманғы банктің бәсекеге қабілеттілігін арттырудың басты міндеттерінің бірі банк менеджменті мен маркетингін дамыту болып табылады. Бұл банк пен оның клиенттері арасындағы қарым-қатынастар векторын соңғы рөлін күшейту бағытына өзгертеді. Қазіргі уақытта ең маңыздысы банк маркетингін басқару әдісі болып табылады. Олар банк нарығын және оның жеке сегменттерін толығырақ сараптауға, сондай-ақ жаңа банк өнімдерін ұсынуға және енгізуге мүмкіндік береді. Банк маркетингінің кешені, әсіресе, бөлшек сауда нарығында кредиттік институттардың пайда болу стратегиясын әзірлеу қазіргі тұтынушының қажеттіліктерін ескере отырып қалыптастырылуы тиіс. Енді маркетинг – компанияны барлық басқа адамдардан ерекшеленетін шығармашылық көрініс ретінде қарастырылады, себебі ең тиімдісі – компанияның ішкі ортасының және сыртқы жағдайларының барлық жағдайларын ескере отырып, тікелей дамыған. Қазіргі уақытта қазақстандық нарықтардағы маркетингтік тұжырымдамалардың дамуы тұтынушылық бағдарға қарай сату үрдісінен көшу үдерісі ретінде анықталуы мүмкін. Қазақстандық компаниялар жүргізген маркетингтік қызметтің жұмысын талдауда сатуға ынталандыруға қолдау көрсету маркетингтің маңызды аспектілері болып саналатындығын, ал тұтынушылардың қажеттіліктерін зерттеуге көп уақыт жұмсалатындығын көрсетті.

Тірек сөздер: банктік маркетинг, басқару әдістері, нарық, жетілдіру, банктік өнімдер, қызметтер, талдау, тұтынушылықтар.

Abstract

One of the priority tasks of increasing the competitiveness of a modern bank is the development of banking management and marketing, which changes the vector of relations between the bank and its clients in the direction of strengthening the role of the latter. The most relevant at the present time are methods of managing banking marketing. They allow more complete analysis of the banking market and its individual segments, as well as offering and implementing new banking products. The complex of bank marketing, especially the development of a strategy for the emergence of credit institutions on the retail market, should be formed taking into account the needs of the modern consumer. Now marketing is considered as a manifestation of creativity, which distinguishes the company from all others, because the most effective is the one that was developed directly, taking into account all the conditions of the company's internal environment and external conditions. To date, the development of marketing concepts in Kazakhstan's markets can be defined as the process of moving from a sales orientation towards consumer orientation. The analysis of the functioning of marketing activities conducted by Kazakh companies has clearly shown that maintaining sales promotion is considered to be the most important aspects in marketing, while much time is spent for studying the needs of consumers.

Key words: bank marketing, management methods, market, improvement, bank products, services, analysis, needs.

КӘСІПОРЫННЫҢ ҚАРЖЫЛЫҚ ЖАҒДАЙЫН БАҒАЛАУ ӘДІСТЕМЕСІ

Аңдатпа

Мақалада кәсіпорынның қаржылық жағдайын бағалау әдістемесі қарастырылған. Кәсіпорынның қаржылық жағдайын бағалау үшін қаржылық талдаудың арнайы әдістерін қолдануға болады. Уақыт бойынша (көлденен) талдау әдісі есеп берудегі әрбір ұстанған жолды алдыңғы кезеңмен салыстыру болып табылады және ол қаржылық есеп берудің түрлі баптарының абсолютті және салыстырмалы динамикасын бағалауға мүмкіндік береді. Құрылымдық (тігінен) талдау әдісі дегеніміз есеп берудің әрбір ұстанған жолының жалпы нәтижеге ықпалын айқындай отырып, қорытынды көрсеткіштердің құрылымын анықтау және оның өзі активтердің құрылымдық өзгерістерін, сондай-ақ оларды жабудың көздерін бағалауға мүмкіндік береді. Баланстың экономикалық оқылуы бойынша қорытындылар алдын ала жасалады, ол жинақтық сипаттамаға ие және одан әріде өтімділік, төлем қабілетін және қаржылық тұрақтылықты талдау кезеңдерінде растау мен нақтылауды талап етеді. Баланс өтімділігі онда көрсетілген активтердің өтімділігі бойынша анықталады. Активтің өтімділігі деп оның ақша қаражаттарына айналу мүмкіндігі түсініледі. Өтімділік дәрежесі активтің ақша қаражатына айналуының жүзеге асуы мүмкін болатын уақыт кезеңінің ұзақтығымен анықталады. Егер өтімділік коэффициенттерінің нақты мәні теориялық рұқсат етілген деңгейлерінен аз болса, онда фирма төлемге қабілетсіз ретінде бағаланады және онымен мәмілелер айрықша әуекелділікпен жасалуы мүмкін.

Тірек сөздер: контроллинг, әдіс, өтімділік, қаржы, баланс, актив, міндетеме, капитал, қаржылық жағдай, есеп.

Кәсіпорынның қаржылық жағдайы өзінің қаржылық ресурстарының бар болуын, орналасуын және пайдаланылуын көрсететін көрсеткіштер жиынтығын көрсетеді.

Кәсіпорынның қаржылық жағдайын бағалау үшін қаржылық талдаудың арнайы әдістерін қолдануға болады.

Уақыт бойынша (көлденен) талдау әдісі есеп берудегі әрбір ұстанған жолды алдыңғы кезеңмен салыстыру болып табылады және ол қаржылық есеп берудің түрлі баптарының абсолютті және салыстырмалы динамикасын бағалауға мүмкіндік береді.

Құрылымдық (тігінен) талдау әдісі дегеніміз – есеп берудің әрбір ұстанған жолының жалпы нәтижеге ықпалын айқындай отырып, қорытынды көрсеткіштердің құрылымын анықтау және оның өзі активтердің құрылымдық өзгерістерін, сондай-ақ оларды жабудың көздерін бағалауға мүмкіндік береді.

Қаржылық коэффициенттер әдісі көрсеткіштердің өзара байланысын анықтау үшін есеп берудің салыстырмалы мәліметтерін есептеуді көздейді. Мысалға, өтімділік, төлем қабілеттілігі, қаржылық тұрақтылық және басқа коэффициенттердің есептелуі мүмкін [1].

Қаржылық жағдайды бағалау өзіне баланс өтімділігін, кәсіпорынның төлем қабілеттілігін және оның қаржылық тұрақтылығын талдауды қамтиды. Алайда, баланстың экономикалық оқылуы алдын ала қарастырылады.

Баланстың экономикалық оқылуы келесі талаптардың орындалуын тексеруге мүмкіндік береді:

- ◆ меншікті капитал сомасы ұзақ мерзімді активтер құнынан асып тұруы керек;
- ◆ ағымдағы (қысқа) активтер сомасы міндеттемелер сомасынан жоғары болуы керек;
- ◆ шығындар табыстардан (кірістер) аспауы керек.

Баланстың экономикалық оқылуы бойынша қорытындылар алдын ала жасалады, ол жинақтық сипаттамаға ие және одан әріде өтімділік, төлем қабілетін және қаржылық тұрақтылықты талдау кезеңдерінде растау мен нақтылауды талап етеді.

Баланс өтімділігі онда көрсетілген активтердің өтімділігі бойынша анықталады. Активтің өтімділігі деп оның ақша қаражаттарына айналу мүмкіндігі түсініледі. Өтімділік дәрежесі ак-

тивтің ақша қаражатына айналуының жүзеге асуы мүмкін болатын уақыт кезеңінің ұзақтығымен анықталады.

Баланс өтімділігін талдау негізін активтерді жіктеу және қаржыландыру көздерін жіктеу құрайды. Бұл кезде активтер олардың өтімділік дәрежесі бойынша, ал қаржыландыру көздері төлемнің жеделдік дәрежесі бойынша жіктелінеді.

Баланс активтері төрт топқа жіктеледі.

1. Ең өтімді активтері (ЕӨА).
2. Тез өткізілетін активтер (ТӨА).
3. Баяу өткізілетін активтер (БӨА).
4. Қиын өткізілетін активтер (ҚӨА).

Ең өтімді активтер тобына ақша қаражаттары, қысқа мерзімді инвестициялар жатады. Тез өткізілетін активтер тобына қысқа мерзімді дебиторлық берешек, ағымдағы салықтық активтер, басқа қысқа мерзімді активтер жатады. Баяу өткізілетін активтер тобына қорларды және сатуға арналған ұзақ мерзімді активтердің барлығын жатқызады. Қиын өткізілетін активтер тобына барлық ұзақ мерзімді активтер жатады.

Сондай-ақ активтерді қаржыландыру көздері, яғни баланс пассивтері төрт топқа жіктелінеді.

1. Тез төленуге тиіс міндеттемелер (ТТТМ).
2. Қысқа мерзімді міндеттемелер (ҚММ).
3. Ұзақ мерзімді міндеттемелер (ҰММ).
4. Тұрақты пассивтер (ТП).

Тез төленуге тиіс міндеттемелер (ТТТМ) тобына салықтар бойынша міндеттемелер, басқадай міндетті және ерікті төлемдер бойынша міндеттемелер, қысқа мерзімді кредиторлық берешек, қысқа мерзімді бағалау бойынша міндеттемелер жатады. Қысқа мерзімді міндеттемелер тобына қысқа мерзімді қаржылық міндеттемелер, басқа қысқа мерзімді міндеттемелер қосылады. Ұзақ мерзімді міндеттемелер тобына баланста көрсетілген барлық ұзақ мерзімді міндеттемелер кіреді. Тұрақты пассивтер тобына шығарылған капитал, эмиссиялық табыс, сатып алынған өзінің меншікті үлестік құралдары, қорлар, бөлінбеген пайда (жабылмаған шығын), аз үлестіктер жатқызылады.

Баланс өтімділігін анықтау үшін активтердің жіктелінетін топтарының қорытынды жиынын қаржыландыру көздерімен салыстыру жүргізіледі.

Баланс өтімділігінің келесі шарттары орындалса баланс өтімді деп саналады, егер:

- 1) $E\text{ӨА} > T\text{ТТМ}$
- 2) $T\text{ӨА} > Q\text{ММ}$
- 3) $B\text{ӨА} > Y\text{ММ}$
- 4) $Q\text{ӨА} < T\text{П}$

Ұйымның төлем қабілеттілігі дегеніміз – өзінің барлық берешектік міндеттемелерін уақытылы және толық көлемде орындау қабілеттілігі.

Төлем қабілеттілігін бағалау үшін өтімділік коэффициенттері есептеледі, олардың нақты шамалары теориялық мүмкін деңгейлерімен (ТМД) салыстырылады. Төлем қабілеттілігін есептеу әдістемесі пайдаланушылардың қайсысының зерттеу жүргізгеніне байланысты болады.

Жабдықтаушылар тұрғысынан ұйымның төлемқабілеттілігі абсолюттік өтімділік коэффициенті (абсолютті жабу) бойынша бағаланады:

$$\text{Кабс. өтім.} = E\text{ӨА} / T\text{ТТМ} \quad (1)$$

Теориялық рұқсат етілген деңгей (0,2–0,25) шектерінде.

Банкирлер ұйымның төлемқабілетін аралық өтімділік коэффициенті (аралық жабу) бойынша бағалайды:

$$K \text{ арал. өтім.} = E\text{ӨА} + T\text{ӨА} / T\text{ТТМ} + Q\text{ММ} \quad (2)$$

Теориялық рұқсат етілген деңгейі (0,6–0,7) шектерінде.

Акционерлер және инвесторлар ұйымның төлем қабілеттілігін талдау үшін жалпы өтімді коэффициентін (жалпы жабу) есептейді:

$$K \text{ жалпы өтім.} = E\Theta A + 0,5x T\Theta A + 0,3x B\Theta A / TTTM + 0,5x \quad (3)$$

$$QMM + 0,3x YMM$$

Теориялық рұқсат етілген деңгейі (1,0–2,0) шектерінде.

Өтімділік коэффициенттерінің нақты мәндерін олардың теориялық рұқсат етілген деңгейлерімен салыстырған кезде ауытқулар анықталады, олар бойынша келесі қорытындылар жасалады [2]:

Егер өтімділік коэффициенттерінің нақты мәні теориялық рұқсат етілген деңгейлерінен аз болса, онда фирма төлемге қабілетсіз ретінде бағаланады және онымен мәмілелер айрықша тәуекелділікпен жасалуы мүмкін;

Егер өтімді коэффициенттерінің нақты мәні теориялық рұқсат етілген деңгейлердің шеңберінде орналасса, онда фирма төлемге қабілетті болып саналады, және онымен мәміле айрықша тәуекелділіксіз-ақ жасалуы мүмкін;

Егер өтімді коэффициенттерінің нақты мәндері теориялық рұқсат етілген деңгейлері шекарасынан асса, онда фирма тек төлемге қабілетті ретінде ғана емес, сонымен қатар шекарадан асық дәрежесіне қарай инвестициялық тартымды ретінде қабылдануы мүмкін, және онымен келісім-шарттар минималды тәуекелмен жасалады. Алайда, айтарлықтай арту орын алған жағдайда, басқарушылардың және меншік иелерінің іскерлік белсенділігінің жеткіліксіз деңгейі туралы қорытынды жасайды.

Қаржылық тұрақтылықты талдау меншікті және тартылған қаржылық ресурстар арасындағы түрлі нұсқадағы қатынасқа негізделген.

Талдау үрдісінде қаржылық коэффициенттер есептеледі, олардың көптеген санының ішінде, іс жүзінде, әдетте, төрт негізгісі пайдаланылады.

Қаржылық тәуелсіздік коэффициенті:

$$K \text{ қарж. тәуелсіздік} = MK / M\dot{K} \quad (4)$$

Коэффициент мәні 0,5 төмен болмауы тиіс.

Қаржыландыру коэффициенті

$$K \text{ қарж.} = MK / TK \quad (5)$$

Коэффициент мәні 1,0 аспауы тиіс

Қаржылық тұрақтылық коэффициенті:

$$K \text{ қарж. тұрақ.} = MK + YMBH / BKQ \quad (6)$$

Оның мәні жоғары болған сайын, кәсіпорынның қаржылық жағдайы тұрақты болады.

Қысқа мерзімді активтерді меншікті көздерден қаржыландырумен қамтамасыз етілу коэффициенті:

$$K \text{ қамт. Ету} = MK + YMBH - YMA / QMA \quad (7)$$

Коэффициент мәні 0,6-дан 0,8 шеңберінде орналасуы керек.

Мұнда: $M\dot{K}$ – кәсіпорынның барлық активтер құны бойынша анықталатын мүлік құны;

MK – меншікті капитал;

TK – тартылған капитал;

$QMBH$ – ұзақ мерзімді банк несиесі;

QMA – ұзақ мерзімді активтер;

KMA – қысқа мерзімді активтер;

BKQ – қаржыландыру барлық көздерінің құны.

Қаржылық тұрақтылықты бағалау үшін қолданылатын салыстырмалы көрсеткіштермен (СК) қатар, абсолютті көрсеткіштер де қолданылуы мүмкін, олар қаржыландыру көздерінің артықтарды немесе жетіспеуін сипаттайды. Бұл кезде өндірістік қорларды қаржыландыру көздері (ӨҚҚК) мен өндірістік қорлар (ӨҚ) құны арасындағы қатынас негіз болып табылады:

$$СК = \Theta ҚҚК / \Theta Қ \quad (8)$$

Өндірістік қорлардың қалыптасу көздерін қарастыра отырып, келесіні ерекшелейді. Меншікті айналымдылық капитал (МАК):

$$МАК = МК - \Upsilon МА \quad (9)$$

Меншікті айналымдылық капитал және ұзақ мерзімді тартылған көздер(ҰМТК):

$$МАК және \Upsilon МТК = МАК + \Upsilon МТК \quad (10)$$

Өзіне меншікті айналымдылық капитал мен ұзақ мерзімді тартылған көздерді де, қысқа мерзімді несиелер (ҚМН) мен қарыздарды да қамтитын қаржыландырудың негізгі көздері (НҚК):

$$НҚК = МАК және \Upsilon МТК + ҚМН \quad (11)$$

Өндірістік қорлардың көлемін олардың қалыптасу көздерімен салыстыра отырып, осы көздердің артықтығы немесе кемдігі және кәсіпорынның қаржылық тұрақтылығының типі анықталады.

1. Абсолютті қаржылық тұрақтылық келесі кезінде орын алады:

$$МАК > \Theta Қ \quad (12)$$

2. Қалыпты қаржылық тұрақтылық келесі жағдайда орын алуы мүмкін:

$$МАК < \Theta Қ < НҚК \quad (13)$$

3. Тұрақсыз қаржылық жағдай мына кезде орын алады:

$$МАК < \Theta Қ > НҚК \quad (14)$$

4. Мерзімінде несиелері жабылмаған әрі мерзімінен өтіп кеткен несиелік қарызы бар, сондықтан банк несиелерін қосымша тарту мүмкіндігі жоқ, қаржылық ахуалы жағдайында кәсіпорында сындарлы (дағдарыстық) қаржылық тығырықтық қиындық пайда болады [3].

Сынды (дағдарыстық) қаржылық жағдай тұрақсыз қаржылық жағдай кезінде, мерзімінде өтелмеген несиелері мен уақыты өткізілген кредиторлық берешекпен кәсіпорын қосымша банктік несиелерді тартуға мүмкіндігі жоқ кезде орын.

ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

- 1 Иванюк Т.Н. Практикум по анализу деятельности предприятия. – Алматы: Университет «Туран», 2014.
- 2 Пласкова Н.С. Анализ финансовой отчетности, составленной по МСФО. – М.: ИНФРА-М, 2017.
- 3 Иванюк Т.Н., Оразалинова М.С., Уалжанова А.К. Кәсіпкерлік қызметті талдау бойынша практикум. – Алматы: «Туран» университеті, 2017.

Аннотация

В статье рассмотрена методика оценки финансового состояния предприятия. Для оценки финансового состояния предприятия можно использовать специальные методы финансового анализа. Метод временного (горизонтального) анализа представляет собой сравнение каждой позиции отчетности с предыдущим периодом и позволяет оценить абсолютную и относительную динамику различных статей финансовой отчетности. Метод структурного (вертикального) анализа состоит в определении структуры итоговых показателей с вы-

явлением влияния каждой позиции отчетности на результат в целом и позволяет оценить структурные изменения активов и источников их покрытия. Выводы по экономическому чтению баланса являются предварительными, носят обобщенный характер и в дальнейшем требуют подтверждения и конкретизации на этапах анализа ликвидности, платежеспособности и финансовой устойчивости. Ликвидность баланса определяется по ликвидности активов, отраженных в нем. Под ликвидностью актива понимают его способность трансформироваться в денежные средства. Степень ликвидности определяется продолжительностью периода времени, в течение которого может быть осуществлена трансформация актива в денежные средства. Если фактическое значение коэффициентов ликвидности меньше теоретически допустимого уровня, то фирма оценивается как неплатежеспособная и заключение сделок с ней является крайне рискованным.

Ключевые слова: контроллинг, метод, ликвидность, финансы, баланс, актив, обязательства, капитал, финансовое состояние, учет.

Abstract

The article discusses the methodology of enterprise financial state assessment. For the assessment of the financial state of enterprise it is possible to use the special methods of financial analysis. The method of temporal (horizontal) analysis in fact is comparing of every position of accounting to the previous period and allows to estimate the absolute and relative dynamics of different reasons of the financial reporting. The method of structural (vertical) analysis consists of determination of structure of total scores with the exposure of influence of every position of accounting on a result on the whole and allows to estimate the structural changes of assets and sources of their coverage. Conclusions on the economic reading of balance are preliminary, they carry the generalized character and in the future require confirmation and specification on the stages of analysis of liquidity, solvency and financial stability. Liquidity of balance is determined on liquidity of the assets reflected in it. Under liquidity of asset its ability to be transformed in monetary resources is understood. The degree of liquidity is determined by duration period of time during which transformation of asset can be carried out in monetary resources. If actual value of liquidity ratios less than theoretically allowed level, then a firm is estimated as insolvent, and a conclusion of transactions with it is extremely risky.

Key words: controlling, method, liquidity, finances, balance, asset, obligations, capital, financial state, account.

М.Т. ЖОЛАМАНОВА,¹
к.э.н., и.о. профессора.
А.К. ШАЙХУТДИНОВА,²
к.э.н., доцент.
Казахский национальный
университет им. аль-Фараби.¹
Университет «Туран»²

ФИНАНСОВАЯ ПОДДЕРЖКА АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА КАЗАХСТАНА

Аннотация

В современных условиях возрастает необходимость решения проблем в одной из приоритетных отраслей экономики страны – сельском хозяйстве посредством повышения роли и обеспечения доступности кредита для сельхозпроизводителей, совершенствования условий кредитования, повышения эффективности деятельности денежно-кредитных институтов, осуществляющих кредитование предприятий аграрной отрасли, а также развития форм их поддержки. В Казахстане государство уделяет большое внимание поддержке аграрного сектора путем предоставления субсидий, кредитования. Нельзя не отметить роль национального холдинга «КазАгро». Деятельность холдинга охватывает вопросы реализации государственной политики в сфере продовольственного обеспечения, кредитования, страхования сельхозпредприятий, развития рынков сельхозпродукции и развития села. Но в настоящее время производимая в отрасли продукция не отличается конкурентоспособностью по сравнению с зарубежными аналогами; уровень производительности труда и материально-техническая база предприятий зачастую не отвечают современным требованиям, что обуславливает необходимость совершенствования государственной поддержки кредитования, развития инфраструктуры кредитного рынка, совершенствования условий кредитования. В статье определены роль и значение финансовой поддержки сельского хозяйства и участие в этом государства, коммерческих банков и национального холдинга «КазАгро».

Ключевые слова: экономика, кредитование, коммерческие банки, агропромышленный комплекс, сельское хозяйство, государство, финансовая поддержка.

За последние десять лет с целью подъема экономики села были приняты отраслевые и государственные программы по поддержке и развитию агропромышленного комплекса и села, на что было выделено достаточно финансовых ресурсов. Помимо этого, в целях улучшения концепции системы общегосударственной поддержки отрасли в 2006 г. был создан Национальный холдинг «КазАгро», в состав которого входят АО «Аграрная кредитная корпорация», АО «Каз-агромаркетинг», АО «КазАгроФинанс», АО «КазАгроГарант», АО «Национальная компания «Продовольственная контрактная корпорация», АО «Фонд финансовой поддержки сельского хозяйства», АО «Мал онімдері корпорациясы».

Работа холдинга включает вопросы осуществления общегосударственной деятельности в области предоставления продовольственного обеспечения, кредитования, страхования сельхозпредприятий, развития села, формирования рынков сельхозпродукции и т.д. [1].

В 2016 г. в портфеле холдинга находилось 527 проектов стоимостью 318,6 млрд тенге, из них введено в эксплуатацию 457 (87%) проектов стоимостью 263 млрд тенге. Из введенных 245 проектов достигли проектной мощности 70% и более.

Таблица 1 – Операционные показатели

Показатели	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Кредитный портфель холдинга, млн тенге	238 884	269 801	340 963	404 267	487 778
Количество заемщиков КазАгро, тыс.	Н/д	43,8	52,3	62,8	49

Продолжение таблицы 1

Количество клиентов (пользователи всех услуг группы компаний холдинга), тыс.	156,7	175,5	101,3	130,7	132,6
Объем кредитования по холдингу, млн тенге	114 340,4	135 406,3	171 709,7	181 206,5	203 829,3
В т.ч. кредитование субъектов МСБ, млн тенге	110 195,4	131 283,3	156 212,1	158 462,8	177 713,1
Доля МСБ в общем объеме кредитования, млн тенге	96,4%	97,0%	91,0%	87,4%	87,2%
Примечание – Источник: официальные данные НУХ «КазАгро» [2].					

За последние пять лет кредитный портфель холдинга «КазАгро» значительно увеличился – до 487 778 млн тенге. Количество заемщиков холдинга колеблется на уровне 50 тысяч. Объем кредитования по холдингу на 2016 г. достиг 203 829,3 млн тенге. Доля малого и среднего бизнеса в общем объеме кредитования составила 87,2%, понизившись на 10% в период 2012–2016 гг.

Таблица 2 – Финансовые показатели (млн тенге)

Показатели	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Активы	526 131	548 140	694 828	946 108	1 107 276
Собственный капитал	288 021	297 565	314 975	344 164	289 445
Доходы	90 994	101 602	87 569	116 144	143 130
Чистый доход/убыток	4 075	2 284	1 685	6 114	–98 882
ROA	0,01	0,00	0,00	0,01	–0,10
ROE	0,02	0,01	0,01	0,02	–0,31
ЕБИТДА	10 362,9	18 489,1	11 170,0	28 846,6	51 381,8
Коэффициент текущей ликвидности	6,8	6,65	6,07	3,34	7,33
Примечание – Источник: официальные данные НУХ «КазАгро» [2].					

Холдингом, согласно условиям кредитного договора, ежегодно производится полное и своевременное погашение основного долга и суммы вознаграждения по бюджетному кредиту в республиканский бюджет.

Холдингом преимущественно финансируются приоритетные направления АПК (животноводство, мясомолочное скотоводство, овощеводство, строительство инфраструктуры хранения зерна и плодовоощеводство, переработка сельхозпродукции, рыбоводство и т.д.), которые предусмотрены в мастер-планах МСХ по развитию отраслей.

В целом в 2016 г. на поддержку АПК направлено 317 млрд тенге, из которых 65 млрд тенге пришлось на финансовое оздоровление и 203,8 млрд тенге – на кредитование и лизинг.

Объемы кредитования холдингом в 2016 г. выросли на 12% и составили 203,8 млрд тенге. На кредитование малого и среднего бизнеса в 2016 г. направлено 177,7 млрд тенге (87% от общего объема кредитования), на 12% больше уровня 2015 г. (158,5 млрд тенге).

За период 2012–2016 гг. в структуре кредитного портфеля холдинга доля краткосрочных кредитов уменьшилась с 17,8% до 0,3%, соответственно, увеличилась доля долгосрочных кредитов с 82,2% до 99,7%.

Значительная доля кредитов в виде долгосрочных займов направляется на инвестиционные цели, что объясняется необходимостью модернизации и капитального переоснащения фондов.

Потребность в длинных деньгах в секторе АПК объясняется относительно большим сроком окупаемости проектов, необходимостью установления кредитующими ДАО холдинга льготного периода, низких процентных ставок.

Инвестиционные проекты в своей перспективе нацелены на насыщение внутреннего рынка и развитие экспортного потенциала отечественной продукции АПК.

К примеру, за 2016 г. предприятиями, профинансированными группой компаний КазАгро, экспортировано продукции на сумму около 70 млн долл. США без учета производителей зерна и масличных культур, осуществивших посевные и уборочные работы за счет займов КазАгро.

Доля холдинга в ссудном портфеле сельского хозяйства по итогам 2016 г. составила 43% (488 млрд тенге).

Реальная доля средств холдинга в ссудном портфеле БВУ составляет в сумме 323 млрд тенге из 653,6 млрд тенге для сельского хозяйства, что составляет около 70% средств, выданных по программе финансового оздоровления.

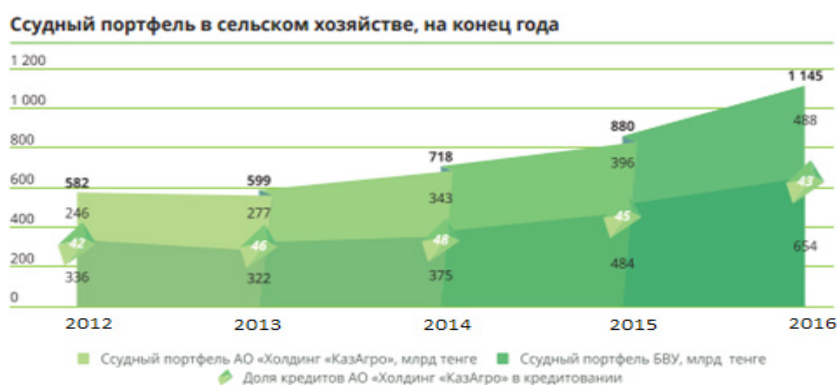


Рисунок 1 – Ссудный портфель в сельском хозяйстве [3]

Количество выданных субъектам кредитов в 2016 г. составило 15,5 тыс. кредитов (19 тыс. кредитов за 2015 г.). Кредитные ресурсы холдинга позволили обеспечить занятостью 29 тыс. человек, в т.ч. создать 5,9 тыс. новых рабочих мест.

Средневзвешенная ставка вознаграждения по займам дочерних компаний холдинга на конец 2016 г. составила 8,4%.

Для сравнения: средний размер ставки по займам БВУ в сфере сельского кредитования в 2016 г., по данным статистического бюллетеня Национального банка Республики Казахстан, составил 10,1% (по краткосрочным займам – 13,1%, по долгосрочным – 9,1%).



Рисунок 2 – Объемы кредитования сельского хозяйства по годам, млрд тенге [2]

В 2015 г. фондирование со стороны холдинга выданных БВУ кредитов составило 44,4 млрд тенге из общего объема кредитования сельского хозяйства 178 млрд тенге.

Одним из инструментов косвенного кредитования субъектов АПК является фондирование кредитных товариществ через дочернюю компанию холдинга АО «Аграрная кредитная корпорация», которая осуществляет кредитование своих участников. По состоянию на 1 января 2016 г. функционирует 174 кредитных товарищества в 13 областях Казахстана.

В состав кредитных товариществ входят 11,9 тыс. участников, что составляет около 6% от общего количества действующих крестьянских (фермерских) хозяйств, которым принадлежит около 5% используемой в Казахстане площади и 7% от общего поголовья.

С 2001 по 2016 гг. холдингом выдано кредитным товариществам займов на общую сумму 162 млрд тенге, в т.ч. в 2016 г. – на 20,1 млрд тенге.

Для сельского населения важным источником финансирования являются микрокредиты, выдаваемые дочерней компанией холдинга АО «Фонд финансовой поддержки сельского хозяйства» и микрофинансовыми организациями.

С 2005 по 2016 гг. выданы микрокредиты через программы «Сельский микрокредит», «Дорожная карта занятости–2020» на сумму более 99 млрд тенге посредством фондирования МФО.

В 2016 г. по программам микрокредитования выдано 8 230 микрокредитов на 25,6 млрд тенге (10 тыс. микрокредитов на 27,7 млрд тенге – в 2015 г.).

Доля АО «Фонд финансовой поддержки сельского хозяйства» на рынке сельского микрокредитования составила 94%. Продолжается работа по стимулированию объединений мелких сельхозтоваропроизводителей для ведения совместного производства. В целом свыше 1,5 тыс. сельхозформирований и 3 тыс. личных подворий объединены в 147 сельских потребительских кооперативов, которые получили льготные кредиты на сумму более 12 млрд тенге.

В 2016 г. профинансированы 3 объединения с охватом 804 СХТП на сумму 69,4 млн тенге (10 объединений (1243 СХТП) на сумму 263,6 млн тенге – в 2015 г.).

Снижение отдельных показателей кредитования субъектов АПК обусловлено постепенным переходом от прямого кредитования к кредитованию через финансовые институты.

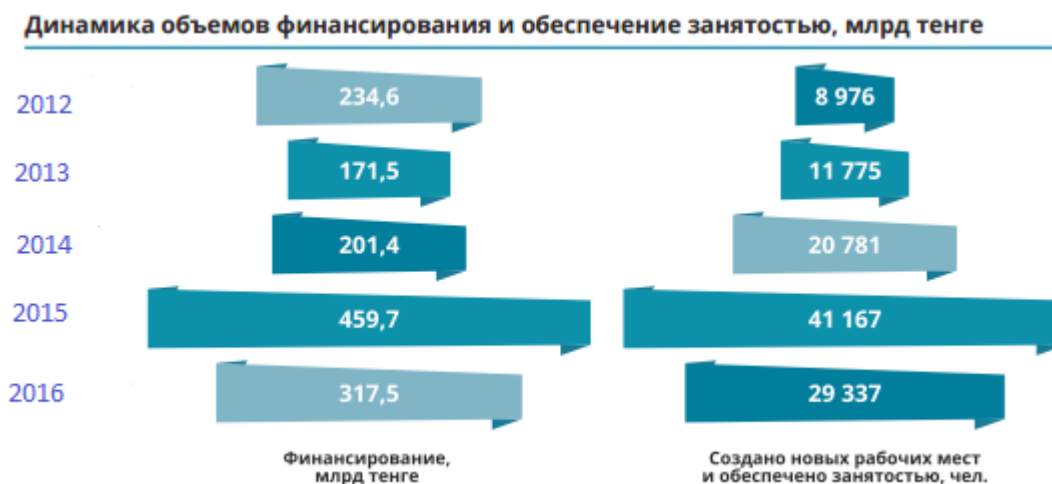


Рисунок 3 – Динамика объемов финансирования и обеспечение занятостью, млрд тенге [2]

В 2016 г. в инвестиционном портфеле холдинга «КазАгро» находилось 527 инвестиционных проектов общей стоимостью 318,6 млрд тенге, из них за счет средств, заимствованных из Национального фонда, холдингом одобрено к финансированию 216 инвестиционных проектов общей стоимостью 200 млрд тенге. Профинансированные холдингом инвестпроекты совокупно производят продукции ежегодно на 430 млрд тенге и обеспечивают поступление налогов на уровне 17 млрд тенге в год [4].

Приоритетной задачей КазАгро на 2014–2016 гг. являлось осуществление роли финансового агента в соответствии с программой «Агробизнес–2020» по программе финансового оздоровления субъектов АПК. Предоставлены средства фондирования 11-ти финансовым институтам в размере 333,1 млрд тенге с охватом 214 субъектов АПК. Источником фондирования финансовых институтов являются привлеченные холдингом в 2014–2015 гг. средства на международных рынках капитала путем выпуска еврооблигаций в размере 1 млрд долларов США и 600 млн евро. Реализация программы финансового оздоровления позволила сохранить 15 тыс.

рабочих мест, сохранить в обороте 4,5 млн га пашенных земель, снизить кредитную нагрузку СХТП.

Холдингом впервые начата практическая реализация программы фондирования финансовых институтов для последующего финансирования сельхозтоваропроизводителей. По итогам 2016 г. холдингом профинансировано 8 финансовых институтов (АО «Цеснабанк», АО «Delta Bank», АО «Евразийский Банк», АО «АТФ Банк», АО «Казкоммерцбанк», АО «Банк Астаны», АО «Банк RBK», АО «Нурбанк») на сумму 35,1 млрд тенге. Через дочернюю компанию АО «Аграрная кредитная корпорация» осуществлено фондирование 3 БВУ – АО «Банк Bank RBK», АО «Банк Астаны», АО «Цеснабанк» на сумму 9,3 млрд тенге. Данные средства были преимущественно направлены на кредитование проектов в животноводческой сфере, в отраслях «коневодство», «овцеводство», на приобретение маточного поголовья КРС по программе «Сыбага», строительство откормочных площадок, комбикормовых заводов.

В 2016 г. холдингом профинансированы следующие проекты в сфере малого и среднего бизнеса:

- ♦ по программе кредитования кредитных товариществ профинансировано 137 кредитных товариществ (2 053 участника) на сумму 20,1 млрд тенге;
- ♦ в рамках объединения сельхозформирований профинансировано 3 сельских потребительских кооператива с охватом 804 СХТП на сумму 69,4 млн тенге;
- ♦ по программе НСХБ – 33 сельхозтоваропроизводителя на сумму 329,3 млн тенге;
- ♦ по программе кредитования переработки сельхозсырья и производства продуктов питания – 16 проектов на сумму 1712,1 млн тенге;
- ♦ по программе кредитования фермерских хозяйств («Сыбага») приобретено более 57 тыс. голов маточного поголовья и 2754 голов быков КРС;
- ♦ по программе увеличения численности МРС мясного и мясо-сального направления («Алтын Асык») приобретено 132,2 тыс. голов маточного поголовья овец и 5,8 тыс. голов баранов-производителей на сумму 3,5 млрд тенге;
- ♦ по программе увеличения численности лошадей мясного и мясо-молочного направления («Кулан») приобретено 32,7 тыс. голов маточного поголовья лошадей и 3,1 тыс. голов жеребцов-производителей на сумму 10,5 млрд тенге;
- ♦ по программе «Ырыс» (мини-МТФ) профинансировано 49 хозяйств с общим поголовьем 3388 голов;
- ♦ по программе обводнения пастбищ путем субсидирования инвестиционных затрат на строительство колодцев и приобретение технологического оборудования для водопойных сооружений введено 24 колодца;
- ♦ по программе микрокредитования – 8230 микрокредитов на сумму 25,6 млрд тенге;
- ♦ в 2015 г. запущена новая программа кредитования БВУ для последующего кредитования субъектов АПК, профинансировано субъектов на сумму 9,3 млрд тенге;
- ♦ по актуальным вопросам для ведения бизнеса сельским жителям оказано около 300 тыс. консультаций.

Холдинг реализует инвестиционные проекты начиная с 2007 г. По состоянию на 31 декабря 2016 г. в инвестиционном портфеле холдинга находились 527 инвестиционных проектов общей стоимостью 318,6 млрд тенге, количество создаваемых рабочих мест на период эксплуатации – 16 тысяч. В совокупности с 2007 г. холдингом профинансировано и введено в эксплуатацию 453 инвестиционных проекта общей стоимостью 262,3 млрд тенге с созданием 14 тысяч рабочих мест. При этом в 2016 г. введено в эксплуатацию 92 инвестиционных проекта общей стоимостью 41,5 млрд тенге, создано 2,6 тысячи рабочих мест.

На проведение весенне-полевых и уборочных работ 2016 г. холдингом направлено 79,5 млрд тенге. Значительная часть данных средств была получена по бюджетной программе 023 «Кредитование АО «Национальный управляющий холдинг «КазАгро» для проведения мероприятий по поддержке субъектов агропромышленного комплекса». В рамках данной программы холдингу был предоставлен бюджетный кредит в сумме 60 млрд тенге сроком до 20 декабря 2016 г. (в соответствии с Законом Республики Казахстан от 28 ноября 2014 г. «О республиканском бюджете на 2015–2017 годы»). Согласно условиям кредитного договора произведено полное и своевременное погашение основного долга и суммы вознаграждения по бюджетному кредиту

в республиканский бюджет. Предоставленный кредит был распределен в форме займов между двумя дочерними организациями холдинга и банками второго уровня в следующем порядке:

- ♦ АО «НК «Продкорпорация» (ПКК) – 16,5 млрд тенге;
- ♦ АО «Аграрная кредитная корпорация» (АКК) – 8,4 млрд тенге;
- ♦ банки второго (БВУ) – 35,1 млрд тенге.



Рисунок 4 – Схема кредитования по бюджетному кредиту в 2016 г. [2]

По итогам 2016 г. выполнены следующие количественные показатели: ПКК – освоение составило 100%, профинансировано 1 645 СХТП с заявленной посевной площадью 2 749,9 тыс га; АКК – освоение составило 100%, профинансировано 32 СХТП с заявленной посевной площадью 763,5 тыс. га; БВУ – освоение составило 100%, профинансировано 8 БВУ, которые, в свою очередь, профинансировали 212 конечных СХТП с фактически засеянной площадью 1 660 тыс. га.

АО «Аграрная кредитная корпорация» – компания, реализующая государственную политику по формированию доступной системы кредитования, стимулирующей развитие конкурентоспособного предпринимательства на селе.

Корпорация входит в состав группы компаний Национального управляющего холдинга «КазАгро» и при его непосредственном руководстве проводит масштабную работу по реализации своей деятельности в 13 филиалах и представительствах во всех областях Казахстана.

По состоянию на 1 декабря 2016 г. активы корпорации составили 263 070 млн тенге, ссудный портфель составил 186 606 млн тенге.

Решением данной проблемы является избавление от лишних звеньев при кредитовании аграриев, т.е. необходимо сделать НУХ «КазАгро» центральным звеном кредитования, чтобы сельхозтоваропроизводители могли напрямую, минуя банки второго уровня, т.е. без посредников, получать необходимые им финансовые ресурсы по выгодным условиям. Важным шагом НУХ «КазАгро» по снижению кредитной нагрузки на сельхозтоваропроизводителей является фондирование банков второго уровня для предоставления кредитов на беззалоговой основе. Важным условием такого кредитования является предоставление гарантии реализации зерна банку, например, предоставление договора с АО «Продкорпорация» о закупке зерна по фиксированной цене. В 2015 г. лишь один банк решился опробовать данную схему – АО «Банк Астаны». В 2016 г. на Ассоциации финансистов Казахстана схема была предложена множеству других БВУ и многие из них заинтересовались данной схемой. Также необходимыми условиями выдачи беззалоговых кредитов являются контроль специальными агентами БВУ целевого расходования средств и капитализация хозяйствами 10% прибыли для выплаты обязательств в случае непредвиденных обстоятельств. Эти условия важны для снижения кредитного риска банка.

Несмотря на возникающие трудности и проблемы финансирования аграрного сектора, государство прилагает огромные усилия для эффективного развития этой отрасли экономики. Для решения проблем существуют различные виды государственной поддержки путем субсидий и выгодного кредитования, разработаны программы и используется зарубежный опыт [2].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Сельское хозяйство в Казахстане. Экономика Казахстана: <http://www.kazportal.kz/selskoe-hozyaystvo-v-kazahstane>.
- 2 Официальный сайт АО НУХ «КазАгро»: <http://www.kazagro.kz>.
- 3 Статистический бюллетень Национального банка Республики Казахстан, данные АО «НУХ «КазАгро».
- 4 Холдинг «КазАгро» в 2015 г. профинансировал отрасль сельского хозяйства на 317 млрд тенге. – Н. Малелов: <https://primeminister.kz/ru/news/8/holding-%C2%ABkazagro%C2%BB-v-2015-g-profinansiroval-otrasl-selskogo-hozjajstva-na-317-mlrd-tenge-nmalelov>.
- 5 Проблемы и пути решения в системе кредитования аграрного сектора экономики Казахстана. – 1.2017: <http://group-global.org/en/node/52405>.

Аңдатпа

Қазіргі жағдайда еліміздің экономикасының басым секторларының бірі – ауыл шаруашылығының ролін арттыру және ауылшаруашылық тауар өндірушілеріне кредит берудің қолжетімділігін арттыру, кредиттік жағдайларды жақсарту, агроөнеркәсіптік кәсіпорындарды несиелейтін ақша институттарының тиімділігін арттыру және олардың нысандарын дамыту есебінен проблемаларды шешу қажеттілігі өсуде. Қазақстанда субсидиялау және несиелендіру арқылы мемлекет аграрлық секторды қолдауға үлкен көңіл бөледі. «КазАгро» ұлттық холдингінің ролін атап көрсетпей болмайды. Холдингте азық-түлік қауіпсіздігі, несиелендіру, ауылшаруашылық кәсіпорындарын сақтандыру, ауыл шаруашылығы өнімдері нарығын дамыту және ауылдық аумақтарды дамыту саласындағы мемлекеттік саясатты іске асыру мәселелері талқыланды. Бірақ қазіргі уақытта өндірісте өндірілген өнімдер шетелдік аналогтармен салыстырғанда бәсекеге қабілетті емес; кәсіпорындардың еңбек өнімділігі мен материалдық-техникалық базасының деңгейі заманауи талаптарға сәйкес келмейді, бұл кредиттеуді мемлекеттік қолдауды жақсартуды, несиелендіру нарығының инфрақұрылымын дамытуды және кредиттік жағдайларды жақсартуды талап етеді. Зерттеудің мақсаты ауыл шаруашылығын қаржылай қолдаудың ролі мен маңыздылығын және мемлекеттік банктердің, коммерциялық банктердің және «КазАгро» ұлттық холдингінің қатысуын анықтау болды.

Тірек сөздер: экономика, несиелеу, коммерциялық банктер, агроөнеркәсіп кешені, ауыл шаруашылығы, мемлекет, қаржылық қолдау.

Abstract

In modern conditions the need to address one of the priority sectors of the economy – agriculture increases, by increasing the role and availability of credit for farmers, improvement of credit conditions, increase of efficiency of activity of monetary institutions engaged in lending to the agricultural sector and the development of the forms of their support. In Kazakhstan the state pays great attention to support the agricultural sector by providing subsidy, lending. The role of the national holding «KazAgro» has also to be mentioned. The activity of the holding covers the issues of implementation of state policy in the field of food security, crediting, insurance of agricultural enterprises, development of agricultural markets and rural development. But currently being manufactured in industry production is not competitive compared to foreign analogues; the level of labor productivity and material-technical base of enterprises often do not meet modern requirements, which leads to the need to improve state support of crediting, development of the infrastructure of the credit market, improving credit conditions. The aim of the study was to determine the role and importance of financial support for agriculture and participation of state, commercial banks and national holding «KazAgro» in it.

Key words: economics, crediting, commercial banks, agro-industrial complex, agriculture, state support.

Т.В. ФУРЦОВА,^{1,2}

к.э.н., доцент.

В.Д. ЗАБОЛОТНИКОВА,²

магистр.

Московская финансово-
юридическая академия.¹

Университет «Туран»²

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ ЗАЕМЩИКА

Аннотация

В статье исследуются вопросы приемлемости различных методик оценки кредитоспособности заемщиков. Изучение кредитоспособности клиента является одним из наиболее важных методов снижения кредитного риска и успешной реализации кредитной политики, поскольку позволяет избежать необоснованного риска еще на этапе рассмотрения заявки на предоставление кредита. Кредитоспособность заемщика зависит от многих факторов, оценить и рассчитать каждый из которых непросто. Большая часть анализируемых на практике показателей кредитоспособности основана на данных за прошедший период или на какую-то отчетную дату, вместе с тем все они подвержены искажающему влиянию инфляции. Сложность представляют выявление и количественная оценка некоторых факторов, таких, как репутация заемщика. Кроме того, применяется множество методов и подходов к решению данной задачи, не исключая друг друга, а дополняющих в комплексе и делающих оценку кредитоспособности заемщика более соответствующей реальности. Очевидным является то, что российским банкам необходимы глобальные преобразования в практике оценки кредитоспособности клиентов. В казахстанских банках также должна быть пересмотрена данная система. В настоящее время наиболее оправданным является комплексный подход к оценке кредитоспособности заемщика в целом. Поэтому переход на единую методику оценки кредитоспособности банками очень важен для целевого финансирования данного сегмента как в России, так и в казахстанских банках.

Ключевые слова: кредитный риск, банк, заемщик, кредитное соглашение, кредитоспособность, кредитная политика, клиент, оценка.

В период кризиса банки столкнулись с фактом неплатежеспособности большинства заемщиков, поэтому сегодня необходим более тщательный анализ кредитоспособности предприятия.

Неправильная оценка может привести к невозврату кредита, что, в свою очередь, способно нарушить ликвидность банка. Поэтому огромное значение имеет разработка современной методологической базы оценки кредитоспособности, а также совершенствование системы контроля и оценки кредитных рисков. Оценка кредитоспособности заемщика важна на всех стадиях процесса кредитных взаимоотношений между кредитором и заемщиком и сопровождается детальным исследованием количественных и качественных характеристик заемщика. Задачи улучшения функционирования кредитного механизма выдвигают необходимость использования экономических методов управления кредитом, ориентированных на соблюдение экономических границ кредита [1]. Это позволит предотвратить неоправданные кредитные вложения, обеспечить своевременный и полный возврат ссуд, снизить риск неплатежа.

Для упрощения обозначенной задачи российскими и казахстанскими банками разработаны и применяются разнообразные методики определения финансового состояния заемщика. С определенной долей условности их можно разделить на две группы: позволяющие оценить сегодняшнее финансовое положение потенциального заемщика и рассматривающие заемщиков с точки зрения заблаговременного определения возможной ситуации банкротства.

Обладая значительными позитивными качествами, банковское кредитование в современной экономике России и Казахстана не реализовало их еще в полной мере. Коммерческие банки и организации пока не имеют возможности широко использовать кредит для развития своей деятельности. Банки опасаются невозврата кредитов и связанных с этим крупных потерь,

предприятия зачастую не могут не только в достаточной мере гарантировать своевременное и полное погашение ссуды, но и использовать ссуду как из-за высоких рисков, так и недостаточной рентабельности своего производства и невозможности уплаты ссудного процента [2]. Основным критерием кредитоспособности выступает финансовое состояние заемщика, анализ которого проводится по следующим направлениям:

- ♦ финансовые результаты (прибыль, убыток);
- ♦ ликвидность (платежеспособность);
- ♦ рыночная позиция (деловая активность, конкурентоспособность; устойчивая динамика положения на рынке);
- ♦ движение денежных потоков, прогноз на срок кредитования.

Показателем, характеризующим финансовое состояние предприятия, является его платежеспособность. Данный показатель очень важен для таких внешних пользователей, как кредиторы и инвесторы. Для оценки финансового состояния юридических лиц, как правило, используются три группы оценочных показателей [4, с. 217]: коэффициенты ликвидности; коэффициенты соотношения собственных и заемных средств; показатели оборачиваемости и рентабельности. Основными оценочными показателями являются [4, с. 221]:

- ♦ коэффициент абсолютной ликвидности K1;
- ♦ промежуточный коэффициент покрытия K2;
- ♦ коэффициент текущей ликвидности (общий коэффициент покрытия) K3;
- ♦ коэффициент соотношения собственных и заемных средств K4;
- ♦ рентабельность продукции (или рентабельность продаж) K5.

Другие показатели оборачиваемости и рентабельности используются для общей характеристики и рассматриваются как дополнительные к первым пяти показателям.

Оценка результатов расчетов коэффициентов заключается в присвоении заемщику категории по каждому из этих показателей на основе сравнения полученных значений с установленными достаточными [1, с. 48]. Поскольку процесс кредитования связан с определенным риском, предоставление ссуд банк обуславливает изучением кредитоспособности, то есть изучением факторов, которые могут повлечь за собой непогашение ссуды.

Можно выделить следующие факторы, влияющие на кредитный риск [3, с. 24].

1. Внешние факторы. Под внешними факторами риска понимаются все возможные причины возникновения кредитного риска, повлиять на наличие которых не может ни банк, ни заемщик. К внешним факторам кредитного риска следует отнести факторы общемирового уровня, факторы национального уровня, социально-политические факторы, региональные факторы, криминальные факторы кредитного риска, отраслевые факторы, чрезвычайные ситуации (форс-мажор).

2. Внутренние факторы, которые подразделяются на факторы, присущие заемщикам, и факторы, которые возникают в деятельности самого предприятия-заемщика и на которые оно может влиять [5, с. 29].

На начальном этапе процесса кредитования наиболее распространенными недостатками являются недостаточность информации о финансовом состоянии заемщика и неумение выявить ложную информацию о нем. Практика показывает, что финансовая документация, предоставленная клиентом в банк, не всегда удовлетворяет необходимым требованиям, а дополнительная информация о прогнозах денежного потока, о предполагаемых затратах и потребностях в заемных средствах просто отсутствует. Правильно рассчитать последствия кредитования, повысить его эффективность поможет анализ развития событий экономической деятельности клиента и разработка сценариев поведения банка в случае неблагоприятных событий.

В настоящее время назрела необходимость в полной мере использовать экономические рычаги, присущие кредитной сфере, разработать и реализовать принципиально новые подходы к управлению денежным обращением страны.

Текущая экономическая ситуация на территории России, сложившаяся под влиянием мирового экономического кризиса, привела к существенным изменениям во взаимоотношениях между коммерческими банками и заемщиками. И без того высокая рискованность банковской

деятельности повысилась под влиянием кризисных экономических условий, так как успешная работа банка главным образом связана с условиями и результатами деятельности его клиентов. Структура активов банковской системы как России, так и Казахстана свидетельствует о том, что значительная часть из них приходится на кредитный портфель. Кредитные операции банка являются ведущими среди прочих как по прибыльности, так и по масштабности размещения средств. В нынешних условиях хозяйствования коммерческие банки вынуждены работать в чрезвычайных обстоятельствах. В настоящий момент важное значение приобретает качество оценки потенциальных клиентов. Исходным моментом в оценке возможностей потенциального клиента, желающего получить кредит, является определение банком возможности заемщика вернуть основную сумму кредита в обусловленное время и уплатить проценты за пользование им.

Чтобы избежать назревающего кризиса недоверия вследствие отсутствия прозрачности условий кредитования, потенциальные заемщики должны понимать, в какую итоговую сумму им обойдется обслуживание кредита, а кредитные учреждения на стадии оформления кредитной заявки обязаны информировать клиентов обо всех сопутствующих условиях кредитования, единовременных выплатах и периодически взимаемых платежах за расчетные периоды.

Можно применить несколько вариантов организации работы с проблемной задолженностью.

1. Создание в банке отдельного подразделения, отвечающего за работу с проблемной задолженностью, или создание при банке «дочерней» компании – коллекторского агентства, занимающегося только проблемной задолженностью банка.

2. Передача проблемной задолженности для взыскания независимым коллекторским агентствам, специализирующимся на работе с проблемными кредитами. Для решения данных проблем можно ужесточить скоринговую систему или политику выдачи, т.е. консервативную кредитную политику. Она обеспечивает качественный кредитный портфель. С другой стороны, можно расширить рынок выдачи кредитов, но тогда увеличивается рискованный портфель [3].

В настоящее время степень развития потребительского кредитования сложно переоценить. Рынок такого рода банковских услуг настолько обширен, что требует существенного правового регулирования. Имеющиеся нормативно-правовые акты не всегда полностью и точно отражают степень экономического развития данного сегмента деятельности кредитных организаций.

Дальнейшее развитие реального сектора экономики в плане кредитования во многом зависит от уровня развития и устойчивости всех сегментов финансового рынка. Только с помощью развития организационной структуры кредитной системы с участием государства, а также использования эффективных механизмов, форм и методов кредитования возможно построение тесных взаимоотношений между реальным и финансовым секторами экономики. Именно под таким эффективным сотрудничеством нами понимается рациональная система кредитования, которая способна не только укрепить свои позиции в экономике страны, но и восстановить и увеличить уровень производства.

Среди основных причин низкого качества современных отечественных методик оценки кредитоспособности можно назвать следующие:

- ◆ недостаток методического обеспечения;
- ◆ недостаточность, а зачастую и недостоверность информации о финансовом состоянии, получаемой от заемщиков;
- ◆ ограниченность информации о кредитной истории заемщиков и опыта взаимодействия по данным вопросам с другими кредитными организациями;
- ◆ нередко недостаточно глубокое изучение банком ситуации в отрасли, где осуществляет свою деятельность заемщик.

Таким образом, анализ банковской практики показал, что используемые в настоящее время методы оценки кредитоспособности заемщиков нуждаются в значительном улучшении. Одним из выходов в сложившейся ситуации могут являться: - предложенная банком более эффективная технология анализа финансового состояния заемщика путем составления представителем банка управленческого баланса, отчетов о прибылях и убытках, движении денежных средств

на основе данных, представленных заемщиком, или первичных документов, полученных при его посещении проверяющими;

- ♦ финансовый анализ всех видов деятельности заемщика;
- ♦ сопоставление заемщика с другими аналогичными предприятиями;
- ♦ использование бухгалтерской отчетности заемщика, заверенной аудиторами;
- ♦ лимит суммы ежемесячного погашения кредита не выше 70–85% остатка денежных средств на конец месяца;
- ♦ проверка наличия неофициальных заимствований у частных кредиторов на основе сравнительного анализа отчетности за несколько периодов;
- ♦ налаживание длительного сотрудничества банка с заемщиком;
- ♦ использование альтернативной информации о заемщике, полученной из внешних источников (промежуточные бухгалтерские отчеты, не заверенные аудиторами; информация из налоговых органов, прессы о заемщике, информация специальных служб банка, информация независимых агентств и иных источников информации, правительственные статистические сборники).

Очевидным является то, что российским банкам необходимы глобальные преобразования в практике оценки кредитоспособности клиентов. В казахстанских банках также должна быть пересмотрена данная система. В настоящее время наиболее оправданным, на наш взгляд, является комплексный подход к оценке кредитоспособности заемщика в целом.

Поэтому переход на единую методику оценки кредитоспособности банками очень важен для целевого финансирования данного сегмента как в России, так и в казахстанских банках.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Тавасиев А.М. Банковское дело: управление кредитной организацией. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2007. – 668 с.
- 2 Лаврушин О.И., Афанасьева О.Н. Банковское дело: современная система кредитования: учеб. пособие. – 7-е изд., перераб. и доп. – М.: КНОРУС, 2013. – 360 с.
- 3 Фурсова Т.В., Заболотникова В.Д. Кредитный риск в банке: эффективная система управления // Вестник университета «Туран». – Алматы, 2015. – № 2(64). – С. 7–12.
- 4 Лаврушин О.И., Мамонова И.Д., Валенцева Н.И. Банковское дело: учебник / под ред. Лаврушина О.И. – 7-е изд., перераб. и доп. – М.: КНОРУС, 2008. – 768 с.
- 5 Попов И.В. Совершенствование методов оценки кредитоспособности и управления кредитным риском юридических лиц, АНО ВПО ЦС РФ «Российский университет кооперации». – М., 2010. – 161 с.
- 6 Экономический портал: <http://www.banki.ru>.

Аңдатпа

Мақалада қарыз алушылардың несие төлеу қабілеттілігін бағалаудың әртүрлі әдістерінің қолайлылығы қарастырылады. Клиенттің несие төлеу қабілеттілігін зерттеу несие тәуекелін төмендету және несие саясатын сәтті жүзеге асырудың маңызды әдістерінің бірі болып табылады, себебі несие өтінімін қарастыру сатысында да негізсіз тәуекелді болдырмайды. Қарыз алушының несие төлеу қабілеттілігі көптеген факторларға байланысты, олардың әрқайсысын бағалау және есептеу оңай емес. Тәжірибеде талданған несие төлеу көрсеткіштерінің басым бөлігі өткен кезеңдегі немесе бір есеп беру күніндегі деректерге негізделген, сонымен бірге олардың барлығы инфляцияның бұрмаланған әсеріне ұшыраған. Күрделілік қарыз алушының беделі секілді белгілі факторларды анықтау және сандық бағалау болып саналады. Сонымен қатар, осы мәселені шешетін көптеген әдістер мен тәсілдер бар, олар бір-бірін жокқа шығармайды, керісінше, кешенде толықтырып тұрады және қарыз алушының несие төлеу қабілеттілігіне шындыққа сәйкес бағалау жасайды. Ресейлік банктерге клиенттердің несие төлеу қабілеттілігін бағалау тәжірибесінде ғаламдық өзгерістер қажет екені анық. Қазақстандық банктерде осы жүйені қайта қарастыру қажет. Қазіргі уақытта қарыз алушының несие төлеу қабілеттілігін бағалаудың кешенді тәсілі орынды болып табылады. Сондықтан, банктердің несие төлеу қабілеттілігін бағалаудың бірыңғай әдіснамасына көшу Ресей, сондай-ақ қазақстандық банктер үшін осы сегментті мақсатты қаржыландыру маңызды болып табылады.

Тірек сөздер: несие тәуекелі, банк, қарыз алушы, несие келісімі, несие төлеу қабілеті, несие саясаты, клиент, бағалау.

Abstract

The article examines the issues of acceptability of different methods of assessing borrowers' creditability. The study of the creditability of the customer is one of the most important methods of credit risk mitigation and the successful implementation of the credit policy because it allows to avoid taking unnecessary risks at the stage of consideration of an application for a loan. Creditability of the borrower depends on many factors, to assess and calculate each of them is not easy. A large part of the indicators of creditability analyzed in practice bases on data for the past period or any reporting date, however, all of them subject to the distorting influence of inflation. Some difficulties are caused by the identification and quantification of some factors, such as the reputation of the borrower. In addition, a variety of methods and approaches to solve this problem is used, not exclusive, but complementing each other in the complex and they make an assessment of borrower's creditability correspond to reality. It is obvious that Russian banks need global changes in the practice of assessing the creditability of clients. In Kazakh banks this system should also be revised. At present, the most justified, in our opinion, is an integrated approach to assessing the creditability of the borrower as a whole. Therefore, the transition to a single methodology for assessing the banks creditability is very important for targeted financing of this segment both in Russian and in Kazakh banks.

Key words: credit risk, bank, borrower, credit agreement, creditability, credit policy, client, assessment.

МРНТИ 71.37.75
УДК 796/799:378

В.Н. ВУКОЛОВ,¹
д.п.н., профессор.
НИИ туризма
университета «Туран»¹

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИННОВАЦИЙ В ОБУЧЕНИИ И АТТЕСТАЦИИ ИНСТРУКТОРОВ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

Аннотация

Большую часть территории Республики Казахстан составляют природные ресурсы, которые можно использовать в экономических целях только через развитие активных туристских путешествий, но туристские фирмы Казахстана в мизерных объемах используют такие путешествия в своей работе из-за недостатка квалифицированных инструкторов туризма. В советский период развития Казахстана была разработана и эффективно действовала сеть школ, курсов подготовки инструкторов туризма от республиканского уровня до городских и районных клубов туризма. Финансирование этой системы осуществлялось Казтурсоветом. В настоящее время такое централизованное финансирование отсутствует, поэтому весьма актуальной проблемой является поиск альтернативной системы подготовки инструкторов туризма. Опыт подготовки инструкторов туризма, с учетом многолетнего советского опыта нами накапливался в университете «Туран» уже с 1992 г. В 2012 г. в университете была поставлена цель – разработать альтернативную систему подготовки инструкторов туризма из числа студентов университета в рамках учебного плана по специальности «Туризм». Для достижения поставленной цели выполнялись четыре задачи: проанализировать все государственные нормативно-правовые документы Республики Казахстан, регламентирующие подготовку, переподготовку и повышение квалификации инструкторов туризма; создать необходимые учебные средства для подготовки инструкторов; подобрать для обучения курсантов квалифицированный инструкторский состав; определить порядок аттестации и регистрации на государственном уровне обученных специалистов.

Ключевые слова: инновации, обучение, аттестация, туризм, инструктор, спорт, проводник, туристско-спортивная подготовка, квалификация.

Изучение мирового опыта показывает, что разные страны развивают внутренний и, соответственно, въездной туризм, опираясь на собственные туристско-рекреационные ресурсы (ТРР). Основную часть ТРР Казахстана составляют природные ресурсы, но турфирмы их не используют, т.к. не хватает квалифицированных инструкторов.

С 2012 г. в университете «Туран» была поставлена цель – разработать альтернативную систему подготовки инструкторов туризма из числа студентов университета в рамках учебного плана по специальности «Туризм». Для достижения поставленной цели выполнялись четыре задачи: 1) проанализировать все государственные нормативно-правовые документы Республики Казахстан (включая международные), регламентирующие подготовку, переподготовку и повышение квалификации инструкторов туризма; 2) создать необходимые учебные средства для подготовки инструкторов; 3) подобрать для обучения курсантов квалифицированный инструкторский состав; 4) определить порядок аттестации и регистрации на государственном уровне обученных специалистов.

Выполнение первой задачи выявило, что процесс подготовки, переподготовки, повышения квалификации инструкторов, порядок их регистрации в Республике Казахстан определяется такими нормативно-правовыми документами, как: 1) Закон Республики Казахстан «О туристской деятельности» от 13 июня 2001 г. № 211–II (в редакции 15.06.2017 г.); 2) Закон РК «Об образовании» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 11.07.2017 г.); 3) приказ министра по инвестициям и развитию Республики Казахстан № 78 от 30.01.2015 г. «Об утверждении общих требований к профессиональной подготовке, переподготовке и повышению квалификации специалистов в области туризма»; 4) «Общие требования к профессиональной подготовке, переподготовке и повышению квалификации специалистов в области туризма»; 5) Постановление

Правительства Республики Казахстан от 11 февраля 2013 г. № 114 «Соглашение о взаимном признании и эквивалентности документов об образовании, ученых степенях и ученых званиях в Евразийском экономическом сообществе».

В статье Закона «О туристской деятельности в РК» понятие «инструктор туризма» трактуется по трем признакам: профессионально подготовленное физическое лицо, имеющее соответствующую квалификацию и опыт прохождения туристских маршрутов. В статье 1 закона РК «Об образовании» понятие «присвоение квалификации» трактуется по четырем признакам: 1) процедура подтверждения совокупности: а) индивидуальных способностей; б) профессиональных знаний, умений и навыков; 2) необходимых для выполнения работы; 3) в рамках соответствующего вида профессиональной деятельности; 4) по конкретной специальности. В статье 1 Закона РК «Об образовании» понятие «профессиональная подготовка» трактуется по четырем признакам: 1) часть системы технического и профессионального образования; 2) предусматривающая реализацию образовательных программ; 3) с сокращенным сроком обучения; 4) по подготовке квалифицированных рабочих кадров и специалистов среднего звена.

Важной частью нормативной базы воссоздания инновационной системы подготовки и переподготовки инструкторов спортивного туризма и гидов-проводников является приказ министра по инвестициям и развитию Республики Казахстан № 78 от 30 января 2015 г. «Об утверждении общих требований к профессиональной подготовке, переподготовке и повышению квалификации специалистов в области туризма». Знакомство с данным документом вызвало удивление, почему он издан не профильным Министерством образования и науки. Однако выяснилось, что сам текст «Общих требований...» согласован 20 февраля 2015 г. с министром образования и науки РК А. Саринжиповым, а 31 (так в тексте) февраля 2015 г. – с министром здравоохранения и социального развития РК Т. Дуйсеновой.

После этого 19 марта 2015 г. данный документ зарегистрирован в Министерстве юстиции Республики Казахстан за № 10500. В связи с этим большое значение в получении документов о туристском образовании инструкторов туризма и гидов-проводников имеет «Соглашение о взаимном признании и эквивалентности документов об образовании, ученых степенях и ученых званиях в Евразийском экономическом сообществе». Этот документ был одобрен Постановлением Правительства Республики Казахстан от 11 февраля 2013 г. № 114.

В статье 4 данного соглашения, в частности, сказано, что «свидетельство о рабочей квалификации», выданные в Республике Казахстан..., диплом о начальном профессиональном образовании, выданный в Российской Федерации..., признается сторонами для занятия профессиональной деятельностью в каждом из государств сторон (Республика Беларусь, Республика Казахстан, Кыргызская Республика, Российская Федерация, Республика Таджикистан) в соответствии с указанными в этих документах специальностью (профессией) или квалификацией.

В статье 11 «Соглашения...» сказано, что «справки установленного образца, выданные в государствах Сторон лицам, не завершившим образование установленного национальным законодательством уровня (ступени), признаются в качестве документов, дающих право их обладателям на продолжение обучения на соответствующем уровне (ступени) образования в каждом из государства Сторон [1].

Приложение 4 к приказу министра по инвестициям и развитию Республики Казахстан от 27 февраля 2015 г. № 249 называется «Сведения для приложения к уведомлению о начале деятельности инструктора туризма». В данном документе указывается документально подтвержденный опыт прохождения туристских маршрутов (Сведения для приложения к уведомлению о начале деятельности инструктора туризма: // forma_sv_instr_tur_docx). Министерством по инвестициям и развитию Республики Казахстан, а именно Департаментом индустрии туризма разработан документ под названием «Ведение государственного электронного реестра тур-агентов, гидов (гидов-переводчиков), экскурсоводов и инструкторов туризма.

Для включения в государственный электронный реестр инструкторов туризма необходимо: 1) заполнить форму уведомления о начале или прекращении осуществления деятельности или определенных действий; 2) заполнить форму сведений для приложения к уведомлению о начале деятельности инструктора туризма; 3) приложить сертификат о прохождении подготовки гидов и инструкторов туризма; 4) отправить перечисленные документы по адресу: Астана,

Кабанбай батыра, 32/1. Для получения дополнительной информации звонить по телефону: 8 (7172) 754427 [2].

Предлагаемая система базовой подготовки инструкторов туризма на базе вузов, имеющих специальность «Туризм», может обучать и тех физических лиц, которые не являются студентами конкретного учебного заведения. Для этого предусмотрена такая форма, как экстернат, т.е. одна из форм обучения, при которой обучающийся без регулярного посещения занятий самостоятельно изучает учебные дисциплины соответствующей образовательной программы (ст. 1 Закона «Об образовании»).

При решении второй задачи проекта нами были созданы или усовершенствованы учебные средства для предметов, содержащих основную информацию экспериментальной программы подготовки инструкторов туризма. Проведенный нами анализ показал, что теоретическая часть программы реализуется через содержание двух обязательных учебных предметов учебного плана специальности «Туризм». Это «Физическая культура», которая применительно к специальности «Туризм» называется «Туристско-спортивной подготовкой» (ТСП). Данный предмет изучается студентами 60 учебных недель (4 семестра) за 360 учебных часов. Вторым учебным предметом является «Техника и тактика активных видов туризма», изучаемая 15 учебных недель за 96 часов.

Используя содержание указанных двух учебных предметов, нами были составлены «Положение о тренерах-инструкторах спортивного туризма Республики Казахстан» и «Программа подготовки тренеров-инструкторов спортивного туризма» в рамках учебно-методического комплекса по предмету «Туристско-спортивная подготовка студентов вузов». В декабре 2016 г. на своем расширенном заседании Национальная федерация спортивного туризма РК (НФСТ) обсудила оба этих документа, а 18 марта 2017 г. они были утверждены НФСТ РК. Кроме того, этим же числом было издано Распоряжение за подписью Президента РК Е.И. Тарасенко (исх. № 06–02–05) «О базовом обучении инструкторов спортивного туризма в процессе туристско-спортивной подготовки студентов вузов РК следующего содержания.

1. Считать целесообразным проведение базового обучения инструкторов спортивного туризма в процессе занятий физкультурой (туристско-спортивной подготовки) студентов вузов РК, имеющих специальность «Туризм».

2. Проводить базовое обучение инструкторов спортивного туризма, опираясь на требования «Положения о тренерах-инструкторах спортивного туризма РК» и Программы подготовки тренеров-инструкторов спортивного туризма», утвержденных на расширенном заседании президиума Национальной федерации спортивного туризма РК от 17 декабря 2016 г. в г. Астане.

3. Разрешить базовое обучение инструкторов спортивного туризма на базе НИИ туризма университета «Туран» (г. Алматы) из числа студентов специальности «Туризм».

4. Полным циклом обучения будущих инструкторов считать четыре семестра (два учебных года) с использованием учебных часов, предусмотренных для занятий физкультурой.

5. Назначить ответственным за проведение базовой подготовки тренеров-инструкторов спортивного туризма в университете «Туран» вице-президента НФСТ, старшего инструктора горного туризма, МСМК Вуколова Владимира Николаевича. Обязать его для обучения будущих инструкторов спортивного туризма привлечь не менее трех действующих инструкторов СТ (одного старшего инструктора с квалификацией не ниже мастера спорта по спортивному туризму и двух инструкторов с квалификацией не ниже первого спортивного разряда).

6. Для аттестации окончивших установленный курс студентов создать комиссию из трех человек в соответствии с Законом РК «О физической культуре и спорте в РК», имеющих квалификацию не ниже мастера спорта РК по спортивному туризму.

Выполнение второй задачи началось еще в 1996 г., когда было издано учебное пособие автора «Техника и тактика активных видов туризма». Это пособие десять лет использовалось в учебном процессе всех вузов РК, имеющих специальность «Туризм». Поэтому в 2005 г. появилось второе издание этого пособия, исправленное и дополненное. В настоящее время, по прошествии тринадцати лет использования, готовится третье издание пособия. Кроме того, планируется при наличии необходимых средств издание учебника «Туристско-спортивная подготовка студентов вузов, обучающихся по специальности «Туризм».

Проблемой такого издания является не только отсутствие в настоящее время необходимых средств. Существующее сегодня Учебно-методическое объединение по специальности «Туризм» создает искусственные препятствия для издания актуальной туристской литературы. Причем надуманные проблемы создают люди, не имеющие туристского образования, ученых степеней, полученных за защиту диссертаций по туристской тематике.

Для решения третьей задачи проекта НИИ туризма имеет в числе сотрудников одного доктора педагогических наук, старшего инструктора горного туризма (мастера спорта международного класса по спортивному туризму), двух инструкторов горного туризма (в том числе кандидата педагогических наук, защитившего диссертацию по туристской тематике, и бронзового призера чемпионата по спортивным походам за 2016 г.). Кроме того, НИИ туризма имеет возможность приглашать еще двух инструкторов горного туризма, мастеров спорта по горному туризму, неоднократных чемпионов РК и бронзовых призеров чемпионата мира.

Сложность реализации четвертой задачи заключается в отсутствии республиканской структуры по аттестации инструкторов туризма и инструкторов-проводников. Нами было предложено следующее инновационное решение этой проблемы. Национальная федерация спортивного туризма РК входит в Международную федерацию (МФСТ) и имеет право пользоваться аттестационным потенциалом всех членов МФСТ. Из доступных данных на сайте Федерации спортивного туризма России нами был проведен анализ и выбран Новосибирский центр подготовки инструкторов-проводников (ИП) и инструкторов спортивного туризма (ИСТ). Это было сделано потому, что в данном центре готовят наибольшее в России количество выпускников по двум направлениям (ИП и ИСТ), тренерско-преподавательский состав имеет высокий уровень подготовки, имеется возможность сдачи экзамена в режиме online после теоретического обучения. Кроме того, требования к теоретическому обучению и опыту туристских походов курсантов центра соответствовали нашей программе подготовки тренеров-инструкторов спортивного туризма. Наиболее высокий уровень подготовки среди наших курсантов (по состоянию на ноябрь 2016 г.) имел магистр 2 курса И. (диплом бакалавра туризма, опыт участия в горном походе 3 к.с. и руководство двумя походами 2 к.с.). Именно магистрант И. заполнил в электронном формате заявление и анкету и отправил документы на электронную почту центра, выбрал дистанционную форму аттестации и экзамен в режиме online.

Стоимость обучения и экзамена составила 45 тыс. тенге (по валютному курсу рубль/тенге в ноябре 2016 г.). После успешной сдачи экзамена магистрант И. получил удостоверение инструктора спортивного туризма и его фамилия была включена в Государственный реестр инструкторов туризма Казахстана (под номером 02) и Российской Федерации (под номером 1700). Указанное удостоверение дает право И. осуществлять деятельность инструктора туризма в РК и РФ, а также работать с российскими туристами на территории РК.

Для осуществления деятельности инструктора туризма на территории РК И. прошел нострификацию полученного удостоверения на основании взаимного признания документов о прохождении обучения, уведомил государственные органы РК о начале деятельности инструктора туризма, представив сертификат о прохождении обучения, справки, подтверждающие прохождение маршрутов 1–3 к.с., заполненную электронную форму заявки на сайте <http://elicense.kz>.

После летнего сезона 2018 г. аттестацию на звание инструктора туризма по апробированной нами инновационной системе будут проходить еще 10 студентов университета «Туран». Нами подготовлена просьба к руководству Новосибирского центра делегировать Национальной федерации спортивного туризма РК полномочия по приему экзаменов у будущих инструкторов на территории Казахстана. В будущем нами планируется использовать оба варианта обучения и аттестации инструкторов туризма.

Кроме того, в НИИ туризма сделана смета затрат на подготовку одного учебного отделения курсантов (10 человек) по состоянию цен на рынках г. Алматы в апреле 2018 г. Расчет проводился с учетом полной экипировки (рассчитанной на 2 года эксплуатации) и минимально необходимой (на 1 год эксплуатации). В результате смета расходов выглядит следующим образом (таблица 1, стр. 198).

Таблица 1 – Смета затрат на подготовку одного учебного отделения курсантов

Статья расходов	Минимальные затраты на 1 год	Полные затраты на 2 года
1. Групповое снаряжение	280 000	501 900
2. Личное снаряжение	1 010 900	2 020 900
3. З/п преподавателей за 1 год	276 000	276 000
4. З/п преподавателей за 2 года		540 000
5. Питание участников и инструкторов за 2 года	1 950 900	4 106 400

Таким образом, один год обучения будущих инструкторов туризма обходится в 1 950 900 тенге, а двухгодичное обучение обойдется в 4 106 400 тенге. При этом расчет проводился в апреле 2018 г., когда курс доллара к рублю и тенге составил: \$1 : 61,43 руб. : 326,17 тенге.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1 Соглашение о взаимном признании и эквивалентности документов об образовании, ученых степенях и ученых званиях в Евразийском экономическом сообществе: одобрено Постановлением Правительства Республики Казахстан от 11 февраля 2013 г. № 114.

2 Внедрение государственного электронного реестра турагентов, гидов: // <http://dep-turizm.mid.gov.kz/ru/kategorii/vedenie-gosudarstvennogo-elektronno-go-reestra-turagentov-gidov-gidov-perevodchikov>.

Андатпа

Қазақстан Республикасының аумағының көп бөлігі табиғи ресурстардан тұрады, оларды белсенді туристік саяхаттарды дамыту арқылы экономикалық мақсатта қолдануға болады, бірақ Қазақстанның туристік фирмалары туризмде білікті нұсқаушылардың жетіспеуі салдарынан өздерінің жұмысында мұндай саяхаттың аз мөлшерін пайдаланады. Қазақстан дамуының кеңестік кезеңінде мектеп желілері, республикалық деңгейден қалалық және облыстық туристік клубтарға дейін туризм нұсқаушыларының оқыту курстары әзірленіп, тиімді жүзеге асты. Бұл жүйені қаржыландыруды Қазтурсовет жүзеге асырған. Қазіргі уақытта осындай орталықтандырылған қаржыландыру жоқ, сондықтан туризм нұсқаушыларын оқытудың баламалы жүйесін іздеу өте өзекті мәселе болып табылады. «Тұран» университеті кеңестік тәжірибені ескергенде, 1992ж. бастап көптеген жылдар бойы туризм нұсқаушыларын дайындауда тәжірибе жинап келеді. 2012ж. университет мақсат қойды – «Туризм» мамандығы бойынша оқу жоспарының аясында университет студенттері арасынан туризм нұсқаушыларын оқытудың альтернативті жүйесін құру. Осы мақсатқа жету үшін төрт міндет жүзеге асырылды: туризм нұсқаушыларын даярлау, қайта даярлау және біліктілігін арттыруды реттейтін Қазақстан Республикасының барлық мемлекеттік нормативтік-құқықтық құжаттарын талдау; нұсқаушыларды дайындау үшін қажетті оқу құралын жасау; курсанттарды оқыту үшін білікті нұсқаушылар құрамын таңдау; оқып шыққан мамандардың мемлекеттік деңгейде аттестаттау және тіркеу тәртібін анықтау.

Тірек сөздер: инновация, оқыту, аттестациялау, туризм, нұсқаушы, спорт, жолсерік, туристік-спорттық дайындық, біліктілік.

Abstract

The most part of the territory of the Republic of Kazakhstan is made by natural resources which can be used in economic purposes only through development of active tourist travel, but tourist firms of Kazakhstan in scanty volumes use such travel in the work because of a shortcoming of the qualified instructors of tourism. During the Soviet period of development of Kazakhstan the network of schools, courses of training tourism instructors from the republican level to city and regional clubs of tourism has been developed and effectively worked. Financing of this system was carried out by Kaztursovet. Now there is no centralized financing therefore the actual problem is search of alternative system of training of tourism instructors. Experience of training tourism instructors, taking into account long-term Soviet experience, has been collected at the Turan university since 1992. In 2012 when at the university the object has been set – to develop the alternative system of training of tourism instructors from among students of the university, within the curriculum «Tourism». For the achievement of the goal four tasks were carried out: to analyse all state standard and legal documents of the Republic of Kazakhstan regulating preparation, retraining and professional development of tourism instructors; to create necessary educational means for training of instructors; to pick up the qualified instructor structure for training of cadets; to define an order of certification and registration at the state level of the trained experts.

Key words: innovations, training, certification, tourism, instructor, sport, conductor, tourist and sports preparation, qualification.

ZH.B. RAKHMETULINA,¹
c.e.s.,
associate professor.
A. OMURZAKOV,¹
doctoral student.
L.N. Gumilyov Eurasian
National University¹

RISKS IN THE HOTEL BUSINESS AND WAYS TO REDUCE THEM

Abstract

In modern conditions, it is necessary and very important to have qualitative and quantitative development of hospitality sphere for Kazakhstan. Any hotel enterprise is exposed to risks related to its production, commercial, intermediary and other economic activities. The risk factor forces hotel executives to save financial and material resources, and to calculate the effectiveness of new projects. It determines the risk of loss of resources or income shortfalls compared to rational use of resources. Therefore, under the influence of threats and risks, the hotel company is forced to constantly improve its defense mechanisms. The risk in the activity of a hotel enterprise is the likelihood that an enterprise incurs losses or expenses in the case of a management decision being made, but not carried out, or if an error was made there. It is also necessary to take into account both force majeure circumstances or circumstances of undeterminable strength, as they differ from other types of risks by more serious and global consequences. In the article the authors give a classification of risks in the hotel and restaurant business. The main types of risks, negative consequences of their manifestation are considered. The analysis of risks of the enterprises of hotel business of Kazakhstan is carried out. Possible ways to minimize them are identified. Recommendations for localization and neutralization of hospitality risk factors have been developed.

Key words: risks, hotel business, hotel services, hospitality industry, hotel companies, external factors, defense mechanisms.

Risk is an integral part of any business, therefore in a market economy, business development is associated with the desire to reduce risk, the search for methods of protecting against the risk. The President's Addresses to the Nation of Kazakhstan and the Strategy on joining the top 30 of the World's most competitive countries have a strategic importance, their implementation requires the full realization of the entrepreneurial potential. In this regard, there is a need to study the problems of risks in entrepreneurship, which take a variety of forms and have different sources. To reduce uncertainty and risk, it is necessary to improve the efficiency of economic activity, as well as to develop new mechanisms of risk management.

To manage entrepreneurial risks, it is necessary to investigate the sources of risk that will allow to develop certain approaches to risk management.

The hotel business is a sphere of entrepreneurial activity in the provision of hotel services, construction and development of hotels.

Currently, the hotel business is the main component of the tourism industry. It is an actively developing branch of the country's economy.

The rate of growth in the number of hotels in the country is high (Figure 1, p. 200). Over the past ten years, the number of hotels in the country's market has grown almost five-fold.

Hotel business, as well as any other activity of commercial structures is subject to various kinds of risks. Risks taking place in hospitality are diverse, as a high probability of their manifestation. Thus, the issues of their identification and minimization with the purpose of timely prevention of possible consequences become urgent [1].

Russian scientists Glushchenko V.V. and Glushchenko I.I. define risk as «the possibility of a positive (chance) or negative deviation in the course of activity from expected or planned values». Accordingly, the analysis of sources is divided into two components. «The source of a positive deviation might be creativity, synergy, integration, accounting for specific features of the operation, system or service, a favorable combination of external factors» [2].

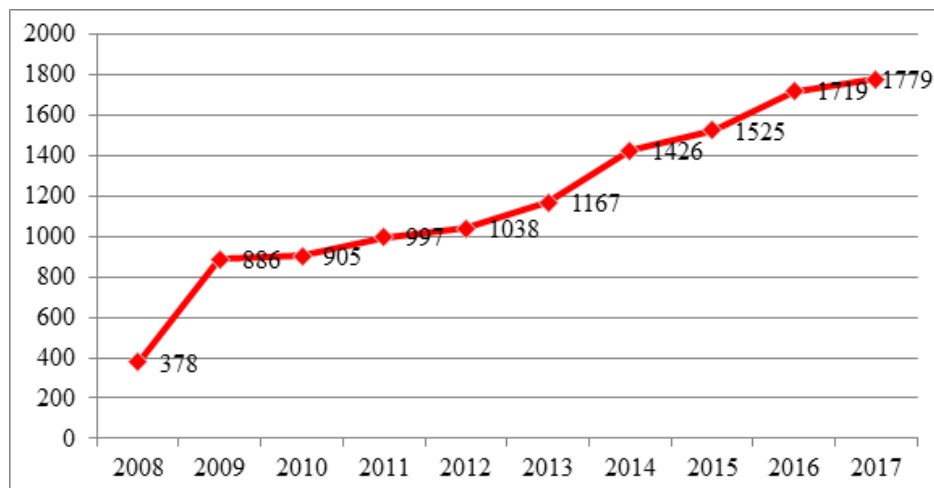


Figure 1 – Dynamics of growth in the number of hotels in Kazakhstan (units)

Note – Compiled by the authors according to the source: www.stat.gov.kz

Investigating the negative consequences of risks, they identify the following sources of their occurrence:

- ♦ natural – these sources give rise to risks associated with the fact that during the performance of operations or the functioning of the system, external conditions go beyond the preset limits and cause a negative deviation;
- ♦ the unreliability of the elements of operations and systems, which include the structural features of mechanisms or materials (technical properties);
- ♦ the human factor – could be a source of risk due to the actions of competitors, secrecy, confidentiality, which can give rise to uncertainty about the object of management (the risk of learning) or the inaccurate actions of the manager (the risk of action).

In the process of research, we have studied the possible risks taking place in the sphere of hospitality. We divided them into the following areas [3]:

- ♦ by the nature of the hazard (man-caused, natural and mixed);
- ♦ depending on the type of activity (entrepreneurial, investment, professional, production);
- ♦ depending on the object at risk (risk associated with life and health, property risks).

Let's consider them in more detail Technogenic risks include possible negative consequences caused by people's activities. In the hotel business in this group of risks are: pollution of the environment, violation of ecosystems, etc. This category of risks should be approached with special attention, since the consequences for the environment, as well as for the enterprise itself, can be serious. So, nature can be damaged in the form of soil cover degradation, pollution of water bodies and adjacent to the organization of the territory. In this regard, service companies can incur serious financial costs associated with the restoration of the natural environment, pay penalties, as well as criminal liability [2].

To natural risks can be attributed risks independent of the human factor. We refer to them earthquake, flood, volcanic eruption and other natural disasters. The likelihood of their manifestation depends, first of all, on the location of the objects of the hotel business. For companies providing hotel services in Kazakhstan, this risk is low due to a low probability of natural disasters.

To the mixed type of risks should be attributed risks caused by manifestations of natural events, the reason of which was economic activity. In the hotel business, this type of risk can be attributed to landslide hazard risks associated with construction on landslides prone to landslides, etc. In general, the probability of occurrence of this type of risk in Kazakhstan is low.

For entrepreneurial (commercial) risks, we have attributed the risks associated with losses arising as a result of entrepreneurial activities. This group also includes financial and production risks. This is the most common and probable type of risk. Investment risk is the risk of a decrease in the profitability of financial investments in commercial activities as a result of ineffective management decisions, as well as deterioration of the economic situation in the state. In the hotel business, they include investing

in illiquid assets, an inefficient dividend policy of a service enterprise. Professional risks are risks associated with the performance of job duties, accompanied by injuries. For the hotel business this type of risk is minimal. The level of risk for tourism employees is quite high.

Having studied the structure of risks, we separately identified the risks of fire danger, the risks of thefts and theft of property, the risks of epidemiological danger and the risks of food poisoning. From our point of view, these types of risks are most relevant for the hotel industry, as they directly affect customers, and measures to prevent them must be carried out constantly in the process of providing hotel services.

The risk of fire hazards is related to the risk of fire. In the area of hotel services, this type of risk can be high in the case of the operation of faulty equipment, wiring, violation of the requirements of fire safety rules.

The risk of epidemiological danger is associated with the spread of infectious diseases. The flow of customers in the provision of hotel services is significant, so the risk of spread of infections can be high. The significance of this indicator is great, first of all, in the countries of Asia, the African continent, where the tourist sphere and the high level of the spread of infectious diseases are developed. For Kazakhstani enterprises that provide hotel services, the risk of epidemiological danger is insignificant and may have high rates in the autumn-winter period, when the level of the incidence of influenza is high.

The risks associated with the theft and embezzlement in the hotel business are common. Their indicators can be high or low, depending on the quality of the organization of measures to prevent them. Effective and well-coordinated work of hotel security services will reduce the risk of theft to a minimum.

The risks of poisoning the customers of hotels are quite high. They are associated with non-compliance with the timing of storage of food products, with the sale of products that do not meet the quality and safety requirements established by regulatory documents. To reduce the degree of risk, it is necessary to organize control over the supply, preparation and sale of food products in the hotel. For hotels in Kazakhstan the amount of risk is on average lower than for hotel business in tourist countries. This aspect is connected with the more stringent requirements of the legislation regarding the sale of food products.

The classification of risks proposed by B. Milner and F. Luis (Figure 2) seems to be more regulated.

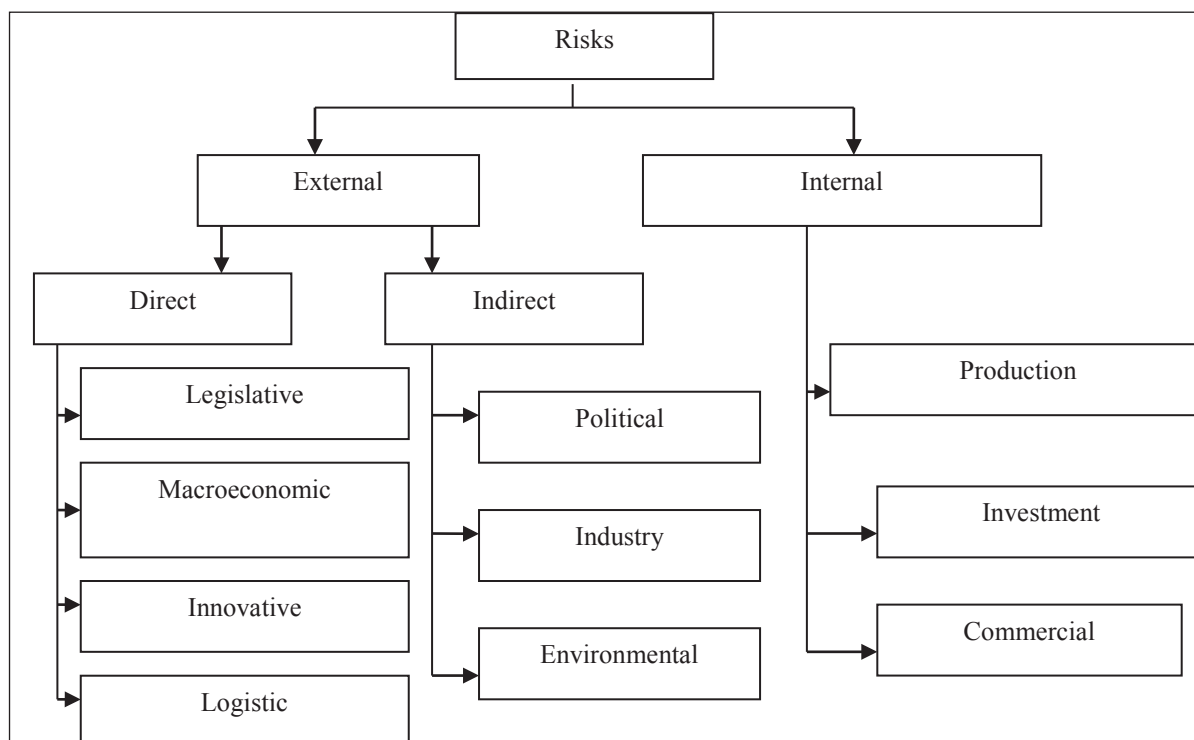


Figure 2 – Classification of risks proposed by B. Milner and F. Luis

They propose to divide the whole range of entrepreneurial risks into two main groups. The first group is formed by external risks arising in the external environment of the enterprise, which they, in turn, divide into direct and indirect. Internal risks include production, investment and commercial risks.

We have explored the types of risks, common to hospitality in Kazakhstan, and have identified ways to minimize them (Table 1). As a research method, a survey of employees in the hospitality industry was selected, an analysis of the results.

Table 1 – Analysis of risks of enterprises of the hotel business of the Republic of Kazakhstan

Name of risk	Type of negative effect typical for the region	The likelihood of occurrence (high $\geq 50\%$, medium – 25–50% low $<25\%$)	Ways to minimize
Technogenic	Pollution of the adjacent territory (soil, reservoirs), collapse of structures, failure of equipment	High	The use of effective treatment facilities, compliance with environmental legislation, application of administrative liability procedures for violation of requirements and standards for construction works, timely maintenance of equipment
Natural (climatic)	Natural (climatic)	Low	Minimization of damage associated with the prediction of natural disasters, insurance
Mixed	Landslides	Low	Compliance with the rules of construction, construction technology, the selection of sites with a low level of landslide hazard
Entrepreneurial	Downtime in work	High	Business planning, analysis of the formed financial reporting, fulfillment of contractual obligations, attraction of credit resources.
Investment	Decrease in yield on dividends	Medium	The formation of reliable reporting, reliable assessment of assets and economic situation in the enterprise and in the state
Professional	Traumatism of workers, accidents	Low	Compliance with safety regulations, job descriptions, recommendations, insurance
Risk of fire hazard	Fires at the enterprises of hotel business	Low	Compliance with fire safety rules, technical equipment with automated firefighting and warning systems, insurance
Epidemiological risks	Epidemics	Low	Implementation of recommendations of the relevant services for sanitary and anti-epidemiological measures, quarantine
The risks of theft (theft)	Theft from customers and staff, theft of property of the organization	Medium	Effective work of the hotel security service
Risk of poisoning	Poisoning with food	Medium	Work with proven suppliers of products, the correct technological processing of products, compliance with the storage period, the examination of products

Based on the study, we came to the following conclusions.

Risks related to the hotel industry are diverse, their number is quite high. In this respect, Kazakhstan has average indicators

The probability of risk depends on the geographical location of the hotel business, on the composition and effectiveness of measures aimed at minimizing it.

The most significant risks of the hotel business are: man-caused, entrepreneurial, investment, risks of theft, risks of food poisoning. The high probability of these risks is related to the peculiarities of doing business, with relatively low economic indicators for the development of the region and

individual enterprises in the sphere of hotel services, with insufficient quality of organizational arrangements.

Negative manifestations of these risks can be minimized through the implementation of appropriate measures to introduce modern technology, compliance with construction technologies, regulatory and technical documentation requirements; due to reliable assessment of assets and the formation of “transparent and useful” reporting, attracting additional financial resources; due to the effective organization of hotel security services; due to work with trusted food suppliers, etc.

LIST OF LITERATURE

- 1 Барчуков И.С. Гостиничный бизнес и индустрия размещения туристов: учеб. пособие. – М.: КНОРУС, 2013. – 168 с.
- 2 Glusshenko V.V. and Glusshenko I.I. Finance. Financial Risk Management. – М., 1998. – P. 299.
- 3 Иванов А.А. Риск-менеджмент: учеб. пособие. – М.: Изд. центр ЕАОИ, 2008.

Аңдатпа

Қазіргі заманда қонақ үй бизнесінің саласын сапалы және сандық дамыту қажеттілігі Қазақстан үшін үлкен маңызы бар. Кез-келген қонақ үй кәсіпорны оның өндірістік, коммерциялық, делдалдық және басқа да шаруашылық әрекетпен байланысты қауіп-қатерлерін басынан кешіреді. Қауіп-қатер факторы қонақ үй кәсіпорындарының басшыларын қаржылық және материалдық қорларды үнемдеуге, жаңа жобалардың нәтижелігін есептеуге мәжбүрлейді. Ол қорлардың дұрыс қолданылуымен салыстыру бойынша қорларды жоғалту және кіріс алмау қауіпін анықтайды. Сондықтан қауіп-қатерлердің әсерімен қонақ үй кәсіпорны өзінің қорғаныс механизмдерін үнемі жетілдіруге мәжбүр. Қонақ үй кәсіпорнының қызметіндегі қауіп-қатерлер – ол басқару шешімін қабылдау, орындамау немесе қабылдау кезінде қателер жасалған жағдайындағы шығындар мен залалдарға ұшырауы. Сонымен қатар, форс-мажор жағдайларын немесе белгісіз күштегі жағдайларды есепке алу керек, өйткені олар қауіп-қатер түрлерінен ауыр және ғаламдық зардаптарымен ерекшеленеді. Мақалада автор қонақ үй бизнесіндегі қауіп-қатерлердің түрлерін атап өтті. Қауіп-қатерлердің негізгі түрлері, олардың жағымсыз зардаптары қарастырылған. Қазақстанның қонақ үй бизнесінің кәсіпорнындағы қауіп-қатерлердің талдауы келтірілген. Оларды азайтуға мүмкін жолдары анықталған. Қонақ үй бизнесінің қауіп-қатер факторын шектеу және бейтараптау бойынша ұсыныстар әзірленді.

Тірек сөздер: қауіп-қатерлер, қонақ үй бизнесі, қонақ үй қызметі, қонақ үй индустриясы, қонақ үй кәсіпорындары, сыртқы факторлар, қорғаныш тетігі.

Аннотация

В современных условиях необходимость качественного и количественного развития сферы гостиничного бизнеса имеет для Казахстана очень большое значение. Все гостиничные предприятия испытывают риски, связанные с производственной, коммерческой, посреднической и иной хозяйственной деятельностью. Фактор риска заставляет руководителей и менеджеров гостиничных предприятий экономить финансовые и материальные ресурсы, рассчитывать эффективность новых проектов. Риск определяет опасность потери ресурсов или недополучения доходов по сравнению с рациональным использованием ресурсов. Поэтому под влиянием угроз и рисков гостиничное предприятие вынуждено постоянно совершенствовать свои защитные механизмы. Риск в деятельности гостиничного предприятия – это вероятность того, что предприятие несет убытки или расходы в случае принятия управленческого решения, при котором были допущены ошибки. Нужно также учитывать и форс-мажорные обстоятельства или обстоятельства непреодолимой силы, поскольку они отличаются от других видов рисков более серьезными и глобальными последствиями. В статье авторами приведена классификация рисков в гостиничном бизнесе, рассмотрены основные виды рисков, негативные последствия их проявления, проведен анализ рисков предприятий гостиничного бизнеса в Республике Казахстан, выявлены возможные пути минимизации рисков, разработаны рекомендации по локализации и нейтрализации факторов риска гостиничного бизнеса.

Ключевые слова: риски, гостиничный бизнес, гостиничные услуги, гостиничная индустрия, гостиничные предприятия, внешние факторы, защитные механизмы.

МРНТИ 68.85.35
УДК 2964

А.Ф. Цеховой,¹
д.т.н., профессор.
А.А. Жаксылыкова,²
докторант.
Satbayev University.¹
Казахский национальный
университет им. аль-Фараби²

**ФАКТОРЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ РАЗВИТИЕ МАЛОГО
И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА, И ИХ СВЯЗЬ С ВАЛОВЫМ
ВНУТРЕННИМ ПРОДУКТОМ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН**

Аннотация

Малый и средний бизнес является важной составляющей экономики стран мира. В развитых странах на его долю приходится значительная часть производимого ВВП. Представители малого и среднего бизнеса относятся к среднему классу с высоким уровнем материального достатка. В результате создается основа социальной стабильности в указанных странах. В Казахстане ситуация с развитием малого и среднего бизнеса остается неудовлетворительной. Хотя правительство страны предпринимает меры по его развитию, вклад малого и среднего бизнеса в экономику страны крайне низок. Малый и средний бизнес Казахстана не только не обеспечивает соизмеримый количественный вклад в ВВП страны, но и не располагает серьезными качественными достижениями. Малым и средним бизнесом производится мало высокотехнологичных товаров и услуг. В этой связи необходимо выявить причины слабого уровня развития малого и среднего бизнеса в стране. Следует определить те барьеры, которые стоят на пути развития малого бизнеса в Казахстане. Для этого представляется важным всестороннее исследование всех факторов, которые определяют быстрое и эффективное развитие малого и среднего бизнеса. Нахождение ключевых решений для построения эффективного механизма развития малого и среднего бизнеса в Казахстане определяет научно-практическую значимость данной статьи. Малый и средний бизнес представляет собой важную часть экономики, способствуя увеличению производства валового внутреннего продукта и тем самым усилению конкурентоспособности стран.

Ключевые слова: малый и средний бизнес, факторы, финансирование, конкурентоспособность, производство, концепция, стимулирование.

Значение малого бизнеса в мировой экономике велико. Страны, развивающие малый бизнес, решают многие социально-экономические проблемы. В развитых странах мира малый бизнес вносит существенный вклад в формирование валового внутреннего продукта, который в ряде стран превышает 70% от всего произведенного в них ВВП [1, с. 3–12]. Часто малый бизнес становится инициатором инноваций, меняющим технико-технологический облик экономики.

При развитии малого и среднего бизнеса в этих странах решаются и социальные проблемы, такие, как обеспечение занятости населения, формирование среднего класса, основы стабильности общества [2, с. 3].

В Казахстане развитию малого и среднего бизнеса как основы стабильности общества и экономики государства постоянно уделяется большое внимание. В частности, в своем Послании народу на 2016 г. президент страны Н. Назарбаев в очередной раз акцентировал внимание на решении задачи развития малого бизнеса, выделив ее как приоритетную [3].

Однако ситуация практически не меняется, и вклад малого и среднего бизнеса (МСБ) в социально-экономическое развитие страны остается невысоким, не соответствующим уровню развитых стран мира.

Выдвинутые президентом РК Н. Назарбаевым стратегические цели по вхождению Казахстана в число 30 наиболее развитых стран мира невозможно достигнуть без быстрого развития МСБ. На его место и роль в экономике стран указывает складывающаяся мировая практика.

Соотношение глобального индекса конкурентоспособности (ГИК) определяется высокой долей МСБ в ВВП развитых стран. В таблице 1 приведены сравнительные данные по ГИК и доле МСБ в ряде развитых стран мира и Казахстана.

Таблица 1 – Глобальный индекс конкурентоспособности в некоторых странах мира в 2016–2017 гг.

Страны	Место (глобальный индекс конкурентоспособности)	ВВП, млрд долларов США	Доля малого и среднего бизнеса, %
Швейцария	1 (5,81)	662,5	60–65
США	3 (5,70)	24680	50–52
Нидерланды	4 (5,57)	762,5	55–60
Германия	5 (5,57)	3490	55–57
Япония	8 (5,48)	4730	52–55
Казахстан	53 (4,41)	133,7	18,3

Примечание – Составлено на основе источников [4, 5, 6].

Как видим, страны, занимающие лидирующие позиции по показателю глобального индекса конкурентоспособности, имеют развитый МСБ, доля которого в производстве валового внутреннего продукта существенна. То есть малый и средний бизнес оказывает прямое и сильное воздействие на уровень конкурентоспособности экономики страны.

Динамика ГИК по Казахстану за последние 4 года приведена на рисунке 1: ГИК за все рассматриваемые годы не опускался ниже 4,4, но тем не менее среди всех оцениваемых стран место Казахстана в рейтинге глобальной конкурентоспособности изменялось. Так, рейтинг Казахстана по ГИК в 2016 г. снизился против 2015 г., составив 4,41 против 4,49 годом ранее. В результате такой оценки Казахстан по данному показателю оказался на 53-м, потеряв 11 позиций против 2015 г. [6]. В 2013–2014 гг. Казахстан занимал 50-е, имея в активе рейтинг 4,41. В настоящее время, имея те же 4,41 балла, Казахстан опустился на три позиции. Это указывает на то, что страны, оказавшиеся сегодня выше, улучшили свои позиции по ряду показателей. Снижение доли МСБ в ВВП Казахстана, очевидно, сыграло свою роль при подсчете ГИК и в потере нескольких позиций страны в общем рейтинге глобальной конкурентоспособности.

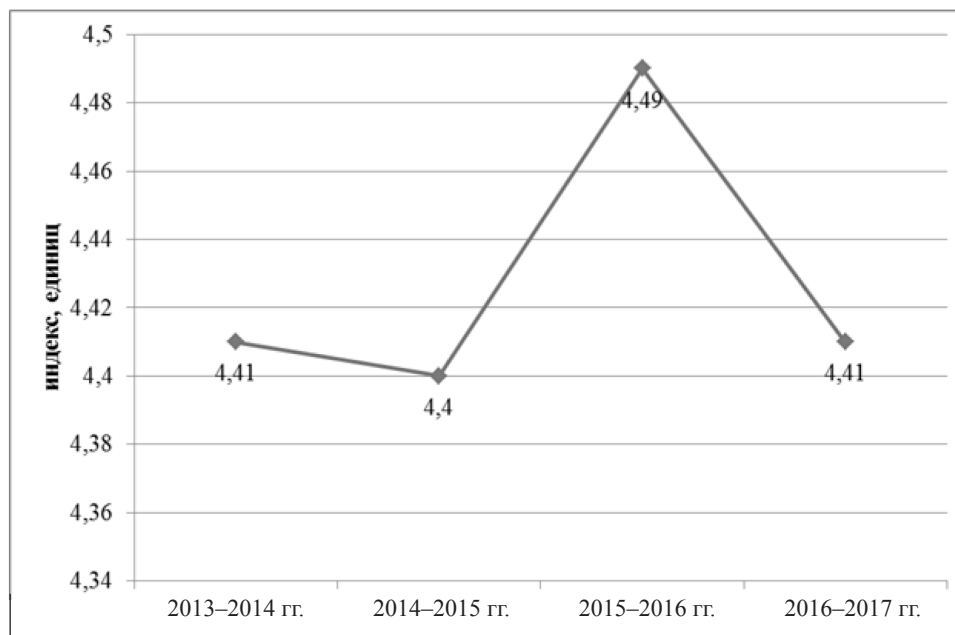


Рисунок 1 – Динамика глобального индекса конкурентоспособности Казахстана за 2013–2017 гг.

По ГИК Казахстан занимает не адекватное его потенциалу место. Более того, в последние годы страна теряет позиции по ГИК. В условиях продолжающегося кризиса именно МСБ

может нивелировать негативное его действие. Поэтому развитию МСБ в Казахстане следует уделять больше внимания. Это предполагает полнее использовать ключевые факторы, способствующие быстрому развитию МСБ.

К ключевым факторам развития малого и среднего предпринимательства относят государственную поддержку по различным направлениям (финансовую, организационную, методическую и т.д.), уровень образования и в целом кадровое обеспечение, наличие соответствующей инфраструктуры (материально-технической базы, технической, коммуникационной, институциональной и пр.), доступность научно-технических разработок для МСБ, открытость рынка и возможность для МСБ конкурировать с другими участниками рынка, культуру общества в части отношения к предпринимательству.

Каждый из перечисленных факторов важен для успешного бизнеса. Однако ведущее место среди всех факторов занимает государственная политика по поддержке предпринимательства в стране.

Практически во всех развитых странах мира оказывается поддержка МСБ. При этом можно наблюдать разнообразие форм и методов государственного регулирования развития МСБ. В ряде стран государства предоставляют гарантии по кредитам и по экспортным операциям, различные налоговые послабления, оказывают прямое финансирование, осуществляют субсидирование процентных ставок.

В то же время государственная поддержка МСБ проявляется не только в решении проблем экономического порядка. Государство в таких странах, как, например Швейцария, стремится ко всему прочему создавать условия для функционирования МСБ, чтобы ничто не мешало этому процессу, а предприниматели имели возможность максимально проявлять свой творческий подход к ведению дела. В результате, как мы видим, Швейцария занимает первое место в мире по ГИК.

В зависимости от ситуации значение каждого из факторов развития МСБ различно. Часто в отечественной литературе можно встретить мнение, что основным сдерживающим фактором развития бизнеса является проблема финансирования [6].

Действительно, финансирование бизнеса в значительной степени определяет его благополучие. Без адекватного финансирования вообще невозможно ведение бизнеса. Финансирование подразделяется на первичное и вторичное, воспроизводственное. Первичное финансирование необходимо для старта бизнеса. Источниками первичного финансирования могут быть средства учредителей или же привлеченные средства. Воспроизводственное финансирование выполняет функцию поддержания уже действующего бизнеса. При правильной организации бизнеса, как правило, проблем на стадии воспроизводственного финансирования не возникает.

Для создания малого и среднего бизнеса требуется первичное финансирование. Именно по этой форме финансирования часто разворачиваются дискуссии, когда речь идет о финансировании бизнеса. Рассматриваются проблемы доступности финансирования, в том числе привлечения и стоимости кредитов, длительности финансирования и т.п.

Финансирование – важная часть создания бизнеса, но, как нам представляется, не самая важная. Практика показывает, что более важными факторами успешного бизнеса являются знания (когнитивность), сбыт и в меньшей степени, производство.

Под когнитивностью бизнеса мы понимаем способность индивида видеть все стороны планируемого им предпринимательства в таком виде, который имеет высокий реальный потенциал для успеха.

Сегодня мало авторов публикаций рассматривают острую проблему дефицита знаний отечественных предпринимателей. Мы полагаем, что именно нехватка достаточных знаний не позволяет казахстанским предпринимателям воспользоваться имеющимися в стране богатейшими природными ресурсами, адекватно созданной нормативно-правовой базой и прочими возможностями для успешного ведения бизнеса.

При этом дефицит знаний касается не только непосредственно организации бизнеса, выбора направления деятельности. Знаний не хватает в части того, каким образом реализовать идею. В частности, в целом по стране недостаточно используется эффективный механизм проектного менеджмента, не говоря уже о МСБ. Процесс распространения проектного менеджмента в

Казахстане идет крайне медленно [4, с. 243–249]. Его использование помогло бы эффективнее решать вопросы разработки, освоения, ресурсного обеспечения и производства новых товаров.

Дефицит профессионально подготовленных специалистов не способствует общему развитию предпринимательства в Казахстане, особенно в малом и среднем бизнесе. Доля действующих предприятий крупного бизнеса в ВВП страны значительно выше, чем предприятий малого и среднего бизнеса. На дефицит кадров указывает множество авторов, исследующих проблемы человеческого капитала Казахстана. Так, Чуланова З. акцентирует внимание на тенденции роста спроса на специалистов определенного уровня [3, с. 53–56].

Проблема эффективного использования имеющихся ресурсов в области знаний стоит перед любым производственным предприятием, нацеленным на результат. Очевидно, что ключевым ресурсом является персонал предприятия. Хорошо подобранный функциональный персонал – ключ к достижению поставленных целей. В этой связи максимальное использование персонала предприятия, его потенциала способствует более эффективному развитию. В этой связи необходимо решить проблему повышения уровня подготовки будущих предпринимателей, больше внимания уделяя приобретению ими практических навыков ведения бизнеса. Требуются думающие, творческие специалисты.

В Казахстане много бездействующих предприятий МСБ. Насыщение экономики страны грамотными и креативными кадрами способствует увеличению количества действующих предприятий МСБ и, соответственно, росту ВВП страны.

Следующим важным фактором успешного малого и среднего бизнеса является сбыт продукции. Сбыт продукции для любого бизнеса определяет его жизнеспособность. Без сбыта нет бизнеса – аксиома, которой следует уделять постоянное и повышенное внимание.

Казахстан – страна с небольшим населением, и емкость внутреннего рынка является определенным препятствием для развития бизнеса. В условиях «узкого» рынка сбыта продукции организовать массовое производство товаров – задача бесперспективная. Массовое производство необходимо для получения эффекта от масштаба производства. Чем больше объемы производства, тем ниже себестоимость продукции и, следовательно, выше уровень конкурентоспособности.

Для предприятий малого и среднего бизнеса Казахстана проблема ограниченного рынка и сбыта стоит особенно остро. Те рыночные ниши, в которых может успешно развиваться малый и средний бизнес, ограничены в силу разных объективных и субъективных обстоятельств. Традиционные рыночные ниши для МСБ – розничная торговля, сфера услуг и прочие возможные направления деятельности ограничиваются либо сильным давлением со стороны крупных игроков рынка, либо пределами внутренних рынков сбыта продукции. Кроме того, проблемы сбыта продукции сдерживают распространение хороших предпринимательских идей, существующих в стране. Эти проблемы связаны со сбытом продукции как внутри страны, так и за рубежом.

Для решения проблемы продвижения казахстанских товаров на рынки сбыта необходимо создать сеть сбытовых организаций, основной задачей которых должна стать реализация произведенной отечественными предприятиями продукции. При этом целью сбыта товаров должны стать зарубежные рынки товаров. Это в значительной степени способствует становлению и укреплению малого и среднего бизнеса Казахстана.

По нашему мнению, именно сбытовые компании могут и должны способствовать эффективному продвижению отечественной продукции в Казахстане и за рубежом. Реальное содействие предпринимателям в сбыте производимой в Казахстане продукции поможет быстрее структурно перестроить отечественную экономику и снизить уровень зависимости страны от экспорта минеральных ресурсов. В этом случае вклад МСБ в ВВП страны возрастет, а экономика Казахстана повысит уровень своей конкурентоспособности.

Создать сбытовые организации для продвижения отечественных товаров на мировые рынки можно с помощью проектного менеджмента. Посредством методов проектного менеджмента будет обеспечен системный подход, выражаемый в постановке целевых ориентиров, определении необходимых ресурсов, включая финансовые, выработке процессуальных механизмов функционирования сбытовых организаций.

В Казахстане есть достаточно возможностей для производства традиционной продукции с высоким потенциалом добавленной стоимости. Сырьевые возможности Казахстана позволяют производить конкурентоспособную на мировых рынках продукцию. Если, к примеру, взять сельскохозяйственную продукцию пищевого назначения, то ее отличает высокая пищевая ценность. Это связано с тем, что в Казахстане выращивается в основном органическая продукция растениеводства, а скот выгуливается на естественных кормах. В недрах страны сосредоточены большие запасы минеральных ресурсов, их переработка даст ощутимые конкурентные преимущества, которых не имеют многие страны мира.

Современное производство может быть организовано за счет покупки готовой технологии или соответствующей франшизы. Этими опциями могут вполне воспользоваться малые и средние предприятия Казахстана.

В основе конкурентной продукции лежат два определяющих фактора – качество, соответствующее мировым стандартам, и уровень цен. В этой связи эффективное производство должно основываться на передовых технологиях, благодаря которым можно создать продукт высокого уровня при низких производственных затратах.

При этом в ходе производства обязательным условием его успешности должно быть строгое соблюдение технологической дисциплины, использование исключительно высококачественных сырья и материалов, с тем чтобы получать высококачественные товары. Без этого нельзя добиваться высокого и стабильного качества изделий.

И конечно же, организация производства должна изначально предусматривать минимальные производственные затраты. Уже при проектировании нового производства необходимо ориентироваться на достижение высокого уровня производительности труда за счет использования высокопроизводительной техники и рациональной организации труда.

Современное производство нуждается в использовании передовых производственных технологий, техники и оборудования, материалов, умелого руководства производственными процессами и трудовыми коллективами. Это обеспечивается людьми, их профессионализмом и производственным навыками.

Очевидно, что эти требования для предпринимательской структуры предполагают наличие штата специалистов, способных решать возникающие вызовы окружающей среды, предугадывать новые тенденции, прогнозировать, исследовать и обдуманно реагировать на появляющиеся изменения. Эти требования усложняют деятельность средних предприятий и, тем более, малых предприятий, возможности которых ограничены по сравнению с крупными предприятиями. Это обстоятельство делает необходимым предоставление соответствующих льгот и преференций для малого и среднего бизнеса.

Современное производство требует большего внимания к применению инновационных подходов в работе предприятия, нахождению новых возможностей и использованию их в производстве, поиску и применению новых, креативных решений, заметно повышающих эффективность управления ресурсами компании.

Обобщая все вышеперечисленное, отметим, что сегодня состояние отечественного малого и среднего бизнеса не отвечает задачам ускоренного развития экономики Казахстана. Несмотря на государственную поддержку, ситуация в данном секторе экономики остается неизменной на протяжении многих лет. В многочисленных публикациях при выделении основных факторов развития малого и среднего бизнеса во главу угла ставится проблема финансирования. Однако, несмотря на важность финансирования, причины слабого развития малого и среднего бизнеса Казахстана в большей степени связаны с другими проблемами, решение которых способствует ускоренному развитию малого и среднего бизнеса страны.

Это прежде всего проблемы, связанные с подготовленностью предпринимательского корпуса страны, которому не хватает знаний во многих областях, необходимых для основания самостоятельного бизнеса и всемерного его развития. В частности, это относится к выбору направлений деятельности, применению проектного менеджмента для успешного начала бизнеса. Также с государственным участием требуется решение ряда организационных проблем, направленных на реальную помощь развитию МСБ страны.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Калинин А.В. Анализ развития и состояние малого и среднего бизнеса в мире // Экономика, предпринимательство и право. – 2011. – № 4. – С. 3–12.
- 2 Послание Президента Республики Казахстан Н. Назарбаева народу Казахстана 30 ноября 2015 г. «Казахстан в новой глобальной реальности: рост, реформы, развитие»: //www.akorda.kz.
- 3 Лю Сяомэй. Малый и средний бизнес в условиях глобализации мировой экономики: // <http://teoria-practica.ru>.
- 4 Официальный сайт Комитета по статистике Министерства национальной экономики РК: //stat.gov.kz.
- 5 Жунисова Л.Р. Развитие и поддержка малого бизнеса в Республике Казахстан // Институт сравнительных социальных исследований «ЦЕССИ-Казахстан»: //<http://articlekz.com>.
- 6 Назарбаев. Н.А. Кооперация должна быть централизована // Капитал. – 2016. – 9 сентября.

Аңдатпа

Шағын және орта бизнес әлем елдері экономикасының маңызды құрамдасы болып табылады. Дамыған елдерде оған өндірілетін ЖІӨ біршама үлесі тиесілі. Шағын және орта бизнес өкілдері материалдық әлеуметтік жағдайы жоғары деңгейіндегі орта тапқа жатады. Нәтижесінде аталған елдерде әлеуметтік тұрақтылықтың негізі жасалады. Шағын және орта бизнестің Қазақстандағы даму жағдайы қанағаттанарлықсыз болып отыр. Ел үкіметі оның дамуы үшін пәрменді шаралар қабылдаса да шағын және орта бизнестің ел экономикасындағы үлесі өте төмен. Қазақстанның шағын және орта бизнесі елдің ЖІӨ сәйкес сапалы үлесті қамтамасыз ете алмай отыр әрі ауқымды сапалы жетістіктері де жоқ. Шағын және орта бизнес жоғары технологиялы тауарлар мен қызметті аз өндіреді. Осыған байланысты елдегі шағын және орта бизнестің дамуының әлсіз деңгейінің себептерін анықтау қажет. Қазақстандағы шағын және орта бизнестің даму жолында тұрған кедергілерді айқындап алған жөн. Бұл үшін шағын және орта бизнестің жедел және тиімді дамуын айқындайтын барлық факторларды жан жақты зерттеу маңызды болып табылады. Қазақстандағы шағын және орта бизнестің дамуының тиімді тетіктерін жасау үшін өзекті шешімдерді табу – осы мақаланың ғылыми-практикалық мәнін айқындайды. Шағын және орта бизнес экономиканың маңызды бөлігін құрайды, бұл жалпы ішкі өнімнің өндірісін ұлғайтуға және сол арқылы елдердің бәсекеге қабілеттілігін нығайтуға ықпал етеді.

Тірек сөздер: шағын және орта бизнес, факторлар, қаржыландыру, бәсекеге қабілеттілік, өндіріс, тұжырымдама, ынталандыру.

Abstract

Small and medium-sized enterprises (SME) are an important component of economics of the countries. In developed countries the SME account for the significant part of GDP. SME owners are considered as a middle class with high level of income. This results in a creation of the basis for social stability in mentioned countries. The SMEs' growth in Kazakhstan is unsatisfactory. Although the government is taking the actions on the SME sector, their contribution to the economy is extremely small. The problem of SME in Kazakhstan is its low level of contribution to GDP and is characterized by quality achievements. SME produce only a few high technological goods and services. Therefore it is necessary to identify the causes of slow growth of SME in the country. It is necessary to identify barriers against the SME growth in Kazakhstan. For this purpose it is important to research extensively all the factors which affect the rapid and effective growth of the SME. Finding key solutions for creating an effective mechanism of the SME growth in Kazakhstan defines the scientific and practical significance of the this article. Small and medium business represents an important part of the economy, contributing to an increase in the production of gross domestic product and thereby strengthening the competitiveness of countries.

Key words: small and medium-sized business, factors, financing, competitiveness, production, concept, stimulating.

Ф.М. КУЛЕМБАЕВА,¹
докторант.
А.М. СЕЙТКАЗИЕВА,¹
э.ғ.д., профессор.
«Нархоз» университеті¹

АУТСОРСИНГТІҢ ЭКОНОМИКАЛЫҚ МАҢЫЗЫНЫҢ ТЕОРИЯЛЫҚ АСПЕКТІЛЕРІ

Андатпа

Аутсорсингті қолдану көптеген жылдар бойы бизнестегі жаһандық үрдістердің бірі болып табылады. Аутсорсинг бірнеше жыл бойы бизнестегі ғаламдық үрдіс болып табылады. Бұл бизнес-операцияларды жақсартудағы, бизнес-процесстерді оңтайландырудағы құрал, яғни, өндірістің тиімділігін көтеретін өнімді әдіс деп айтуға да болады. Сонымен қатар, кәсіпкерлікті дамыту мүмкіндіктерін іздестіру жағдайында аутсорсингке көбірек назар аударылады, ол кейде өндірістің тиімділігін арттыру әдісі ғана емес, сонымен қатар дағдарысты басқарудың ажырамас бөлігі болып табылады. Аутсорсинг қазіргі заманауи әлемде – бизнесті жүргізудің қызықты әрі интенсивті дамып келе жатқан әдістердің бірі болып табылады. Сондықтан, аутсорсингті кәсіпорында тиімді қолданудан бұрын оның мәні мен мағынасын түсіну қажет. Соңғы кездері экономикалық ортада «аутсорсинг» деген ұғым кеңінен айтылып жатыр. Тәжірибе жүзінде аутсорсинг көптеген түрлі қызмет түрімен айналысатын шетелдік кәсіпорындарда ендіріліп отыр. Сонымен қатар, аутсорсинг туралы мәселелер түрлі кәсіпорындардың түрлі семинарлары мен презентацияларында айтылып келеді. Көптеген ғалымдар аутсорсингтің мән мағынасын тереңінен зерттеу жүргізуде. Қазіргі таңда аутсорсинг белсенді түрде дамып келе жатыр. Мақалада аутсорсингтің мәні мен экономикалық маңыздылығы, ресейлік және батыс елдері ғалымдарының аутсорсинг бойынша пайымдары теориялық тұрғыдан ашылды. Мақалада зерттеуші ғалымдардың 1985 жылдан 2014 жыл аралығындағы теориялық материалдары, анықтамалары және ұғымдары, сондай-ақ тәсілдері қолданылған.

Тірек сөздер: аутсорсинг, бәсекеге қабілеттілік, стратегия, бизнес-процесс, тиімділік, тұтыну.

Қазіргі жағдайында көптеген кәсіпорындар өздерінің бәсекеге қабілеттілігін арттыру үшін нарыққа адал болып қалуға тырысады. Сондықтан қатаң бәсекелестік жағдайында өз орнын жоғалтпау үшін көптеген кәсіпорындар үнемі өздерінің өндірістік технологиялары мен басқару әдістерін жетілдіріп, нақты мәселелер бойынша инновациялық шешімдерді қажет етеді. Осы себепті аутсорсинг қызметтерін пайдалану өте маңызды. Бұл өнім сапасын жақсартады, проблемаларды тез шешуге және табысты, бәсекеге қабілеттілікті арттыруға және шығындарды азайтуға мүмкіндік береді.

Аутсорсинг бірнеше жыл бойы бизнестегі ғаламдық үрдіс болып табылады. Бұл тұтастай алғанда бизнес-операцияларды жақсартудағы, бизнес-процесстерді оңтайландырудағы құрал, яғни, өндірістің тиімділігін көтеретін өнімді әдіс деп айтуға да болады.

Сонымен қатар, кәсіпкерлікті дамыту мүмкіндіктерін іздестіру жағдайында аутсорсингке көбірек назар аударылады, ол кейде өндірістің тиімділігін арттыру әдісі ғана емес, сонымен қатар дағдарысты басқарудың ажырамас бөлігі болып табылады.

Заманауи кәсіпорындар өздерінің бәсекелік артықшылықтарын сақтап, кәсіпорын қызметінің тиімділігін арттыру үшін инновацияларды басқаруды үйренуі қажет. Технологиялық өзгерістерді басқару механизмдері пайда болғалы бері және оның даму кезеңдерінде мынадай екі үдерісті атап көрсетуге болады:

біріншіден, инновациялық бәсекелік артықшылықтар арқылы тұрақты өсімді қамтамасыз ету, яғни, жаңа ашылулар мен ғылымды коммерциялау;

екіншіден, әрбір жаңа технологиялық дәуір сол кезеңге сәйкес басқарудың жаңа әдістерінің пайда болуымен дамып отырды.

Аутсорсинг қазіргі заманауи әлемде – бизнесті жүргізудің қызықты әрі интенсивті дамып келе жатқан әдістердің бірі болып табылады. Танымал Wired журналының анықтауынша, бұл жаңа стратегиялық басқарудың негізі мынаған келіп тіреледі екен, «басқаларға қарағанда жақсы істей алатын нәрсемен айналысуды емес, бәрінен де бұрын тиімді сатып алумен айналысуға үйрету» [1]. Шынында да, барлығын бір уақытта жақсы (сапалы) деңгейде істеу экономикалық

тұрғыдан тиімсіз, тіпті мүмкін де емес, сондықтан әлемдік ірі фирмалардың басшылары өндірістік процесстерді мамандандыруда, тіпті бизнес процесстерді ұйымдастыру мен басқаруда қажетті кез келген сыртқы ресурстарды пайдаланатыны сөзсіз. Осылайша, компания өзінің бизнес процесстерінен (немесе бір бөлігінен) бас тартып және сол процесстерді жабдықтаушы-фирманың қызметін сатып алу арқылы жүзеге асырады. Мысалы, танымал, Генри Фордтың автокөлік зауыты құрылған кезде, көліктер мен көлік құралдарын 100%-ға жеке өзі шығарып отырған. Ал қазір Форд корпорациясы көлік құралдары мен қызметтерінің үштен екі бөлігін аутсорсингтан алатыны белгілі.

Тәжірибеде көріп жүргеніміздей, заманауи бизнесте аутсорсинг кең көлемде таралуда. 2015 жылы «TechnologyForecasters» журналы келесі мәліметтерді жариялаған болатын. «Қазіргі таңда шетелдік кәсіпорындардың минимум 90%-ы ең кемінде бір бизнес процессін жүзеге асыру үшін аутсорсингке жүгінеді».

Аутсорсингтің базалық тұжырымдамасы негізінен жаңадан ойлап табылған нәрсе емес және ол өзінің үш негізгі қағидасына сүйене отырып, жұмыс жасайды:

- 1) әркім өзінің жұмысымен айналысуы тиіс және тек қана соған икемделуі қажет;
- 2) алға қойған міндеттерді жүзеге асыруды, кім жақсы орындай алады, соған тапсыру;
- 3) мұндай еңбек бөлінісі тапсырыс берушінің қаражатын үнемдеп, орындаушыға пайда алып келеді.

Соңғысының растығына заманауи бизнесте кең тараған экономикалық статистиканы мысалға келтірсек жеткілікті: аутсорсингті пайдаланған кезде тапсырыс беруші фирма сол өнімді өзі өндіргенмен салыстырғанда тікелей шығындары екі есеге қысқарады. Қазіргі таңда аутсорсинг кез келген компанияға қажетті барлық кәсіби деңгейдегі қызметтерді тиімді келісімшартпен алуға, сонымен қатар динамикалық өсуді сақтап, төмен шығындар мен экономикалық өсудің қосымша әлеуетін қалыптастырады.

«Аутсорсинг» термині 1980 жылдары пайда болды. Термин қазіргі таңда бизнесмендер әңгімелерінде, кеңесшілердің презентацияларында, газеттерде, кейбір әдебиеттерде кездеседі. Құрал ретінде көп назар аударылуда. Халықаралық PWC кеңесшінің Шетелдік және ресейлік топ-менеджерлердің жылдық жүргізген сауалнамасына сәйкес 2014 жылы 11% ғана Ресейлік кәсіпорындар аутсорсингті қолданғысы келді және 9% ғана қызметтерін компанияға қайтып алғылары келді. Ал 2015 жылы 22% Ресей топ-менеджерлері аутсорсинг бизнесті қайта құрудағы қадам екенін қарастырды. «Аутсорсинг» келесідей түсінік береді «сыртқы көздерді пайдалану», яғни қандай да бір қызмет түрлерін басқа кәсіпорын атқарып жүзеге асырып береді. Тәжірибе бойынша «аутсорсинг» «шет жақта» деген мағынаны білдіреді. Ол дегеніміз келесідей болуы мүмкін:

- ◆ өз міндеттерін орындау үшін шет кәсіпорындардың қызметтерін қолдану;
- ◆ қаржылық және банктік мәліметтерді өңдеу үшін сыртқы ұйымды қолдану;
- ◆ өз мәселелерін шешу үшін сырттан ресурстрады тарту;
- ◆ жұмысшыларды еңбек келісім шартсыз уақытша қолдану;
- ◆ компания техникаларына ремонт жүргізу үшін сыртқы фирмалардан мамандар жалдау;
- ◆ ішкі қызмет түрлерін бөліп беру [2].

С. Ефимова, Т. Пешкованың пайымдауынша аутсорсинг – бұл тікелей ұйымдық сұрақтарды қамтиды және қандай да бір бизнес-үрдіс бөлігін немесе бизнес-қызмет түрін шеткі жалдамалы кәсіпорынға беру бойынша міндетті түрде кәсіпорын басшысы қабылдайтын шешім болып табылады.

Slack & Lewis пайымдауынша аутсорсинг – бұл стратегия. Стратегия бірнеше облыстарды қамтиды, сондықтан нақты кезеңдерден тұрады. Стратегияның жартысы – мақсатты өнімділікті түсіну (сонымен қатар кейбір авторлар «бәсекелік артықшылықтар» деп атауы мүмкін). Мақсатты тиімділікке қол жеткізу ол жоспарланған стратегияның тиімділігін қамтамсыз етеді және нарықтың талаптарын қанағаттандырады [3].

Әдебиеттің көбі аутсорсингті қолдану себебін үнемдеумен түсіндіреді. Bers, 1992; Harler пайымдауынша аутсорсинг шығындарды төмендету мақсатында қолданады. Мысалы, Австралияның 7500 қоғамдық кәсіпорындары жинастыру (уборка) жағынан аутсорсингтік қызметін пайдалану арқылы, ішкі қызметінің орындалуымен салыстырғанда 46 пайыз үнемделді деп көрсеткен [4].

С. Календжян жазғандай, аутсорсинг қосымша бәсекелік артықшылықты қамтамасыз ететін кәсіпкерліктің заманауи моделі. Бұл артықшылықтардың басты көзі – нарықта жетістікке жету үшін өзге компаниялардың ресурстарын (материалды және материалдық емес) пайдалану.

Алайда біраз экономикалық әдебиеттерде аутсорсингтің көптеген анықтамалары бар:

♦ өзінің бизнес-процесстерінен бас тартып және осы бизнес-процесстерді жүзеге асыру үшін басқа компаниядан тиімді түрде сатып алу;

♦ кооперация;

♦ жабдықтаушы жұмыстар (мысалы, құрылыста);

♦ арнайы мамандандырылған агенттік арқылы еңбек келісім-шартынсыз уақытша жұмысшыларды жалдау;

♦ компанияны ауыстыру, ақпараттық технологиялар саласында жұмыс істейтін фирмалар операцияларының бір бөлшегін шетелдік мамандардың еңбегін пайдалану мақсатында ауыстыру;

♦ коммерциялық операциялар кезінде банктік және басқа да қаржылық мәліметтерді өңдеуде сыртқы ұйымдардың көмегін пайдалану.

Аутсорсинг түсінігі туралы отандық және шетелдік әдебиеттерде және басқа да көптеген түсініктемелер мен тұжырымдар берілген. Айтылған пікірлер мен тұжырымдамаларды келесі кестеден (1-кесте) көре аламыз.

Кесте 1 – Аутсорсинг бойынша тұжырымдамалар

Harrigan, 1985	Тауарлар мен қызметтерді өндіруге қажетті материалдар мен қызметтерді жеткізу үшін алуан түрлі «сатып алу шешімдері»
Loh and Venkatraman, 1992	Пайдаланушы ұйымының ақпараттық технология инфрақұрылымымен байланысты физикалық және/немесе адам ресурстарын сыртқы жеткізушілермен қамтамасыз етілуі
Quinn and Hilmer, 1994	Кез-келген фирманың ажырамас бөлігі болып саналатын, соның ішінде негізгі мүмкіндіктердің бір бөлігі болмаған жағдайда сыртқы қызметті сатып алу
Ventura, 1995	Тәуелсіз фирмалармен алмасу қатынастары негізінде тұрақты ынтымақтастық туралы келісім жасалуы мүмкін
Lei and Hitt, 1995	Ол қосымша құндылықтарды құрайтын қосымша өндірістік компоненттерді және басқа да іс-әрекеттерді жасауға сыртқы мүмкіндіктер мен дағдыларға сенеді
Bailey et al., 2002	Қажетті нәтижелермен қамтамсыз ету үшін нақты қызмет түрлерін беру
McCarthy and Anagnostou, 2004	Аутсорсинг деген, бұл тек қызмет түрін сатып алу ғана емес, сонымен қатар іскерлік қызмет түрі мен осыған байланысты біліммен сыртқы ұйымды қамтамасыз етудегі жауапкершілік
Espino-Rodríguez & Padrón-Robaina, 2006	Аутсорсинг – бұл бәсекеге қабілетті артықшылықтарды арттыру мақсатында тауарларды өндіру мен қызмет көрсетуді келісім бойынша жүзеге асырылатын бизнес-процесстермен қызмет түрлерін беру бойынша стратегиялық шешім
Ошри, Котлярский и Вилкокс, 2011	Белгілі бір уақыттың ішінде жұмыс көлемін, қызмет көрсетудің құны мен ұзақтығын басқару және аяқтау үшін үшінші қызмет жеткізушісімен келісімшарт бойынша жасау аутсорсингті анықтайды
PETRONILA A OGOLA, 2013	Аутсорсинг – бұл цифрлық құрамнан редакциялық қызметке дейін жарияланған функцияларының ауқымында кең таралған тәжірибе. Ол экономикалық пайда мен икемділікті қамтамасыз етеді, сонымен қатар жаңа дағдыларды үйренуде түрлі технологияларға мүмкіндік береді
Демесінов Т.Ж., 2014	Аутсорсинг келісімшарттарда көрсетілген мерзім ішінде өзінің бизнес-процесстерінен бас тарту және бұл бизнес-процесстерді жүзеге асыру жөніндегі қызметтерді басқа компаниядан сатып алу

Айтып өтетін болсақ, «аутсорсинг» түсінігінің әлемдік ортақ нақты қағида, ережелері қалыптаса қойған жоқ. Американдық экономистер Р. Чапмэн және К. Эндрейд «бұл термин кез келген іскерлік белсенділікті арттыру бағытындағы іс-шаралардың бәріне қолшатыр сынды пайдаланылады», – дейді. Канадалық экономист Г. Кассиди аутсорсингтің басты ерекшелігі келісімшарт арқылы міндеттерді екінші тарапқа беру дей отыра, «contractingout» терминін енгізуді ұсынады [5].

Аутсорсингті жіктеп қарастыруға болады. Көптеген ғалымдар аутсорсингті келесідей жіктеп көрсетеді:

- ◆ функционалды (басқару функциясын беру);
- ◆ операциялық (өндірістік функцияларды беру);
- ◆ ресурстық (өзге компаниялардың ресурстарын пайдалану).

Сонымен қатар, аутсорсингтің келесі жіктемесі қызықты әрі кең тараған.

Толық аутсорсинг (мысалы, фирма өзінің жабдықтаушысына интернет желісіндегі күнделікті операцияларды береді. Оның ішіне веб-сайтты жасау, оны ақпараттармен толтырып, жүргізіп отыру қызметтері кіреді).

Ішінара аутсорсинг (кәсіпорын өзі жүзеге асыратын қызметтің бір бөлігін береді, мысалы, веб-сайтты жасау, ал қалған барлық стратегиялық өңдеу, оны тәжірибеде енгізу компанияның өзінде қалады).

Жетілдірілген аутсорсинг (нарықта танымал фирма бірқатар функцияларды жабдықтаушыға бере отырып, басқарушы компанияның рөлін өзіне қалдырады).

Ресейлік ғалым, экономист В.И. Долгий өзінің бір мақаласында мынадай бір фактқа назар аударады: «Базалық қасиеттерді бағалаудың арасында мыналарды ерекшелеп: компанияның нарықта алатын үлесі, жаңа қызмет немесе өнім түрлерін игере алу мүмкіндігі, жұмысшылар саны және т.б. Аталған барлық көрсеткіштерді бәсекелестердің бизнес процесстерін аутсорсингке бергеннен кейінгі нәтижелерімен салыстыру». Міне осыдан кейін барып аутсорсингті мақсатты пайдалану мен тиімділігі туралы қорытынды жасалынады. Бұл әдістің артықшылығы оның ең тиімділігінде, өйткені ол бәсекелестердің мысалында қарастырылып, оның жеткен жетістіктерін сараптап, аутсорсингті тиімді жүзеге асыру технологиясын сандық және сапалық жағынан бағалауға мүмкіндік береді.

Кәсіпорынның табысты жұмыс істеуі үшін олардың шығынының тиімді жұмсалуды, нарықта бәсекеге қабілетті болу маңызды міндеттердің бірі болып табылады. Ал, қазіргі ғаламдану жағдайында, экономикалық даму жағдайында аутсорсинг кәсіпорынның шығындарын төмендетуге мүмкіндік беріп қана қоймай, сапалы қызмет көрсету мен компанияның табыстылығын арттыруға, жаңадан енген техника-технологияларды пайдалануға, нарықта бәсекеге қабілетті болуға өз үлесін қосады.

ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

- 1 Аалдерс, Р. IT-аутсорсинг: тәжірибеде пайдалануға нұсқаулық.
- 2 Филина Ф.Н. Аутсорсинг бизнес-процессов. Проблемы и решения [RTF]: <http://www.twirpx.com/file/1637044/>.
- 3 Slack N., Lewis M. (2008). Operations Strategy, 2 nd Edition, Harlow, Prentice Hall.
- 4 Kremic T., Tukul O.I., & Rom W.O. (2006). Outsourcing decision support: a survey of benefits, risks, and decision factors. Supply Chain Management: An International Journal, 11(6), 467–482: <https://doi.org/10.1108/13598540610703864>.
- 5 Вайнштейн В. Российский аутсорсинг в зеркале мирового опыта: <http://www.cio-world.ru>.

Аннотация

Применение аутсорсинга выступает одной из глобальных тенденций в бизнесе в течение многих лет. Его можно назвать продуктивным подходом к совершенствованию бизнес-модели, оптимизации бизнес-процессов и инструментом повышения эффективности производства. Более того, в случае необходимости дальнейшего развития предпринимательской деятельности предпочтение отдается прежде всего аутсорсингу, который является не только методом повышения производительности, но и неотъемлемым элементом процесса управления кризисом. Аутсорсинг – один из самых привлекательных и востребованных методов ведения бизнеса в современном мире. Поэтому важно понимать значение и смысл аутсорсинга для его целесообразного применения на предприятии. В последнее время значимость применения «аутсорсинга» широко обсуждается в экономической среде. Обращается внимание, что аутсорсинг внедряется на иностранных предприятиях, занимающихся абсолютно различными видами деятельности. В то же время вопросы применения аутсорсинга обсуждаются на различных семинарах и презентациях с участием множества предприятий. Многие ученые закономерно оказались широко вовлеченными в исследования проблем аутсорсинга. В настоящее

время аутсорсинг активно внедряется. В статье рассмотрена экономическая суть и практическая значимость аутсорсинга, а также изучена теоретическая составляющая данного явления на основе взглядов российских и западных ученых. В статье использован теоретический материал, определения и понятия, а также подходы ученых исследователей за период с 1985 по 2014 гг.

Ключевые слова: аутсорсинг, конкурентоспособность, стратегия, бизнес-процесс, эффективность, потребление.

Abstract

Use of outsourcing is considered as a global tendency in business during long period. It can be called as a productive approach for business model enhancement, within that is optimization of business processes, and as a tool for improving of production efficiency. Moreover, in the case of need for further development in commercial activities, outsourcing is considered as the best way not only for productivity improvement but for crisis management implementation. In today's world, outsourcing is one of the most attractive and beneficial methods of doing business. So, it is very important to understand meaning and essence of outsourcing for its fruitful use in enterprise activities. Nowadays the necessity of outsourcing use is widely discussed by economists and managers. It is paid attention on the fact that outsourcing is being actively implemented in foreign companies from absolutely distinctive spheres of business. As a result many scientists have been widely involved in investigation of outsourcing aspects. At the present time outsourcing is being actively implemented. There was examined economic essence, practical importance in the article and a theoretical fundament of the problem on the basis of Russian and Western scientists approach. Theoretical material, definition, terms, and scientific approach of articles from 1985 to 2014 were used in the article.

Key words: outsourcing, competitiveness, strategy, business process, efficiency, consumption.

Ж.Ж. МЕЙМАНКУЛОВА,¹
докторант.
С.М. ЖАНБЫРБАЕВА,¹
э.ғ.к., доцент.
«Нархоз» университеті¹

СТРАТЕГИЯЛЫҚ ЖҮЙЕДЕ ИННОВАЦИЯНЫ БАСҚАРУ ӘДІСТЕМЕЛЕРІ

Аңдатпа

Нарықты экономиканың инновациялық бағытта болуы қазақстандық кәсіпорындарға бір жағынан нарықтық ортаның өзгеруіне жедел жауап қайтару, екінші жағынан бәсекелестік саясатты және кәсіпкерлікті дамытудың ұзақ мерзімді стратегиясын қалыптастыру мәселесі туындап тұр. Стратегиялық менеджмент жүйесі қазіргі заманғы кәсіпорындарды басқару тиімділігін арттыруға шақыратын ең тиімді әдістерінің бірі болып табылады. Түрлі салалардың заманауи кәсіпорындары қоршаған ортаның әлеуметтік-экономикалық ортасының күрделілігі, белгісіздігі және динамикалығы жағдайында жұмыс істейді. Кәсіпорынды басқаруды қатаң, инерциялық ұйымдастыру нарық талаптарының өзгеруіне дереу жауап беруге мүмкіндік бермейді. Бірақ ең бастысы бәсекелестікті күшейтуде ғана емес, сонымен қатар жаңа нысандарға ие болуда. Бәсекеге қабілетті шайқаста жеңіске жетудің негізгі шарты – өнімдер мен қызметтердің, технологиялардың, басқарудың әр түрлі инновацияларын ұзақ мерзімді болжау және дәйекті іске асыру мүмкіндігі. Осы ортада аман қалу және дамыту үшін кәсіпорындар стратегиялық басқару құралдарын қолдану керек. Компанияға стратегияны таңдау – бұл өте қиын міндет, алайда стратегияны іске асыру шығындарын азайтатын, компанияның жұмысына тиімді әсер ететін стратегияның нәтижелерін бағалау құралдарын табу қиынырақ болады. Кәсіпорындардың стратегиялық басқаруы сыртқы ортаны және оның өзгерісін ескерместен мүмкін емес, сондықтан да кәсіпорындар нарықтардың жай-күйін болжап қана қоймай, сонымен бірге аймақтың әлеуметтік-экономикалық даму стратегиясын ескеріп, оны «құруға» және жүзеге асыруға әсер етеді.

Тірек сөздер: стратегия, инновация, әдістер, стратегиялық жүйе, ұйым, басқару.

Нарықтық экономикада жұмыс істейтін әрбір кәсіпорын нақты құрылған стратегиясыз өмір сүре алмайды. Стратегияның негізіндегі міндеттер бәсекелестікке төтеп беру және жеткілікті қаржылық тұрақтылық қоғамның экономикалық дамуының жоғары қарқынын қамтамасыз ететін жолдарын табу болып табылады. Кәсіпорынды тиімді басқарудың маңызды құрамдас бөлігі, өз кезегінде, жалпы даму стратегиясын жүзеге асыру үшін кәсіпорын пайдалануға болатын қаражат нысандары мен көздері ғана емес, сонымен қатар назарға оның іске асыру процесстеріне әсер ететін факторларды инвестициялық стратегияны әзірлеу үшін тиімді инвестициялық қызметті жүзеге асыру, инвестициялық қызметті тиімді реттеу үшін жағдай жасау болып табылады.

Стратегияны қалыптастырудағы теориялық тұрғыда бірнеше зерттеушілер, кәсіпорынның стратегиясы кәсіпкерлік қызметтің сипаттамаларына, сыртқы факторлардың жай-күйіне және кәсіпорынның даму мақсаттарына байланысты құрылымдық қалыптастыруды зерттеу деп қорытындыға әкелді. Әртүрлі факторлардың арақатынасына байланысты кәсіпорын стратегиясы нақты сипаттамаларға ие болады [1].

Стратегияның ең жалпыланған тұжырымдамаларының бірі біздің зерттеуімізге сәйкес, украин ғалымы П.Г. Клтзяның анықтамасы: «Стратегия – мақсатты кезеңге, мақсатқа (нарықтағы мәртебеге, әлеуметтік экономикалық көрсеткіштер) ресурстарды тиімді бөлу, үйлестіру және пайдалану» [2].

Сонымен қатар көптеген ғалымдар нарық жағдайында кәсіпорынның болашақ дамуын стратегияның иерархиясын қолдану арқылы сипаттаған. Мысалы, А.А. Томпсон және А. Дж. Стрикленд стратегияны 4 деңгеймен белгілеген [3]:

- 1) корпоративтік стратегия – кәсіпорынның дамуының жалпы жоспарын анықтайды және оның қызметінің барлық бағыттарын қамтиды;
- 2) бизнес стратегия (бәсекеге қабілетті, іскер стратегиясы) – жеке бизнесте ұзақ мерзімді бәсекелестік артықшылықтарына жету үшін әзірленген;

3) функционалдық стратегия – стратегиялық бизнес бірлік дамытудың негізгі бағыттарын анықтайды, бизнес мақсаттарына қол жеткізу процесінде олардың рөлдерін және негізгі міндеттерін әзірлейді;

4) жедел стратегия ұйымдық құрылымы (зауаттар, департаменттер, орталықтар) және стратегиялық міндеттерді (сатып алу, тасымалдау, түгендеу басқару, жөндеу, жарнама) шешу жолдарын негізгі сілтемелерін басқару принциптерін айқындайды. Таңдалған стратегиялардың иерархиялық байланысы – әрбір кәсіпорын үшін бірегей «стратегиялық жиын». Сонымен қатар, бұл «стратегиялық жиын» ең тиімді белгілі бір жағдайларда компанияның стратегиялық мақсаттарын жүзеге асыру үшін үлес, жай ғана әр түрлі типтегі және деңгейдегі стратегиялар сомасы, сондай-ақ олардың оңтайлы қатынасы емес екенін атап өткен жөн. Себебі, инновациялық стратегияларын қалыптастыруына стратегиялық таңдаулар әдістемесі жүйелік түрде стратегиялық басқаруда оның экономикалық табиғаты мен рөлін нақтылайды.

Инновациялық стратегия зерттеу тұрғысынан ең оңтайлы, И.В. Федулов ұйымның инновациялық стратегиясын, оның жұмыс істеуі мен одан әрі дамытудың ұзақ мерзімді мақсаттарға қол жеткізуге бағытталған іс-шаралар жүйесі ретінде қарастырылуы тиіс деп санайды, себебі эндогендік және экзогендік әсерлердің ықпалын ескере отырып бәсекеге қабілеттілігін нығайту, клиенттердің қажеттіліктерін қанағаттандыру, өз өнімдеріне тұрақты сұраныс, ғылыми және ғылыми-техникалық жетістіктерді пайдалану арқылы, инновациялық даму мақсаттары мен көрсеткіштері, инновациялық даму бағыттарының жүйесі, нарықтағы стратегиялық мінезқұлық түрі, кәсіпорында ресурстарды бөлу стратегиясын нысаны негізінде қабылдаған [4].

Теориялы концептерді қорыта келе инновациялық стратегияға жана анықтамасын ұсынамыз: «Инновациялық стратегия – ғылыми-техникалық, нарықтық және инвестициялық саясатты теңестіру арқылы ұйымның стратегиялық мақсаттарына қол жеткізу үшін өзара байланысты үрдістердің, әдістемелер мен құралдардың кешенді жүйесінің сыртқы орта талаптарына сай жаңа, сапалы деңгейдегі мақсатты тәсіл»

Инновациялық стратегия – корпоративтік және бәсекеге қабілетті стратегияда айқындалған стратегиялық мақсаттар мен мақсаттарға жету жолындағы бәсекелестік, функционалдық және ресурстық стратегиялардың мақсаттары мен құралдарын біріктіретін нақты жүйені құрайтын элемент. Элементтердің өзара қарым-қатынасы [5].

1. Ұйымның миссиясы мен стратегиялық мақсаттарын жүзеге асыруға бағытталған барлық кәсіпорынның стратегияларына «Стратегиялық жиын» кіреді.

2. Алдын-ала бәсекеге қабілетті корпоративтік стратегияны компания басшыларының сыртқы орта факторларының негізіне сәйкес дайындауы.

3. Кәсіпорынның белгілі бір нарықта немесе сегментте өз лауазымдарын сақтап қалу немесе оның қызметін кеңейту үшін бәсекелестік артықшылығы ретінде таңдаған негізгі құралдарын анықтайды. Бәсекеге қабілетті стратегияларды қалыптастыру барысында инновациялық стратегия маңызды рөл атқарады, себебі ол шығынды төмендету, өнімнің дифференциациясы немесе фокустау негізінде бәсекеге қабілетті стратегияларды жүзеге асыруға өндірістік қызметтің бағдарлануын қарастырады.

4. Инвестициялық және инновациялық стратегияны іске асыру, өз кезегінде, функционалдық қолдауды, яғни функционалды стратегияларды (персонал, қаржы, өндіріс, маркетинг және т.б.) инновациялық-инвестициялық жобаны іске асыру мақсаттары мен шарттарына сәйкестігін талап етеді. Сәйкестікті белгілеу кәсіпорынның ұйымдық құрылымында белгілі бір өзгерістерді талап етеді.

5. Ресурстық стратегиялар, кәсіпорынның операциялық қызметін қамтамасыз етудің барлық қажетті түрлерімен жабдықтаудың оңтайлы көздерін, шарттарын және әдістерін таңдауды анықтайды. Яғни олар, кәсіпорынның өндірістік әлеуетін қалыптастыруға, жаңартуға және дамытуға көмектеседі. Ресурстық стратегияның негізгі мақсаты – «кіру» жүйесінде сыртқы орта мен жүйе арасындағы тиімді байланыстарды қалыптастыру. Инновациялық-инвестициялық стратегия инвестициялық-инновациялық циклдың әрбір кезеңі үшін қажетті ресурстардың сапасы мен деңгейін анықтайды [6].

Осылайша, инновациялық стратегияны басқа корпоративтік стратегиямен бірге дамыту керек және олардың ұйымның стратегиялық мақсаттарына қол жеткізу үшін тиімді үйлесуін қамтамасыз ету керек. Осыған байланысты, біз инновациялық стратегия келесі бағыттардан

тұрады деп есептейміз: миссияны іске асыру және кәсіпорынның ұзақ мерзімді мақсаттарына жету жолдары, тәсілдері мен құралдары.

Инновациялық стратегияның әрекет бағыттары белгілі бір миссияны орындау және белгілі бір жағдайларда өз мақсаттарына жету үшін кәсіпорынның, оны іске асыру процесіне бағытталуын көрсетеді. Таңдалған әрекет бағыты үшін негізгі талаптар – бұл экономикалық қызметтің белгілі бір түрін енгізуге күтілетін тиімділік:

- ◆ экономикалық тиімділік (рентабельділік, кірістілік, жүйенің тиімділігі);
- ◆ нарықтық әсер (нарықтық үлесті арттыру, өнімнің бәсекеге қабілеттілігін арттыру, жаңа нарықтарға ие болу);
- ◆ әлеуметтік әсер (еңбек жағдайының сапасын жақсарту, механикаландыру мен еңбек ақысын автоматтандыру деңгейін жоғарылату, ұжымда әлеуметтік шиеленістерді төмендету, қызметкерлердің біліктілігін арттыру, олардың табысын арттыру);
- ◆ экологиялық әсер (қоршаған ортаның ластану деңгейін төмендету, қалдықтар өндірісінің тиімділігін арттыру, өнімнің экологиялық тиімділігін арттыру және т.б.).

Іс-шаралар әдісі инновациялық дамуының негізгі құралдарын анықтайды және әдетте зерттеу, жобалау және даму стратегиясы ретінде іске асырылуда. Инновациялық стратегияны іске асыру тәсілін таңдау ішкі факторлардың (инновациялық және кәсіпкерлік қаржы әлеуетін деңгейі) және сыртқы факторларға байланысты (өнеркәсіп өмірлік циклінің деңгейі мен қызметінің белгілі бір саласындағы ғылыми-техникалық прогресс жылдамдығы сатысынан) анықталады.

Қаражаттың іске асыруы компания инновациялар таңдаған стратегиясының (қаржылық, ақпараттық, адами ресурстарды, логистика, энергетика) және олардың қамтамасыз етудің көздерін іске асыру мүмкін, соның арқасында ресурстардың қажетті сомаларын білдіреді. Байланысты қаржы ресурстары инвестициялық қызметтің кілті болады, бұл шын мәнінде, қаржылық қолдау жолы, себебі инновациялық процесс инвестициялық стратегия ретінде анықталады. Инвестициялық ресурстардың негізгі көздері (пайда, амортизациялық, арнайы даму қорлары) және инвестициялар, қарыздар, мемлекеттің немесе облыстық бюджет түрінде жиналған қаражат болып табылады.

Зерттеу барысында ішкі және сыртқы жағдайларға сәйкес бизнес-стратегияның иерархиялық қатынасы, стратегиялық мақсаттарына қол жеткізу қабілеті, жұмыс компоненттерінің оңтайлы арақатынасы және оның стратегиялар жиынтығы кәсіпорынның инновациялық стратегияны дамытуға бағытталған іс-қимыл әдісі мен құралдары ретінде анықталды.

ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

- 1 Зубов А.Т., Локтионов М.В. Системный стратегический менеджмент. Методология и практика. – Москва: Издательство ЦСПА «Генезис», 2001.
- 2 Штапова И.С., Мельников В.В. Генезис понятия «Стратегическое планирование» // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 6.
- 3 Strategy and strategic management concepts: are they recognised by management students?: Emerson Wagner Mainardes, João J. Ferreira, Mário L. Raposo: <http://www.ekonomie-management.cz>.
- 4 David J. Ketchen Jr., Brian K. Boyd, Donald D. Bergh. «Research methodology in strategic management past accomplishments and future challenges»/ <http://www.ln.edu.hk>.
- 5 Duane Ireland, Michael A. Hitt. S. Michael Camp and Donald L. Sexton. Integrating entrepreneurship and strategic management actions to create firm wealth: [/www.researchgate.net](http://www.researchgate.net).
- 6 Алтухов П.Л. Методические положения по выбору стратегии управления развитием предприятия // Вестник Саратовского государственного технического университета. – 2008. – № 4. – Том 1.

Аннотация

В условиях инновационно ориентированной рыночной экономики перед казахстанскими предприятиями встает проблема гибкого оперативного реагирования на нестабильность рыночной среды, с одной стороны, и формирования долговременной конкурентной политики и стратегии развития предприятий, с другой. В этой связи особое значение приобретают системы стратегического управления предприятиями. Система

стратегического управления выступает одним из наиболее действенных способов, призванных повысить эффективность управления современным предприятием. Современные предприятия различных отраслей функционируют в условиях высокой сложности, неопределенности и динамичности окружающей социально-экономической среды. Жесткая, инерционная организация управления предприятием не позволяет мгновенно реагировать на изменение требований рынка. Но главное не только в усилении конкуренции, но и в том, что она приобретает новые формы. Главным условием победы в конкурентной борьбе является способность долговременного предвидения и последовательной реализации различных инноваций в ассортименте продукции и услуг, в технологии, в управлении и пр. Для того чтобы выжить и развиваться в этой среде, предприятиям необходимо прибегать к инструментам стратегического управления. Выбор стратегии для компании – очень сложная задача, однако еще сложнее подобрать инструменты по оценке результатов стратегии, которые позволят уменьшить издержки по реализации стратегии, что эффективно влияет на работу компании. Стратегическое управление предприятиями невозможно без учета внешней среды и ее изменений, в связи с этим предприятиям необходимо не только прогнозировать состояние рынков, но и учитывать стратегию социально-экономического развития региона, «встраиваться» в нее и оказывать влияние на ее реализацию.

Ключевые слова: стратегия, инновации, методы, стратегическая система, организация, управление.

Abstract

In the conditions of the innovation-oriented market economy, Kazakhstani enterprises face the problem of a flexible operational response to the instability of the market environment, on the one hand, and the formation of a long-term competition policy and enterprise development strategy, on the other. In this regard, the strategic management of enterprises is of particular importance. The system of strategic management is one of the most effective ways to improve the efficiency of modern enterprise management. Modern enterprises of various industries function in conditions of high complexity, uncertainty and dynamism of the surrounding socio-economic environment. Rigid, inertial organization of enterprise management does not allow to react instantly to changes in market requirements. But the main thing is not only in increasing competition, but also in the fact that it acquires new forms. The main condition for winning the competition is the ability of long-term anticipation and consistent implementation of various innovations in the range of products and services, in technology, in management, etc. In order to survive and develop in this environment, enterprises need to resort to strategic management tools. Choosing a strategy for the company is a very difficult task, however, it is even more difficult to find tools for evaluating the results of the strategy that will reduce the costs of implementing the strategy, which effectively affects the company's business. Strategic management of enterprises is impossible without taking into account the external environment and its changes, in this regard, enterprises need not only to predict the state of markets, but also take into account the strategy of social and economic development of the region, "build in" and influence its implementation.

Key words: strategy, innovation, methods, strategic system, organization, management.

Н.А. САТАНБЕКОВ,¹
магистр экономических наук,
докторант.
Н.Е. АБАЕВА,¹
магистр финансов.
А.Б. МУКАНОВА,¹
магистр экономических наук.
Кокшетауский университет
им. Абая Мырзахметова¹

РОЛЬ БЮДЖЕТНОЙ ДЕЦЕНТРАЛИЗАЦИИ В ФОРМИРОВАНИИ И ДАЛЬНЕЙШЕМ СОВЕРШЕНСТВОВАНИИ МЕЖБЮДЖЕТНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Аннотация

В представленной статье рассмотрены вопросы бюджетных отношений в контексте децентрализации межбюджетных отношений, в результате которых происходит реализация программ социально-экономического развития регионов (местные бюджеты) в частности и государства в целом. Межбюджетные отношения представлены с точки зрения бюджетного администрирования по вопросам спецификации непрямых платежей местных бюджетов. Также определена и схематично представлена структура построения бюджетной системы Республики Казахстан. Обобщены существующие подходы и основные аспекты к определению сущности местных бюджетов: экономическая категория, финансовый план, основной компонент и методы управления на уровне органов местного самоуправления. Рассмотрен аспект децентрализации по вопросам делегирования функций и полномочий бюджетного процесса местным бюджетам, что способствует укреплению низовых уровней органов местной власти, расширению полномочий акимов сельских округов, наделению правами администраторов бюджетных программ. Представлено значение существующего бюджетирования, ориентированного на результаты, которое служит инструментом повышения эффективности государственных расходов, определяет конечные результаты расходования бюджетных средств и показателей. В результате достигаются цели государственной политики, в частности, качество оказанных получателям услуг.

Ключевые слова: бюджет, бюджетные отношения, администрирование, бюджет, ориентированный на результат, бюджетный процесс, децентрализация.

Как известно, развитие современной рыночной экономики определяется многочисленными параметрами, к числу которых необходимо отнести бюджеты (центральный и местные), формируемые преимущественно за счет налогов.

Бюджетные отношения, возникающие в процессе социально-экономической и хозяйственной деятельности, прохождение финансовых потоков, возникающих внутри государства, характеризуются множественными связями и охватывают все без исключения структурные уровни субъектов экономики и формы финансовых взаимоотношений [1].

Социально-экономическое развитие необходимо анализировать с точки зрения бюджетного процесса, поскольку бюджет является фактическим потребителем «результатов» воздействия экономической системы.

На наш взгляд, следует отметить, что структура административно-территориального управления при этом оказывает свое воздействие на характер бюджетного процесса, что также требует дополнительного понимания и осмысления.

Бюджетный процесс строится, в частности, на межбюджетных отношениях, которыми принято считать отношения, складывающиеся в бюджетном процессе между вышестоящим и нижестоящим уровнями бюджетов.

Как показывают данные, состав административно-территориальных единиц нашего государства на начало 2017 г. выглядит следующим образом: 14 областей, 87 городов (в том числе 2 города республиканского значения (Астана, Алматы), 38 городов областного значения и

47 городов районного значения), 177 районов (в том числе 17 районов в городах: 8 – в Алматы, 4 – в Шымкенте, 3 – в Астане и 2 – в Караганде), 30 поселков и 6668 сел. В стране 26 поселковых администраций (в том числе 19 состоят из одного поселка) и 2295 окружных администраций (в том числе 543 состоящих из одного самостоятельного населенного пункта) и 76 сельских администраций [2].

Согласно вышесказанному между всеми субъектами республики строятся определенные отношения по вопросам политики, экономики, социальной сферы, а значит, можно с уверенностью сказать, что роль межбюджетных отношений в данном вопросе немаловажна.

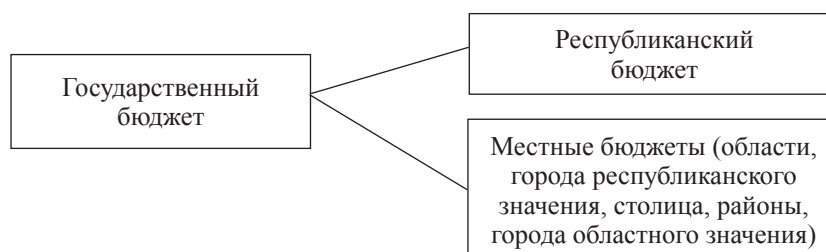


Рисунок 1 – Бюджетное устройство Республики Казахстан

Бюджет административно-территориальных подразделений (местный бюджет) есть форма образования и расходования денежных средств, предназначенных для выполнения функций и решения задач, отнесенных к предметам ведения местного управления, что позволяет отнести его к функциональной системе обеспечения экономического развития.

С позиций теории муниципальных (местных) финансов термин «местный бюджет» может пониматься как совокупность экономических отношений между юридическими и физическими лицами как участниками формирования и использования аккумулированного централизованного фонда финансовых средств конкретного местного (муниципального) образования. Обобщая существующие подходы к определению сущности местных бюджетов, следует выделить следующие их основные аспекты:

- ♦ объективную экономическую категорию;
- ♦ основной финансовый план органов местного управления;
- ♦ активный компонент местной бюджетной политики;
- ♦ экономический метод управления территорией.

Специфика местных бюджетов заключается в том, что они носят перераспределительный характер в межбюджетных отношениях, что проявляется в последующем перераспределении средств между отраслями экономики, территориями, производственной и непроизводственной сферами, различными слоями населения. Это определяет масштабы и эффективность влияния бюджетов на социально-экономическое развитие административно-территориальных единиц.

В настоящее время в бюджетной системе Казахстана происходят несколько процессов, направленных на повышение эффективности функционирования механизма взаимодействия между различными уровнями бюджета. Это постепенный переход к бюджетной децентрализации и бюджетированию, ориентированному на результат.

Как отмечают современные исследователи, «бюджетная децентрализация» – это способ организации бюджетной системы страны и отношений между бюджетами различных уровней. Бюджетная децентрализация вызывает определенные качественные изменения в системе распределения функций между всеми бюджетными уровнями, способствует развитию управленческих способностей на уровне центрального, регионального и местного управления, что в последующем влечет за собой соответствующую перестройку институциональных уктур.

Еще в далеком 2004 г. в Казахстане начался последовательный процесс децентрализации, передачи на местный уровень функций и полномочий, что заметно укрепляет низовой уровень местной власти, расширяет полномочия акимов сельских округов, наделяет правами администраторов бюджетных программ.

Развитие децентрализации позволяет формировать местное самоуправление как основу развития гражданского общества и важного атрибута демократического государства. Потому в системе новых общественно-политических и социально-экономических условий в Казахстане становление этого института выдвигается на одно из первых мест, как это и предусмотрено Конституцией.

Бюджетирование, ориентированное на результаты (БОР), является инструментом повышения эффективности государственных расходов. БОР стимулирует государственные органы концентрировать внимание на целях и конечных результатах их деятельности. Ключевым моментом БОР является определение конечных результатов расходования бюджетных средств и показателей, в результате которых можно делать вывод о степени достижения поставленных целей, то есть достигнута ли удовлетворенность качеством оказанных услуг конкретными получателями.

Существующую модель зачастую называют затратной, поскольку она распределяет общий объем расходов между ведомствами – получателями бюджетных ресурсов, а в модели БОР увязываются объем и структура бюджетных расходов с приоритетами государственной политики, учитываются социально значимые ожидания и фактические результаты.

Если затратный метод перекладывает уровень ответственности за целевое использование бюджетных средств на государственные органы, то БОР выступает за качество государственных услуг и, соответственно, повышение этого качества [3].

Система БОР преследует общую цель повышения эффективности управления государственным сектором, в результате чего ожидается более эффективное распределение бюджетных ресурсов государством между приоритетными направлениями государственной политики и повышается эффективность их использования. Значимость БОР заключается в том, что правительство ставит цели, которые будут отвечать потребностям и ожиданиям населения страны, и оценивается степень достижения поставленных целей.

К критериям оценки работы государственных органов по БОР следует отнести:

- ♦ экономический эффект государственных программ, который зависит напрямую от объема оказанных услуг и затрат на них;
- ♦ социальный эффект, в результате которого достигается положительный результат социальных программ развития общества.

Модель БОР уникальна в том, что она является гибкой, администраторы бюджетных программ могут позволить корректировку годового финансового плана по итогам системного мониторинга результативности управления, принимать решения и меры по совершенствованию государственного управления, стимулировать субъекты по вопросам достижения высоких показателей социально-экономического развития. Модель БОР заключается в прозрачности бюджетных расходов, вследствие чего недоосвоение бюджетных средств должно кануть в лету [4].

Для выбора путей и средств развития механизмов формирования поступлений в местные бюджеты важно и дальше изучать опыт и практику развитых западных стран. Как известно, в конце 1990–начале 2000-х гг. в ряде европейских государств были реализованы налогово-бюджетные реформы, которые значительно повысили уровень фискальной автономии региональных и местных органов власти [5].

В развитых странах местное самоуправление действует в значительной мере за счет бюджетов вышестоящих уровней власти. Подобная забота и поддержка государства в конечном счете экономически выгодна, прежде всего для самого государства. Обеспечение гарантированного минимума текущих потребностей граждан – задача государственной важности. Оно должно осуществляться за счет государственных средств. А между тем органы местного самоуправления, являясь властью, создаваемой населением из людей, знающих все локальные проблемы и, главное, действующих буквально на глазах своих избирателей, будут располагать финансовыми возможностями для эффективного отправления вверенных им полномочий.

Необходимо отметить, что именно из этой философии исходят страны Западной Европы, проводя реформы децентрализации, предусматривающие передачу полномочий по обеспечению жизнедеятельности граждан на низовой уровень вместе с дотациями, обеспечивающими местные бюджеты на 40–70%.

Проведенное нами исследование структуры и ставок местных налогов в западных странах позволяет разделить их на следующие группы:

- ♦ собственные налоги, которые собираются только на данной территории (прямые и косвенные);
- ♦ надбавки к общегосударственным налогам, отчисляющиеся в определенном проценте в местный бюджет;
- ♦ разного рода коммунальные сборы на гостиницы, зрелища, отдельные виды транспорта;
- ♦ налоги, связанные с загрязнением экологии, направленные на защиту окружающей среды.

Следует также отметить, что опыт зарубежных стран показывает, что в системе налогового законодательства независимо от уровня налогового обложения наблюдается наличие значительного количества налогов и платежей [6].

Аналогичная ситуация сложилась и в Казахстане, где, помимо крупных платежей, составляющих основу налоговой системы, применяется множество относительно небольших налогов, сборов, платежей, пошлин с небольшими объемами поступлений, а также различных платежей по административным штрафам, пени, санкциям, взысканиям, налагаемых государственными органами, их подразделениями, представляющих в целом отдельную группу – «непроизводственные платежи». Отдельной финансовой категории рассматриваемое понятие не представляет, хотя входит в состав категории «государственные доходы». Сложившаяся практика выделения непроизводственных платежей в налоговой системе Казахстана вызвана потребностями классификации налоговых и других обязательных платежей для акцентированного их администрирования.

С точки зрения фискальной теории природа обязательных платежей в пользу государства состоит в необходимости поддержания эквивалентности получаемых услуг их пользователями, с одной стороны, и стоимости этих услуг со стороны производителей, в данном случае – государственных органов, служб. Производитель услуг – государство несет определенные издержки в процессе их создания и предоставления, для чего содержит аппарат учреждений, инфраструктурные объекты, вкладывает значительные инвестиции в их развитие. Упомянутые издержки выступают в форме государственных расходов. Такие издержки могут быть сосредоточены во времени и в пространстве, то есть осуществлены в прошлом, или возникнуть в будущем; например, возмещение некоторых исторических затрат, расходов будущих периодов; значительная часть издержек формируется в текущем периоде в ходе производства услуг.

В рыночной системе любое действие, процесс, явление, приносящее полезность, выгоду, доход одному субъекту, должно быть относительно эквивалентно компенсировано другому субъекту. А поскольку государство является основным производителем и поставщиком общественных услуг, благ, товаров, налоги, другие обязательные платежи являются платой за эти услуги, блага, товары со стороны их потребителей. Следовательно, отношения между государством и субъектами представляются как эквивалентные в масштабах всего общества.

Размер платы за услуги дифференцирован в целом от любой деятельности субъекта, которая выражается в полученном доходе или другом виде полезности: владении имуществом, активами, возможности осуществления определенных процессов. Налоги дифференцируют плату за услуги достаточно приемлемо, в зависимости от масштабов деятельности (корпоративный подоходный налог, взимаемый пропорциональным способом, НДС – от объема добавленной стоимости и т.д.). Но ряд услуг требует все-таки более глубокой и точной компенсации. Эту нишу и восполняют мелкие обязательные платежи – сборы, платы и им подобные, относимые к непроизводственным. Именно в этом состоит экономическая сущность непроизводственных платежей как всеохватывающей системы учета и покрытия издержек государства и через него – всего общества для обеспечения эквивалентности предоставляемых услуг. Отсюда вытекает назначение непроизводственных платежей – усилить дифференцированную эквивалентность между государством и потребителями его услуг.

Дифференциация и развитие фискальной системы связываются с наличием у финансов принципа множественности, то есть охвата финансовыми отношениями многообразных процессов в обязательном, неотвратимом, директивном порядке на всех уровнях управления экономической и социальной сферами. Но если сами эти отношения на макроуровне регулируются и связываются с уплатой основных, системообразующих налогов, то на низовых уровнях – в малом бизнесе, домашних хозяйствах, индивидуальном предпринимательстве – эти процессы

обеспечиваются в значительной степени через сборы, платы, пошлины и другие непрямые платежи.

Второй стороной финансовых отношений государства и субъектов является компенсация отрицательных действий субъектов, наносящих урон – прямой или косвенный, материальный или моральный обществу, отдельным сообществам, гражданам со стороны субъектов в силу намеренных, непреднамеренных, неосторожных, случайных действий. В таких случаях субъект, допустивший подобные действия, обязан возместить ущерб в денежном эквиваленте, полностью или частично, сразу или по частям. Такие отношения облекаются в принудительные формы, имеющие схожесть с финансовыми, то есть обязательными для исполнения, принудительными и выражаются в виде административных штрафов. В определенном смысле эта часть отношений имеет превентивный (предупредительный) характер.

Еще одна часть отношений субъектов хозяйствования и государства – разного рода регистрационные, лицензионные сборы, государственная пошлина за всевозможное совершение действий со стороны уполномоченных государственных структур. Это связано с необходимостью оформления правоустанавливающих документов на разные виды собственности: имущество, землю, активы, что необходимо субъектам для институционального и легального обеспечения бизнеса.

Роль непрямых платежей, помимо их фискального назначения для формирования местных бюджетов, состоит в том, что они опосредуют легальные взаимоотношения государства (в лице государственных органов) и бизнеса, тем самым способствуют уменьшению неформальных отношений, коррупционных связей, что в современном Казахстане является приоритетной задачей. Посредством этого инструмента бизнес и власть сосуществуют в нормальном институционально-законодательном режиме, на взаимовыгодных началах [7].

Таким образом, обобщая изложенное, можно свести сущность непрямых платежей к таким основным чертам, как эквивалентный характер непрямых платежей; необходимый, вынужденный характер (в отличие от директивного – для налогов); фискальная множественность, то есть охват значительного числа процессов, действий, актов, подпадающих под отношения участников.

Следовательно, можно определить, что непрямые платежи – это финансовые отношения, возникающие между государством и другими субъектами по поводу уплаты в государственный бюджет денежных сумм, эквивалентных полезности (выгоде), полученной ими за совершенные со стороны государства действия, или нарушений, повлекших отрицательные последствия (потери, убытки) у участников отношений.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Утибаев Б.С., Жунусова Р.М., Саткалиева В.А. Государственный бюджет: учебник / под общей ред. к.э.н., доцента Б.С. Утибаева. – Алматы: Экономика, 2006. – 412 с.
- 2 Административно-территориальные единицы Республики Казахстан на начало 2017 года: // wikipedia.org/wiki/Казахстан.
- 3 Омирбаев С.М., Интыкбаева С.Ж., Адамбекова А.А., Парманова Р.С. Государственный бюджет: учебник. – Алматы: ТОО РПИК «Дәуір», 2011. – 632 с.
- 4 Бюджетирование, ориентированное на результат: // www.zakon.kz.
- 5 Мельников В.Д. Финансы: учебник. – Алматы: Экономика, 2012. – 808 с.
- 6 Балтина А.М., Волохина В.А., Попов Н.В. Финансовые системы зарубежных стран. – М.: Финансы и статистика, 2007. – 212 с.
- 7 Куашбаев С., Джуманов А.М. Финансы: учеб. пособие. – Алматы: Экономика, 2009. – 760 с.

Аңдатпа

Ұсынылған мақалада бюджеттік қарым-қатынас сұрақтары бюджетаралық қарым-қатынастарды орталықсыздандырудың контекстінде қарастырылған, яғни осының нәтижесінде аймақтық (жергілікті бюджеттер), жалпы мемлекеттік әлеуметтік-экономикалық бағдарламалар жүзеге асырылады. Бюджетаралық қарым-қатынастар жергілікті бюджеттердің өндірістік емес төлемдерін бюджеттік әкімшіліктендіру негізінде қарастырады. Сонымен қатар, Қазақстан Республикасының бюджеттік жүйесінің құрылымы анықталып,

сызба түрінде көрсетілген. Жергілікті бюджеттердің мәнін анықтаудың негізгі аспектілері мен тәсілдері біріктірілген: экономикалық категориясы, қаржылық жоспары, жергілікті өзін-өзі басқару органдарының басқару әдістері мен негізгі компоненттері. Бюджеттік процесстің функциялары мен өкілеттіліктерін жергілікті бюджетке табыстау сұрақтарын орталықсыздандыру аспектілері қарастырылған, яғни бұл төменгі жергілікті билік органдарын нығайтып, ауылдық округтердің әкімдерінің өкілеттерін кеңейтіп, бюджеттік бағдарламалардың әкімшілеріне құқық беруіне ықпал етті. Мемлекеттік шығыстардың тиімділігін арттыру құралы ретінде қызмет ететін, бюджеттік қаражаттар мен көрсеткіштерді шығындау нәтижесін анықтайтын нәтижеге бағытталған қолданыстағы бюджеттеудің мағынасы ұсынылған. Нәтижесінде мемлекеттік саясаттың мақсаты орындалады, атап айтқанда, көрсетілетін қызметті алушылар сапаға қол жеткізді.

Тірек сөздер: бюджет, бюджеттік қарым-қатынас, әкімшіліктендіру, бюджет, нәтижеге бағытталған, бюджеттік процесс, орталықсыздандыру.

Abstract

In the present article questions of the budgetary relations in the context of decentralization of the interbudgetary relations as a result of which there is an implementation of programs of social and economic development of regions (local budgets) in particular, and the states in general are considered. The interbudgetary relations are presented from the point of view of the budgetary administration concerning the specification of non-productive payments of local budgets. The structure of creation of the budgetary system of the Republic of Kazakhstan is also defined and schematically presented. The existing approaches and the main aspects to determination of essence of local budgets are generalized: economic category, the financial plan, main component and methods of management at the level of local governments. The aspect of decentralization concerning delegation of functions and powers of the budgetary process to local budgets is considered that promotes strengthening of the grassroots levels of bodies of a local authority, broadening of powers of akims of rural districts, authorization of administrators of the budgetary programs. The value of the existing budgeting focused on results which serves as the instrument of increase in efficiency of the public expenditures is presented, it defines the final results of expenditure of budgetary funds and indicators as a result of which the objectives of state policy, in particular quality of the rendered services to recipients are achieved.

Key words: budget, budgetary relations, administration, budget, focused on result, budgetary process, decentralization.

К.С. МУХТАРОВА,¹
д.э.н., профессор.
А.Т. МЫЛТЫКБАЕВА,¹
PhD.
А.С. УСМАНОВ,¹
докторант.
Казахский национальный
университет им. аль-Фараби¹

РОЛЬ НАУКИ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ И ПРОБЛЕМЫ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ НАУЧНЫХ РАЗРАБОТОК В АГРАРНОМ СЕКТОРЕ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

Аннотация

В Казахстане имеют место существенные проблемы в области аграрной науки. Наблюдается низкий уровень финансирования сельскохозяйственной науки, которое главным образом производится из государственных средств, происходит старение контингента ученых, низкий приток молодых ученых из-за низкой мотивации труда и т.д. В данной статье обозначены пути развития сельскохозяйственной науки и, соответственно, получения быстрой и эффективной отдачи от научных достижений. При существующем положении и дефиците финансовых ресурсов необходимо поднять уровень и качество научных разработок. Добиться этого можно посредством концентрации усилий на ключевых направлениях научных поисков и создания эффективной системы продвижения научных разработок до их практического использования. Такой системой может быть создание научно-производственных кластеров на основе научных центров, таких, как АгроХАБ Казахского национального аграрного университета. Такие структуры уже имеют определенную базу научных открытий в области сельского хозяйства. Вопрос в том, чтобы ускорить внедрение этих разработок до коммерческого их использования. Эффективность деятельности научно-производственных кластеров будет во многом зависеть от удовлетворения потребностей научной продукции, т.е. товаропроизводителей.

Ключевые слова: сельское хозяйство, аграрная наука, развитие, проблемы, решение, коммерциализация, научная разработка, кластеры.

Экономическая и политическая безопасность страны зависит от состояния ее экономики. При этом одним из ключевых факторов является состояние развития аграрного сектора экономики. Самодостаточное производство продуктов питания способствует решению проблемы социально-экономической безопасности страны. В то же время слабый уровень развития агропромышленного комплекса ведет к высокой внешней зависимости страны.

Роль сельского хозяйства Казахстана на сегодняшний день очень велика. Сельское хозяйство вносит значительную долю в производство валового внутреннего продукта, доля которого составляет около 40% [1]. Важность отрасли для экономики страны определяется также тем, что сельское производство является поставщиком сырья для многих других отраслей экономики, способствуя тем самым росту всей экономики.

Высокая степень развития аграрного производства позволяет стране занять сильные позиции в международном разделении труда. Для нашей страны это особенно важно в связи с отставанием других отраслей производства Казахстана от мирового уровня. Сегодня многие страны мира, поставляя на мировые рынки продукцию аграрного производства, решают многие свои проблемы, обеспечивая внутренние потребности в товарах, достающих или полностью отсутствующих на национальных рынках.

Понимая важность развития аграрного производства, во многих странах уделяется повышенное внимание его развитию [2, с. 17–20]. Практически нет стран, в которых не оказывалась бы государственная поддержка сельскому хозяйству путем различных льгот, преференций, субсидирования и прочей помощи.

Казахстан, как известно, является одним из крупных игроков на мировом рынке агропродукции. Агропромышленное производство для нашей страны в настоящее время является таковой же важной отраслью экономики, как и добыча углеводородов. Это связано с его высоким

экспортным потенциалом, что особенно актуально в условиях нынешнего снижения цен на нефть и неразвитости перерабатывающих отраслей экономики.

Аграрный экспортный потенциал Казахстана в основном реализуется поставками на мировой рынок продукции растениеводства, хотя имеются возможности для экспорта других видов аграрного производства.

Очевидно, что для диверсификации экспортных возможностей аграрного сектора Казахстана необходимо время и приложение значительных усилий для развития комплекса.

Следует отметить, что определенные достижения в области развития аграрного сектора страны, несмотря на кризис, были достигнуты. Аграрный сектор Казахстана развивается относительно стабильно, что связано с мерами по его государственной поддержке. При этом государственная поддержка оказывается не только в области финансов, но и по формированию благоприятных условий для предпринимательства в области аграрного сектора. Так, в 2015 г. были приняты законы «О сельскохозяйственных кооперативах», «О производстве органической продукции», способствующие развитию производства органической продукции. Были приняты необходимые поправки в другие законодательные акты, направленные на улучшение работы в области семеноводства, племенного животноводства, регулирования аграрного сектора в целом.

Для ускорения инновационного развития аграрного производства создано АО «Национальный аграрный научно-образовательный центр». Данный центр будет ведущим учреждением в области подготовки и переподготовки специалистов для разработки и внедрения инновационных научных разработок, адаптации в Казахстане передовых зарубежных агротехнических технологий.

В 2015 г. Казахстан стал членом ВТО, что означает повышение возможности экспорта казахстанской продукции на мировые рынки, привлечение иностранных инвесторов в отрасли экономики страны, включая аграрный сектор экономики. Вместе с тем членство в ВТО означает усиление конкуренции на внутреннем рынке страны, что ставит отечественных предпринимателей перед выбором: либо повысить свою конкурентоспособность, либо уступить свое место на рынке иностранным товаропроизводителям.

Наравне с существующими механизмами субсидирования сельского хозяйства предполагаются другие формы финансового оздоровления – уменьшение процентных ставок по кредитам и лизингу, выдача гарантий, страхование кредитов, инвестиционное субсидирование, позволяющее возмещать часть понесенных расходов на инвестиции в сельское хозяйство.

В настоящее время в Казахстане проводится научно-исследовательская работа, появляются новые научные разработки и публикации в области аграрного сектора.

В то же время Казахстан следует отнести к странам с недостаточным, не соответствующим его потенциалу развитием аграрного сектора экономики. Казахстан на сегодня является импортозависимой страной по товарам аграрного характера. Сюда массово завозятся многие продукты питания, племенной скот и птица, овощи и фрукты, продукция молочного направления и т.д. Проблемы аграрного сектора Казахстана заключаются в низкой продуктивности производимой продукции, дефиците воды, недостаточном уровне переработки продуктов сельского хозяйства и т.п.

Основными причинами отставания аграрного сектора является состояние материально-технической базы предприятий и организаций аграрного комплекса, которое не позволяет удовлетворить внутренний спрос на потребительские товары и сырье. Наблюдается дефицит высококвалифицированных специалистов в отраслях аграрного сектора, отсутствует единая государственная стратегия развития аграрного сектора, направленная на конечный результат, и т.п. Имеют место серьезные проблемы в области науки сельского хозяйства.

Все перечисленные проблемы стали предметом обсуждения на семинаре-совещании, проведенном в стенах Национального аграрного университета с участием заместителя премьер-министра РК, министра сельского хозяйства РК А. Мырзахметова в середине 2017 г. Были отмечены негативные тенденции в области казахстанской аграрной науки, связанные с оттоком научных кадров и проблемами привлечения молодых научных кадров, старением контингента ученых, низким уровнем заработной платы в данном секторе науки и т.д. [4, с. 5–7].

Общие проблемы и недостатки в области научных исследований усугубляются наличием серьезных препятствий при коммерциализации имеющихся научных разработок. Назрела необ-

ходимость кардинальных изменений в управлении наукой для сельского хозяйства Республики Казахстан. Требуется обеспечение инновационного подхода к сельскохозяйственному воспроизводству, обеспечивающему необходимые объемы производства продукции при эффективном использовании ресурсов. Только таким образом можно добиться высокой технологичности и конкурентоспособности всего агропромышленного комплекса Казахстана.

Для повышения эффективности отечественной аграрной науки при ограниченных средствах финансирования на данном этапе необходимо сконцентрировать усилия ученых Казахстана на ключевых направлениях науки. Прежде всего усилия ученых необходимо направить на устранение сильного отставания от развитых стран в области продуктивности сельского хозяйства. Это касается как растениеводства, так и животноводства. Также необходимо достижения мировой аграрной науки адаптировать для условий Казахстана.

Как известно, от качества продукции зависит ее потребительная стоимость, которая одновременно приводит к росту реальной стоимости продукта. Более высокое качество аграрной продукции влечет за собой более высокую цену продажи и, соответственно, рентабельность производства. Так, выращенная для потребления пшеница, содержащая более высокий уровень клейковины, выше фуражной пшеницы более чем в 1,5 раза, следовательно, и цена становится существенно выше.

Важно учитывать, что повышение качества сельскохозяйственной продукции – это важнейший фактор интенсификации развития аграрного сектора и эффективности его производства. При значительных объемах сельскохозяйственного производства в Казахстане даже незначительное повышение качества сельскохозяйственной продукции даст экономике страны и сельскохозяйственным товаропроизводителям существенный экономический эффект.

Таким образом, повышение качества сельскохозяйственной продукции – источник эффективности аграрного производства, которому должны способствовать научные открытия отечественных аграрных ученых. В этой связи требуется повышение комплексного управления качеством продукции и эффективностью производства. Проблема качества в аграрном секторе экономики в современных условиях – это важнейшая составляющая повышения уровня жизни населения страны, ее экономической, социальной, экологической безопасности.

В развитых странах значительную долю финансирования аграрной науки принимает на себя бизнес, т.е. те бизнес-структуры, которые видят для себя перспективы для извлечения прибыли от научных открытий и их практического применения. В Казахстане сложилась ситуация, когда крупных, финансово устойчивых сельскохозяйственных компаний, способных финансово поддерживать науку или создавать в своих структурах научно-исследовательские центры, практически нет. Если в развитых странах доля финансирования аграрной науки за счет бизнеса доходит до 80% (Люксембург), то в Казахстане эта доля составляет менее 5% [4, с. 5–7].

В такой ситуации в Казахстане аграрную науку финансово поддерживает государство. Но, как показывает практика, государственное финансирование часто бывает неэффективно. Это связано с проблемами процесса финансирования (ограниченность ресурсов, нарушения сроков финансирования, серьезные проблемы в области организации контроля над использованием выделенных средств и т.п.) и низкой эффективностью использования государственных средств (проблемы контроля результативности исследований, коммерциализации научных открытий).

Внедрение научных разработок в аграрное производство связано с недостатками всей системы аграрной науки. Решить все существующие проблемы одновременно невозможно. В этой связи, как нам видится, необходимо еще сильнее сконцентрировать усилия аграрной науки, мобилизовать все имеющиеся ресурсы в ключевых институтах, уже показывающих определенные результаты в продвижении научных разработок отечественной науки до коммерческого их использования.

Одним из успешных институтов в области аграрной науки в Казахстане стал АгроХАБ Казахского национального аграрного университета. Данный институт добился значительных успехов в деле формирования функционального коллектива работников, установил связи со многими научными центрами в США, обеспечивая трансферт современных технологий в производственный сектор Казахстана.

Однако усилия АгроХАБа в деле трансферта технологий в аграрное производство в полном объеме не реализуются. Это связано с низкой востребованностью инноваций со стороны

агропроизводителей продукции. Производители предпочитают минимизировать свои риски и поэтому с опаской относятся к инновациям, тем более, к широкомасштабным изменениям в технологиях, к кардинальной смене производственных приоритетов.

Таким образом, имеется серьезная проблема, связанная со стимулированием инноваций в сельскохозяйственное производство. Данная проблема, как нам представляется, может быть успешно решена путем формирования научно-внедренческого кластера на основе рассматриваемого АгроХАБа. У АгроХАБа уже имеется определенная информационная база инновационной и передовой технологии. Вопрос стоит в том, чтобы подобрать для использования этой базы партнеров по бизнесу среди уже существующих сельскохозяйственных производителей, потенциально готовых к использованию инноваций.

Сельхозпроизводители, вошедшие в АгроХАБ, должны наделяться всем пакетом стимулирующих внедрение инноваций средств и инструментов. Это могут быть существенные налоговые послабления, льготное кредитование с системой частичной компенсации государством процентных ставок. Прибыль, получаемая от внедренных инноваций, должна будет распределяться между АгроХАБом и предприятием, внедрившим предложенную АгроХАБом инновацию. Очевидно, доля внедрившего инновацию предприятия должна быть больше, чем доля АгроХАБа. Это связано с тем, что риски у производителя в любом случае окажутся выше, чем у последнего.

Часть совокупной прибыли от внедрения инноваций может направляться в фонд развития аграрной науки в Казахстане. Средства этого фонда могут использоваться на стимулирование научных открытий, выплату повышенных стипендий для успешных студентов, материальную поддержку молодых ученых, создание различных лабораторий и направляться на решение особо актуальных и остро стоящих научных проблем.

Помимо АгроХАБа и предприятия производителя инновационной продукции, участниками кластера могут быть и специально созданные внедренческие компании, которые на практике реализуют инновацию и передадут ее производителю сельскохозяйственной продукции, то есть предлагается вариант коммерциализации научных разработок посредством реализации проектов, а внедренческие компании будут создаваться лишь на период основания соответствующей инновации на договорных условиях.

Создание и включение в кластер таких компаний вызвано тем, что наряду с нехваткой аграрных ученых существует недостаток специалистов в области продвижения научных разработок до коммерческого их использования. Систему продвижения научных разработок от момента их создания и до практического использования необходимо формировать одновременно.

На сегодняшний день в стране нет соответствующей инновационной инфраструктуры, т.е. того аппарата, который бы умел довести до коммерческого использования достижения науки. Как правило, научные сотрудники не имеют навыков предпринимательской деятельности. Центральным звеном в данном процессе должны выступать специалисты, знающие и умеющие доводить изобретения и научные разработки до коммерческого их использования.

Профессиональный предприниматель, берясь за коммерциализацию продукта, учтет в первую очередь перспективы сбыта инновационного продукта, наличие на него потребительского спроса. В сельском хозяйстве потребителем научных разработок является производитель продукции. Но он не защищен от стихии рынка, так как не знаком (или слабо знаком) с рыночными тенденциями, не имеет точного представления о вероятности сбыта нового продукта. Здесь ему может помочь предприниматель, который на основе своих знаний и интуиции имеет представление о рынке и его возможных изменениях, то есть для коммерциализации научных разработок нужен профессионально знающий рынок специалист, готовый рисковать и продвигать на рынок научные разработки с личной выгодой и, соответственно, выгодой для ученых-разработчиков и производителей продукции.

Далеко не всегда даже предприниматели с большим опытом работы на рынке способны предусмотреть все варианты его развития. Могут быть ситуации, когда прогнозы окажутся ошибочными. В этих условиях для того, чтобы вся система коммерциализации научных разработок оставалась функциональной и продолжала работать, необходимо предусмотреть систему страхования рисков. Источником страхования могут быть специально установленные страховые премии, отчисляемые каждым из участников в специальный страховой фонд АгроХАБа.

Таким образом, для создания действенной коммерциализации научных разработок должна быть сформирована внедренческая система. Эта система должна работать, исходя из рыночного спроса на инновации, изучения потребности потенциальных конечных потребителей инноваций.

Внедрение научных разработок сопряжено с инвестициями. Именно проблемы инвестиций, их окупаемости вообще и в конкретные сроки являются определенным препятствием на пути коммерциализации научных разработок. Ориентир же на потребности клиентов – это достаточная гарантия того, что инвестиции быстро и вовремя окупятся, то есть целевым фактором коммерциализации должно выступать удовлетворение потребностей клиентов.

Наряду с этим аграрное производство в Казахстане, несмотря на достигнутые результаты в области государственного регулирования отрасли, определенный надел в области аграрных технологий, все же нуждается в искоренении недостатков, связанных со слабостью развития. Они связаны с нехваткой мощностей для хранения произведенной продукции сельского хозяйства, неразвитостью логистической системы, недостатками в области внедрения научно-исследовательских достижений в области сельского хозяйства, неудовлетворительным состоянием ветеринарной безопасности и другими проблемами в развитии аграрного сектора.

До сих пор не обработаны вопросы, связанные с непосредственным управлением аграрным сектором как целостной экономической системы в условиях рынка. В области аграрного управления отраслью, дальнейшей переработки сельскохозяйственной продукции и т.п. остаются нерешенными вопросы технического и технологического перевооружения производства, перевода на международные стандарты качества с целью достижения мировых стандартов качества продукции, расширения ассортимента производимых товаров на основе продукции сельского хозяйства.

Законодательство в области аграрного сектора экономики страны нуждается в корректировке в части технического регулирования отрасли, организации торговли, развития конкуренции, информации и т.д.

Определенных действий со стороны государства требует защита внутреннего рынка продукции аграрного сектора. В частности, необходимо обеспечить:

- ♦ защиту национального рынка от скрытого демпинга импортных товаров;
- ♦ усиление контроля над соблюдением законодательства в области технического регулирования;
- ♦ обеспечение безусловного выполнения требований законодательства в области закупок в первую очередь отечественных продуктов питания;
- ♦ совершенствование механизма доступа отечественной продукции в торговую сеть;
- ♦ развитие логистической сети;
- ♦ продвижение отечественной продукции на внешние рынки;
- ♦ развитие смежных отраслей;
- ♦ проведение информационно-разъяснительной работы.

Основной задачей сельского хозяйства на перспективу должно быть обеспечение эффективного производства сельскохозяйственной продукции в объемах, достаточных для внутреннего рынка и формирования экспортных ресурсов, с целью занятия ведущих позиций на мировых продовольственных и рынках сырья. На решение этих первоочередных задач необходимо направить усилия казахстанских ученых.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Ивановна О. Сельское хозяйство Казахстана: отрасли, проблемы, развитие. Сельское хозяйство Южного Казахстана: // <http://fb.ru/article/257986>.
- 2 Сансызбаева Г.Н., Искендинова С.К. Государственное регулирование сельского хозяйства в современных условиях // Вестник КазНУ. Экон. серия. – 2015. – № 6. – С. 17–20.
- 3 Программа «Агробизнес–2020»: // официальный сайт Министерства сельского хозяйства РК: // <http://mgov.kz/programma-agrobiznes-2020>.
- 4 Сильные кадры и внедрение научных достижений выведут сельское хозяйство в драйвер экономики // Вестник сельскохозяйственной науки Казахстана. – 2017. – № 9–10. – С. 5–7.

Аңдатпа

Қазақстанда аграрлық ғылым саласында маңызды мәселелер бар. Мемлекет тарапынан ауыл шаруашылығы ғылымын қаржыландырудың төмен деңгейі байқалады, ғалымдар контингентінің қартаюы, жұмысқа ынталандыру деңгейі төмен болғандықтан жас ғалымдар ағымының төмендеуі және т.б орын алуда. Бұл мақалада аграрлық ғылымның даму жолдары және, тиісінше, ғылыми жетістіктерден тез және тиімді нәтиже алу қарастырылған. Ағымдағы жағдайды және қаржы ресурстарының жетіспеушілігін ескере отырып, ғылыми зерттеулердің деңгейін және сапасын арттыру қажет. Бұған ғылыми зерттеулердің негізгі бағыттарындағы күш-жігерді шоғырландыру және олардың практикалық қолдануына дейін ғылыми әзірлемелерді ілгерілетудің тиімді жүйесін құру арқылы қол жеткізуге болады. Мұндай жүйе Қазақ ұлттық аграрлық университетінің АгроХАБ сияқты ғылыми орталықтар негізінде ғылыми-өндірістік кластерлерді құру мүмкін. Мұндай құрылымдарда қазірдің өзінде ауыл шаруашылығы саласындағы ғылыми жаңалықтардың белгілі бір базасы бар. Мәселе коммерциялық мақсатта пайдалану үшін осы ғылыми зерттеулерді енгізуді жеделдету болып табылады. Ғылыми-өндірістік кластерлердің жұмысының тиімділігі негізінен ғылыми өнімдердің қажеттіліктерін, яғни, тауар өндірушілерді қанағаттандыруға байланысты болады.

Тірек сөздер: ауыл шаруашылығы, аграрлық ғылым, даму, мәселелер, шешімдер, коммерцияландыру, ғылыми зерттеулер, кластерлер.

Abstract

In Kazakhstan there are significant problems in the agrarian science. There is a low level of financing for agricultural science, which is mainly produced from public resources, the aging contingent of scientists, low inflow of young scientists due to low motivation of work, etc. In this article, the ways of development of agricultural science and, accordingly, the receipt of a quick and effective return on scientific achievements are identified. In current situation and the lack of financial resources, it is necessary to raise the level and quality of scientific developments. This can be achieved through concentration of efforts in key areas of scientific research and the creation of an effective system for promoting scientific developments to they are used in practice. Such a system can be the creation of scientific and production clusters on the basis of scientific centers, such as AgroHAB of Kazakh National Agrarian University. Such structures already have a definite basis for scientific discoveries in the field of agriculture. The question is to accelerate the introduction of these developments to their commercial use. The effectiveness of the activities of scientific and production clusters will largely depend on the satisfaction of the needs of scientific products, i.e. commodity producers.

Key words: agriculture, agriculture science, development, problems, solution, commercialization, scientific development, clusters.

ҚАЗАҚСТАН НАРЫҒЫНДА ИМПОРТТЫ АЛМАСТЫРУ ЖӘНЕ СҮТ ӨНІМДЕРІНІҢ ҚАЗІРГІ ЖАҒДАЙЫН БАҒАЛАУ

Андатпа

Қазақстан Республикасының тұрғындарын сүт өнімдерімен қамтамасыз ету – сүт кешенінің негізгі міндеті. Өнеркәсіпті дамытудың қазіргі әлеуеті мен тәжірибесі республика аумағында халықтың қажеттіліктерін қанағаттандыруға мүмкіндік беріп қана қоймай, сонымен бірге экспортқа бағытталған өндірісті жүзеге асыруға да үлес қосады. Сүт және сүт өнімдерін өндіру мал шаруашылығы секторында екінші орын алады. Сүт өнеркәсібінің қазіргі жағдайы мен даму бағыттары, сүттің қайта өңдеу өнеркәсібі мен дайын өнімді сату бағыттарын зерттеу, сүт өнеркәсібі ұйымдарын басқарудың нарықтық жағдайларына бейімдеу және отандық және шетелдік нарықты сүт өнімдерімен қамтамасыз ету бойынша ұсыныстарды негіздеуге және дамытуға ықпал етеді. Қазақстандағы азық-түлік өнеркәсібіндегі импорт алмастыру мемлекет алдына қойылған басымды міндеттердің бірі болып табылады. Импорт алмастыру мемлекеттің өнеркәсіптік саясаты мен экономикалық стратегиясының ерекше типі болып табылады, өйткені осы өнеркәсіптік саладағы импорт алмастыру импортталатын тауарларды ұлттық өндіріс тауарларымен алмастыру жолымен тұтынуға қажетті барлық тауарлармен, азық-түлік тауарларымен және ауылшаруашылық шикізатпен ел тұрғындарын қамтамасыз етуге және ішкі өндірушіні қорғауға бағытталған. Бұл мақалада Қазақстандағы сүт нарығының қазіргі жағдайы суреттелген, сары май өнімдерін талдауы, сондай-ақ сүт өнімдерінің импортын талдауы жүргізілген, сары майдың негізгі өндірушілері көрсетілген.

Тірек сөздер: сүт өнеркәсібі, сары май, сүт өнімдері, қайта өңдеу, импорт, нарық, сапа, импорт алмастыру.

Сүт және сүт өнімдерін өндіру Қазақстандағы тамақ өнеркәсібінің маңызды салаларының бірі болып табылады. Сүт және сүт өнімдерін тұтыну халықтың денсаулығына тікелей әсер етеді: сүт негізгі азық-түлік өнімдерінің бірі, барлық жастағы адамдардың сау тамақтануының маңызды құрамдас бөлігі.

Азық-түлік өнеркәсібі қазақстандықтардың азық-түлікпен қамтамасыз ету мәселелерін шешуде ерекше рөл атқарады. Республиканың тәуелсіздік жылдарында азық-түлік өнеркәсібі дамудың әрі қарайғы бағыты мен динамикасын айқындаған маңызды құрылымдық өзгерістерге ұшырады. Жалпы, елдің әлеуеті отандық азық-түлік нарығының тұрақтылығын толық қамтамасыз етуге және қолжетімді азық-түлікпен қанықтыруды қамтамасыз етуге мүмкіндік береді. Өз кезегінде, өндірілетін тамақ өнімдері ішкі және сыртқы нарықта жоғары сапалы және бәсекеге қабілетті болуы тиіс.

Бұл нарық сүт өнімдері мен түпкілікті өнімді өндірушілер, инфрақұрылымдық ұйымдар, тұтынушылар секілді сүт кешенінің барлық субъектілері арасындағы экономикалық қатынастар жүйесін білдіреді. Бұл азық-түлік ресурстары өз өндірісінің есебінен қалыптасып қана қоймай, сондай-ақ республиканың агроөнеркәсіптік кешенінің сыртқы сауда қызметінде мамандануын анықтайтын сегменттердің санына жатады. Көрінетін оқшаулау мен оқшаулауға қарамастан, аталған нарық маңызды құрылымдық компоненттердің бірі ретінде ішкі нарықтың теңгерімді жұмыс істеуін және тұтастай алғанда азық-түлік проблемасын шешу дәрежесін және тиісінше, мемлекеттің азық-түлік қауіпсіздігінің деңгейін анықтайтын барлық тамақ кешенімен өзара тәуелділік болып табылады.

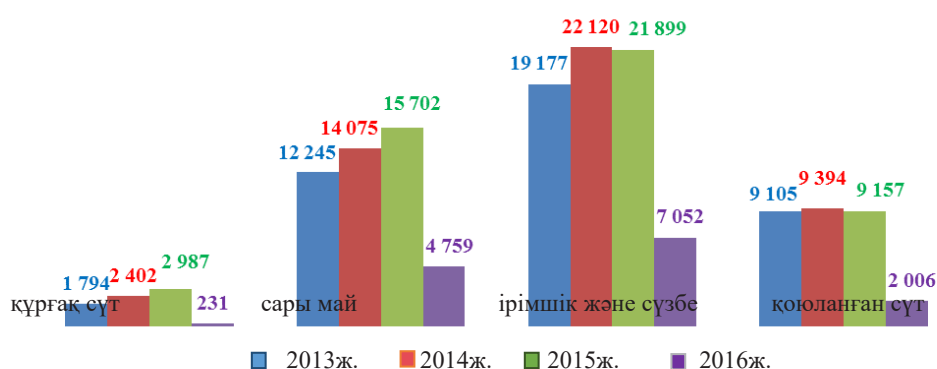
Сүт және сүт өнімдері нарығы – Қазақстан Республикасының азық-түлік нарығының маңызды элементтерінің бірі. Бұл нарықтың маңыздылығы адамның диетасындағы сүт пен сүт өнімдерінің толық дамуына маңыздылығына байланысты. Ұлттық экономиканың сүт нарығының маңыздылығы шикізат пен азық-түлік өнімдерінің жалпы көлеміндегі саланың нақты салмағына, кешендегі сүт өндірісінде жұмыс істейтін адамдардың саны мен экспорттың сыртқы нарықтарға пайдасына байланысты.

Сүт және сүт өнімдерінің нарығы толығымен алғанда азық-түлік нарығына тән бірқатар ерекшеліктерге ие. Бұл мүмкіндіктер төмендегідей:

- ♦ адамның негізгі өмірлік қажеттіліктерін қанағаттандыруда сүт өнімдерінің маңыздылығы;

- ♦ табиғи және климаттық жағдайларға тәуелділік, өндірістің және экономикалық процесстердің табиғи және биологиялық өзара әрекеттесуі;
- ♦ еңбек және жабдықты біркелкі пайдаланбау, көптеген материалдық ресурстар, сондай-ақ біркелкі табыс әкелетін өндіріс пен сатылымның маусымдылығы;
- ♦ дайын сүт өнімдерін өндіру үшін шикізатпен қамтамасыз ету ұсынысының шектелуі;
- ♦ баға құрылымында еңбек шығындарының жоғары үлес салмағы;
- ♦ сүт өнімдерінің бір түрінің өндірушілерінің көп болуы;
- ♦ өндіруші мен дайын өнімнің тұтынушысы арасындағы өнім тізбегінде көптеген делдалдардың болуы, сондай-ақ сақтаудың, тасымалдаудың және сатылудың талаптары мен шарттарына түпкілікті өнім сапасының тәуелділігі.

Қазақстан Республикасы Ұлттық экономика министрлігінің Статистика комитетінің деректері бойынша 2016 жылы сүт өнімдерін өндіру келесі көрсеткіштермен сипатталады (сурет 1) [1].



Сурет 1 – Қазақстан Республикасында сүт өнімдерін өндіру, тонна

Ескертпе – Дереккөзі: Қазақстан Республикасы ҰЭМ Статистика комитеті.

Қазақстан Республикасы Қаржы министрлігінің Кедендік бақылау комитетінің сауалнамалық талдауы сүт өнімдерінің мынадай топтары бойынша импорттың ұлғаюын көрсетеді: өңделген сұйық сүт және кілегей, май, ірімшік және ірімшік және қоюландырылған сүт. Бұдан басқа, отандық өнімдердің 66%-ға өсуі есебінен құрғақ сүт импортының 2,2%-ға төмендеуі байқалады, яғни, 2013 жылы 1 794 тоннадан 2015 жылы 2 987 тоннаға дейін.

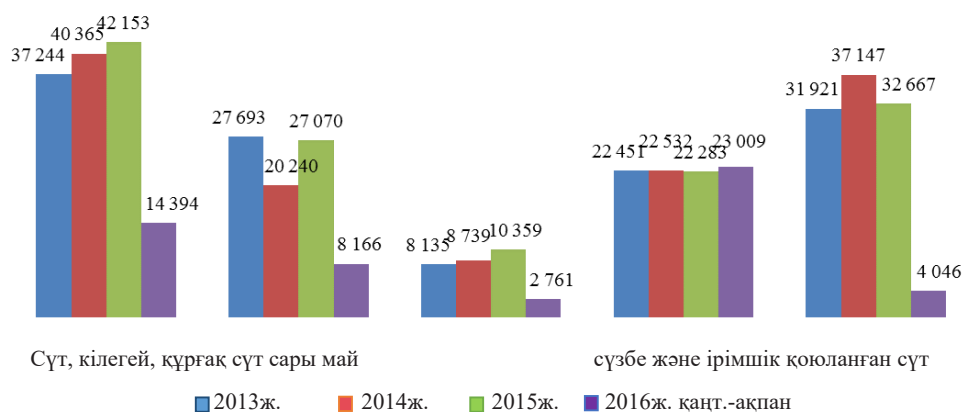
Соңғы үш жылда Қазақстанда сүт өнімдерін өндірудің тұрақты өсу тенденциясы байқалды. 2015 жылы құрғақ сүт өндірісі 2013 жылмен салыстырғанда 1,193 тоннаға артық, өсім 66%-ды құрады, май өндіру 28%-ға өсті, 12 245 тоннадан 15 702 тоннаға (3 457 тоннаға көп) ірімшік пен сүзбе үшін 2,722 тоннаға көп, өсім – 14%. Қазіргі уақытта ішкі нарықта сүт пен сүт өндірісінің орнықты өсуі байқалады. 2013–2016 жж. Оңтүстік Қазақстан облысы бойынша осы мәселені талдау, сүт өнімдерінің барлық түрлерінің өндіріс көлемінің өсу динамикасын көрсетті (сурет 2, б. 232) [2].

2014 жылғы жеке тауарлық топтар бойынша Қазақстанның сүт өнімдері нарығының жалпы сыйымдылығындағы импорт үлесі сәйкесінше келесідей түрде құралды:

- ♦ сүт және кілегей – 8,6% (мысалға, 2009 ж. – 17%);
- ♦ сары май – 39,9% (2009 ж. – 39%);
- ♦ ірімшік және сүзбе – 51,2% (2009 ж. – 68%);
- ♦ құрғақ сүт – 95,7% (2009 ж. – 91%).

Сүт өнімдерінің көрсетілген топтары бойынша импорттың тұрақты өсу тенденциясы байқалады, оны диаграммдан көруге болады. 2012 жылмен салыстырғанда 2014 жылы тек құрғақ сүт бойынша импорттың төмендегенін байқауға болады.

Құрғақ сүттікі секілді, өңделген сүт және кілегейдің ҚР-дағы басты экспортеры Ресей болып табылады. Ресей Федерациясында өндірілген сүт және кілегейдің импорт үлесі 2015 жылдың қаңтар-сәуір аралығында Қазақстанға әкелінген өнімнің осы түрінің 39%-ын құрады.



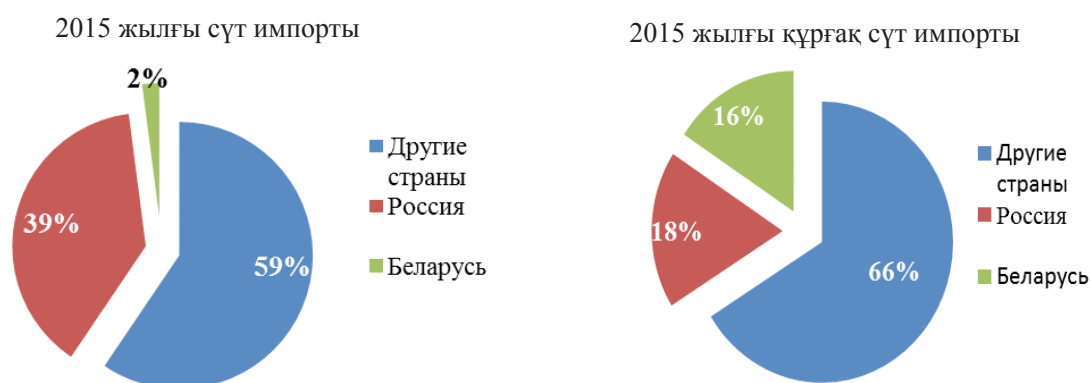
Сурет 2 – Қазақстан Республикасының сүт өнімдерінің импорты, тонна

Ескертпе – Дереккөзі: Қазақстан Республикасы ҰЭМ Статистика комитеті.

Құрғақ сүт бойынша негізгі тасымалдаушылар Ресей және Беларусь болып табылады, олар жалпы импортталатын құрғақ сүттің сәйкесінше 18% және 16%-ын жеткізеді. 2015 жылдың қаңтар-сәуірінде бұл көлем сәйкесінше 2 236,5 тоннаны және 1 948,4 тоннаны құрады.

Сонымен қатар, Қазақстандағы құрғақ сүттің ірі импорттерларының бірі Франция болып табылады – 1 042,1 тонна.

2015 жылы ірімшік және сүзбе бойынша тасымалдардың негізгі үлесі Ресейге тиесілі – 20 195 тонна, ол 87,7%-ды құрайды.



Сурет 3 – Қазақстан Республикасының нарығындағы сүт өнімдерінің тасымалдаушылары

Ескертпе – Дереккөзі: Қазақстан Республикасы ҰЭМ Статистика комитеті.

Бүгінгі таңда сары май нарығында Беларусь және Ресей елдерінің үлесі басым. Диаграммадан көрініп тұрғандай, сүт импорты бойынша нарықтың басым бөлігі Ресейге тиесілі. Ал құрғақ сүттің импорты бойынша негізгі бөлігін басқа елдер құрайды.

Сүт өнімдерінің импорты негізінен Кеден Одағы елдері – Ресей және Беларусьпен жүзеге асырылады, олардың үлесіне тасымалдардың 50% тиесілі. Мысалы, Ресей жалпы импорт бойынша сұйық сүт және кілегейдің 60%-на дейін, құрғақ сүт және сары майдың 25%-нан, ірімшік және сүзбенің 50%-дан астамын тасымалдайды. Беларусьтің импорты құрғақ және қоюландырылған сүт бойынша 19%, сары май бойынша – 32%, ірімшік және сүзбе бойынша – 7% құрайды. Сонымен қатар Қазақстанға Украина нарығынан 18%-ға дейін сары май, 15%-ға

дейін ірімшік және сүзбе, 10%-ға дейін құрғақ және қоюландырылған сүт, Қырғызстаннан 6%-ға дейін қышқыл сүт өнімдері тасымалданады. Және де, ЕО елдерінен 18%-ға дейін сары май, 8%-ға дейін ірімшік және сүзбе және 6%-ға дейін құрғақ және қоюландырылған сүт импортталады. Ауыл шаруашылық Министрлігінде атап өткендей, тез бұзылатын шикізат ретінде тікелей сүттің экспорты мен импорты ұзаққа созылмайтын сақтау мерзімдеріне байланысты жүзеге асырылмайды.

Шетелдік өндірушілердің артықшылығы болып сүт өнімдерін өндіруде табиғи шикізатты қолдануы табылады. Шығарылатын өнімнің сапасы соған байланысты. Импортқа тәуелді болмас үшін отандық өндірушілерге шикізат өндірушілерімен жұмыс жасау механизмін ұйымдастыру қажет.

Қазіргі жағдайда сүт және сүт өнімдері нарығы теңдестірілмеген, оған сапа мен өнімдер ассортиментінің жеткілісіздігі, жоғары бағалар тән. Маркетинг негізінен ішкі нарықта дамиды. Ұйымдардың маркетингтік қызметінің әлсіз жақтарының бірі болып дұрыс тамақтану үшін маңызды өнім ретінде сүтті насихаттамайтындығын атап өтуге болады. Негізінен маркетингтік қызмет аймағы инфрақұрылымының ерекшеліктері мен аумақтық ерекшеліктерді, тұтынушылық сұранысты ескеретін сүт өнімдері ассортиментін кеңейтуге, өндіру мен өткізу тиімділігіне бағытталуы қажет.

Өспелі бәсеке жағдайында өз позицияларын ұстап қалу қиындай түседі. Отандық өндірістің жоғары ресурс сыйымдылығына, елдің сапалы бағалау жүйесінің әлемдік деңгейдікіне сай келмеуіне, сонымен қатар еуропалық сүт нарығы сегментациясының тұрақтылығы мен құрылым қалыптатылуы себептеріне байланысты Қазақстан Респубикасы батыс өндірушілерімен толық көлемде бәсекелесе алмайды. Сонымен қатар, сүт өнімдерінің өндірушілері оның сапасын арттыруға көп назар бөлуі қажет, өйткені әлемдік нарық өнімнің экологиялық қауіпсіздігіне қатысты жаңа, қатаң ИСО 9000 халықаралық сапа стандарттары жүйесінде қызмет етеді. Сондықтан саланың қарқынды дамуы, өндірістік, инвестициялық қызметті белсендендіру, сүт саласы субъектілерінің экспортты потенциалы мен өндірілетін өнімнің бәсекеге қабілеттілігі деңгейін арттыру үшін жағдайларды жасау, шикізатты қайта өңдеудің жаңа технологияларын енгізу, қораптаудың жаңа түрлерін қолдану, ірімшіктер өндірісінің үлес салмағын арттыру, өнім ассортиментін кеңейту қажет.

Жүргізілген зерттеулер көрсеткендей, бұған маманданған шаруашылық субъектілері мен сүтті мал шаруашылығы тиімді тұрақты дамытудың басымды бағыты – тұрғындардың барлық топтары үшін қол жетімді, ішкі және сыртқы нарықтарда бәсекеге қабілетті өнімді өндіру. Бәсекеге қабілетті сүт өнімі тұтынушылардың ұлттық өндірушілерге деген сенімін арттырады, нәтижесінде, жалпы Қазақстан Республикасының ауыл шаруашылығы мен сала тұрақтылығы, сонымен қатар ауылшаруашылық шикізат пен азық-түлік нарықтарының тепе-тең дамуы үшін алғышаттар жасалады.

Өңдеу өнеркәсібінің сүт саласы дамуының негізгі бағыттары болып жұмыс істейтін кәсіпорындарды жанарту мен техникалық қайта жарақтандыру, ауылшаруашылық шикізатты терең өңдеуді қамтамасыз ететін жаңа ресурс үнемдеуші технологияларға өту, ғылыми-техникалық прогресс жетістіктерін енгізу арқылы өнім сапасын арттыру мен ассортиментті кеңейту табылуы қажет. Экспорттық саясатты белсендендіру аясында сүт саласының өңдеуші кәсіпорындары өткізу көлемін ұлғайту, шығарылатын өнім ассортиментінің оңтайландыру, өзі үшін жаңа, перспективті нарықтарды игеру. Ет-сүт компаниясы қызметіне белсенді қатысу және Ұлттық сүт комитетін құру есебінен оның тиімділігін арттыруға жұмыс жасауы қажет, ол өз кезегінде кәсіпорындар қызметін тәуекелдер мен бірқатар белгісіздіктерден шектеуге мүмкіндік береді.

Егер сүт өнеркәсібінде импортты алмастыру стратегиясын ойдағыдай жүзеге асыратын болсақ, саланың импортына тәуелділігін төмендетуге, елдің азық-түлік қауіпсіздігін жоғары деңгейде қамтамасыз етуге, өмір сүру сапасын арттыруға және сүт өнімдерін өндірумен өңірлерде жұмыссыздық деңгейін төмендетуге, отандық тауарларға деген сұранысты арттыруға, жергілікті өндіріс нарығының тиімді жұмыс істеуін қамтамасыз етуге болады.

- 1 Пищевая промышленность Казахстана: от плана к рынку. – Институт политических решений, 2012. – 22 июня.
- 2 Семькин В.А., Сафронов В.В., Терехов В.П. Приоритетные проблемы социально-экономического и институционального развития агропромышленного комплекса региона в условиях открытой экономики // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. – 2014. – № 5.
- 3 Совершенствование системы сбыта в агропродовольственной сфере. Теория, методология, практика / В.Г. Гусаков и др. – Минск: Ин-т системных исследований в АПК НАН Беларуси, 2010. – 252 с.
- 4 Лабькин А. Импорт – на замещение // ExpertOnline. – 2015. – 2 марта.
- 5 Отчеты Комитета по статистике МНЭ РК (2013–2016 гг.).
- 6 www.stat.kz.

Аннотация

Обеспечение населения Республики Казахстан молочными продуктами является главной задачей молочного подкомплекса. Имеющийся потенциал и опыт развития отрасли не только делают возможным обеспечение потребностей населения внутри республики, но и способствуют осуществлению экспортоориентированного производства. Производство молока и молочных продуктов является вторым крупнейшим сектором в животноводстве. Исследование сложившегося состояния и направлений развития молочной отрасли, промышленной переработки молока и сбыта конечной продукции способствует обоснованию и выработке рекомендаций по адаптации организаций молочной промышленности к рыночным условиям хозяйствования и насыщения внутреннего и внешнего рынков молочной продукцией. Импортзамещение пищевой промышленности в Казахстане является одной из приоритетных задач, стоящих перед государством. Импортзамещение представляет собой особый тип экономической стратегии и промышленной политики государства, так как импортзамещение именно в промышленной отрасли направлено на защиту внутреннего производителя и обеспечение населения страны всеми необходимыми товарами народного потребления, продовольственными товарами и сельскохозяйственным сырьем путем замещения импортируемых товаров товарами национального производства. В данной статье описано современное состояние рынка сливочного масла в Казахстане, проведен анализ производства сливочного масла, а также анализ импорта молочной продукции, выделены основные производители рынка сливочного масла.

Ключевые слова: молочная промышленность, сливочное масло, молочная продукция, обработка, импорт, рынок, качество, импортзамещение.

Abstract

Providing the population of the Republic of Kazakhstan with dairy products is the main task of the dairy subcomplex. The existing potential and experience in the development of the industry not only make it possible to meet the needs of the population within the republic, but also contribute to the implementation of export-oriented production. The production of milk and dairy products is the second largest sector in the livestock sector. The study of the current state and directions of the development of the dairy industry, the industrial processing of milk and the sale of final products, contributes to the justification and development of recommendations on the adaptation of dairy industry organizations to the market conditions of management and the saturation of the domestic and foreign markets with dairy products. The import substitution of the food industry in Kazakhstan is one of the priorities for the state. Import substitution is a special type of economic strategy and industrial policy of the state. Since the import substitution is in the industrial sector it is aimed at protecting the domestic producer and providing the country's population with all the necessary consumer goods, food and agricultural raw materials by replacing imported goods with goods of national production. This article describes the current state of the butter market in Kazakhstan. Namely, the analysis of the production of butter, the main producers of the butter market, as well as the analysis of imports of dairy products were carried out.

Key words: dairy product industry, butter, dairy products, processing, import, market, quality, import substitution.

Г.К. СЕРИКБАЕВА,¹
докторант.
С.А. ТУРГУЛЬДИНОВА,¹
ст. преподаватель.
Казахский Национальный
аграрный университет¹

ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЗОНДИРОВАНИЯ ДЛЯ БОРЬБЫ С ОПУСТЫНИВАНИЕМ В АЛМАТИНСКОЙ ОБЛАСТИ

Аннотация

В статье проведена аналитическая работа по выявлению необходимости зондирования земель, подверженных риску опустынивания, в Алматинской области. Опустынивание – это деградация земель, потеря полезных свойств почвы в результате действия различных факторов, таких, как климатические изменения или деятельность человека. Опустынивание является также результатом незаконной рубки леса, выкорчевки кустарников и полукустарников на корм скоту и топливо, лесных и степных пожаров, бессистемной рекреации, организации свалок вокруг населенных пунктов, загрязнения почв и подземных вод токсичными веществами, воздействия транспорта. В данной работе описаны возможные инструменты для зондирования земель в целях борьбы с деградацией. Цель исследования – выяснить, имеет ли угроза опустынивания достаточно серьезные последствия, чтобы опасаться опустынивания. Методология исследования построена на принципах эпистемологии и дедукции. В статье описаны индикаторы, которые можно учитывать при использовании зондирования в Алматинской области для борьбы и предотвращения риска опустынивания земель. Результат исследования иллюстрирует, что благодаря развитию технической оснащенности средствами дистанционного наблюдения имеется множество инструментов для зондирования, например, сканирующий спектрометр среднего разрешения (MODIS).

Ключевые слова: зондирование, опустынивание, борьба с опустыниванием, климат, деятельность человека, риск опустынивания, инструменты для зондирования.

Уровень риска опустынивания особо возрос в современное время в связи с антропогенным воздействием, а также климатическими изменениями, которые если не полностью, то отчасти вызваны деятельностью человека [1]. Рисунок 1 показывает распределение пустынных областей на нашей планете к началу XVIII в.

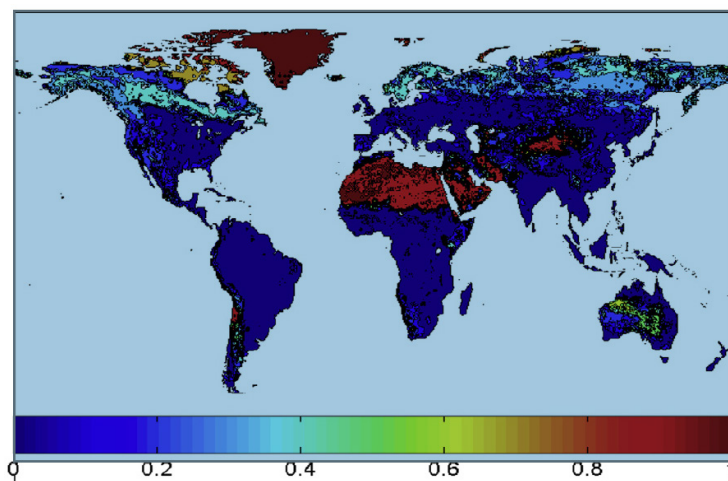


Рисунок 1 – Распределение пустынных областей к 1700 гг.

Примечание – Источник [1].

Рисунок показывает, что к началу XVIII в. процесс опустынивания не стоял в особой перспективе в большей части Азиатского региона [2]. Процесс опустынивания на сегодняшний день коснулся уже 10–20% всех почв на планете, а продолжающаяся деградация может особенно ударить по наиболее незащищенным и бедным слоям населения [3].

Процесс опустынивания угрожает благосостоянию и развитию примерно 1 миллиарда людей напрямую, и ему подверглись [4]:

- ♦ около двух третей всех стран мира;
- ♦ примерно одна треть от всей суши планеты.

Прогнозируется дальнейший процесс интенсификации опустынивания и деградации почв [4].

Опустынивание как термин особой важности был введен в 1949 г. и согласно воззрениям некоторых ученых стал обозначать процесс превращения продуктивных земель в пустыни [5].

Опустынивание влияет на климатические процессы:

- ♦ через биогеофизические процессы вмешательства путем нарушения теплового и водного обмена в околопочвенной поверхностной среде;
- ♦ через биохимические процессы, которые могут изменить уровень содержания парниковых газов в атмосфере.

Ярчайшим примером опустынивания может служить замена лесных массивов пустынями и потеря если не всей растительной биомассы, то значительные нарушения в почвенно-растительной биоме [6].

Рисунок 2 показывает некоторые факторы, которые изменились в процессе климатической имитации опустынивания.



Рисунок 2 – Факторы, которые изменились в процессе стимуляции опустынивания

Примечание – Источники [1–7].

Рисунок показывает, что процесс опустынивания ведет к ухудшению социально-экономической обстановки. Процесс деградации почв в виде опустынивания ухудшает уровень обеспечения водными источниками населения. В результате растет конкуренция за доступ к водным ресурсам, которые необходимы как для хозяйственной, так и для повседневной жизни. Также ухудшается транспортная обстановка в регионе, связанная не только с увеличением альbedo почвы и нарушением прежних хозяйственно-экономических взаимосвязей, но и с ростом социального напряжения. В результате часть населения, обладающая возможностью уехать в более перспективные регионы, воспользуется данной возможностью [7]. Отток квалифицированных кадров и благосостоятельной части населения еще сильнее ударит по уязвимым и бедным группам населения, так как экономика опустыненной области продолжит падение ввиду оттока капитала, квалифицированных специалистов, а также рабочей силы. Сельскохозяйственная

деятельность особо пострадает от опустынивания ввиду падения плодородности и нарушения водного баланса [8]:

- ♦ падает продолжительность времени, в течение которого почва может удерживать в себе влагу;
- ♦ ухудшается сама вместимость почвы по количеству влаги, которую оно может хранить;
- ♦ наличие намного меньшего количества растительности и почти полное отсутствие деревьев создает меньше влаги для круговорота воды в микробиоме.

Рисунок 3 показывает возможные причины возникновения опустынивания в Алматинской области.

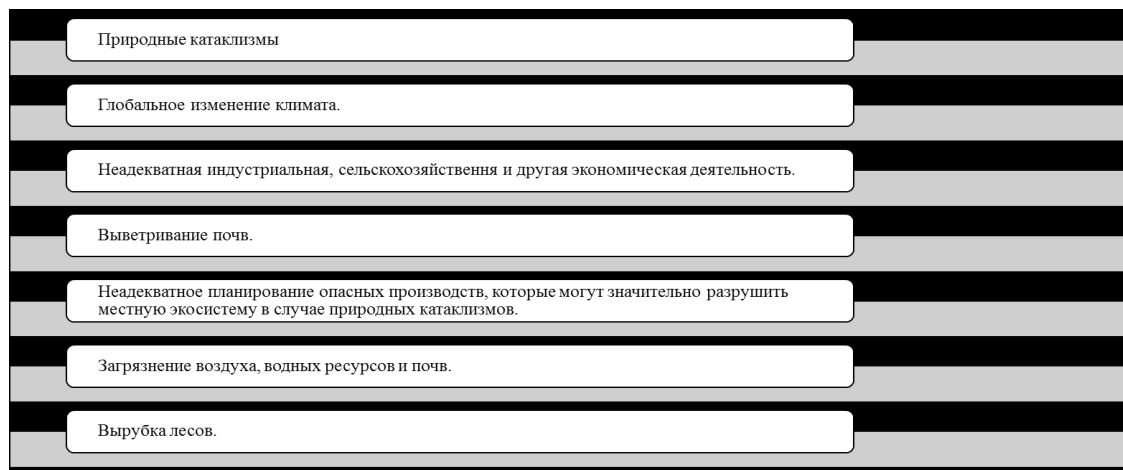


Рисунок 3 – Возможные причины возникновения опустынивания в Алматинской области

Выветривание почв является одним из серьезных источников опустынивания, особенно в засушливых, полусухих и сухих регионах Африки, Северного Китая, Монголии, Центральной Азии и Австралии. Выветривание почв только Китая на начало XXI в. приносило экономическую убыль в 54 миллиардов юаней в год.

Леса играют огромную роль в вегетационно-водном балансе региона.

Борьба с процессом десертификации неполноценна без мониторинга. Одним из инструментов мониторинга процесса опустынивания является зондирование.

Рисунок 4 показывает некоторые инструменты, которые были доступны для проведения зондирования с 2015 г.



Рисунок 4 – Некоторые инструменты, доступные для проведения работ по зондированию земель Алматинской области, которые имеет хотя бы минимальный риск опустынивания

Рисунок показывает, что возможно использование сканирующего спектрометра среднего разрешения (MODIS) как инструмента для зондирования в Алматинской области. Диапазон частот сканирующего спектрометра среднего разрешения (MODIS) приведен в таблице 1.

Таблица 1 – Основные индикаторы частот сканирующего спектрометра среднего разрешения (MODIS) и их возможности применения в Алматинской области

Диапазон частот	Длина волны	Разрешение (м)	Возможности использования
1	620–670 нм	250	Земля, облака, границы аэрозолей
2	841–876 нм	250	
3	459–479 нм	500	Земля, облака, свойства аэрозолей
4	545–565 нм	500	
5	1230–1250 нм	500	
6	1628–1652 нм	500	
7	2105–2155 нм	500	
8	405–420 нм	1000	Цвет океана, биогеохимия, фитопланктон
9	438–448 нм	1000	
10	483–493 нм	1000	
11	526–536 нм	1000	
12	546–556 нм	1000	
13	662–672 нм	1000	
14	673–683 нм	1000	
15	743–753 нм	1000	
16	862–877 нм	1000	
17	890–920 нм	1000	
18	931–941 нм	1000	
19	915–965 нм	1000	
20	3.660–3.840 мкм	1000	Поверхность суши и воды, температура облаков
21	3.929–3.989 мкм	1000	
22	3.929–3.989 мкм	1000	
23	4.020–4.080 мкм	1000	Атмосферная температура
24	4.433–4.498 мкм	1000	
25	4.482–4.549 мкм	1000	
26	1.360–1.390 мкм	1000	Капли влаги в перистых облаках
27	6.535–6.895 мкм	1000	
28	7.175–7.475 мкм	1000	
29	8.400–8.700 мкм	1000	Свойства облаков
30	9.580–9.880 мкм	1000	Озоновый слой
31	10.780–11.280 мкм	1000	Поверхность суши и воды, температура облаков
32	11.770–12.270 мкм	1000	
33	13.185–13.485 мкм	1000	Высота вершины облаков
34	13.485–13.785 мкм	1000	
35	13.785–14.085 мкм	1000	
36	14.085–14.385 мкм	1000	

Примечание – Источники 52–53.

Для зондирования земель и оценки их риска опустынивания можно обойтись частотами сканирующего спектрометра среднего разрешения (MODIS) от 1 до 7. Длины волн сканирующего спектрометра среднего разрешения (MODIS), указанные ниже, можно использовать в условиях Алматинской области:

- ♦ 620–670 нм; – 841–876 нм; – 459–479 нм;
- ♦ 545–565 нм; – 1230–1250 нм; – 1628–1652 нм;
- ♦ 2105–2155 нм; – 3.660–3.840 мкм; – 3.929–3.989 мкм;

- ♦ 3.929–3.989 μm; – 4.020–4.080 μm; – 10.780–11.280 μm;
- ♦ 11.770–12.270 μm.

Рисунок 5 показывает параметры, которые можно использовать для оценки данных, собранных во время зондирования.

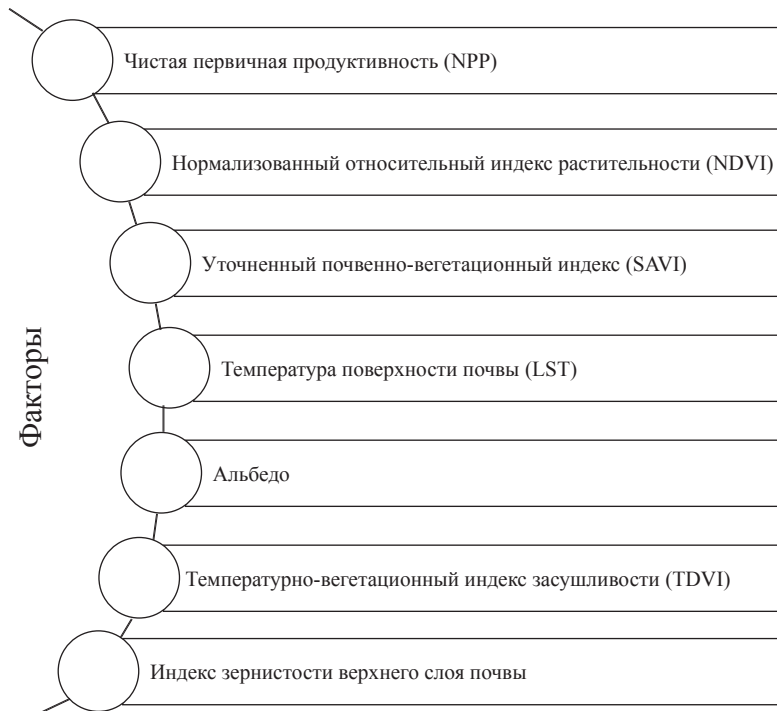


Рисунок 5 – Параметры, которые можно использовать для оценки данных, собранных во время зондирования

Рисунок показывает, что нормализованный относительный индекс растительности является одним из показателей выявления аномалий местности, который может помочь определить, засушлива или опустынена данная местность. Пустыни отличаются если не полным, то скудным наличием растительного покрова в отличие от других биом, например, леса и болота. Формула нормализованного относительного индекса растительности выглядит следующим образом:

$$NDVI = \frac{R_{NIR} - R_{red}}{R_{NIR} + R_{red}}, \quad (1)$$

где NDVI – нормализованный относительный индекс растительности;

R_{NIR} – коэффициент отражения ближнего инфракрасного диапазона;

R_{red} – коэффициент отражения красного диапазона.

Уточненный почвенно-вегетационный индекс работает по тому же принципу, что и нормализованный относительный индекс растительности, однако в отличие от последнего учитывает оптическую яркость почвы. Формула уточненного почвенно-вегетационного индекса:

$$SDVI = \frac{R_{NIR} - R_{red}}{R_{NIR} + R_{red} + L} \times (1 + L), \quad (2)$$

где SDVI – уточненный почвенно-вегетационный индекс;

NDVI – нормализованный относительный индекс растительности;

R_{NIR} – коэффициент отражения ближнего инфракрасного диапазона;

R_{red} – коэффициент отражения красного диапазона;

L – коэффициент коррекции оптической яркости почвы.

Для большей точности анализа данных, собранных во время зондирования земель, находящихся под угрозой опустынивания, можно использовать модели клеточных автоматов для создания псевдокарт местностей. Пример применения модели клеточных автоматов показан на рисунке 6.

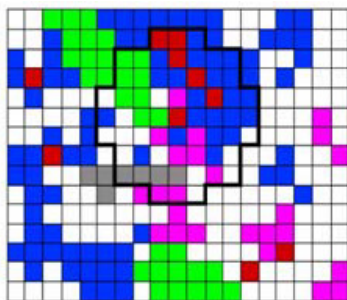


Рисунок 6 – Пример применения модели клеточных автоматов после обработки данных зондирования небольшого участка земли рядом с селом Караой Балхашского района Алматинской области

Темные квадраты обозначают районы, более подверженные процессу опустынивания. Зондирование было проведено с использованием дронов.

Одним из рекомендованных индикаторов обеспеченности водой поверхности земли является интенсивность транспирации.

Интенсивность может быть выявлена по формуле баланса поверхностной энергии:

$$R_n = G + H + LE, \quad (3)$$

где R_n – интенсивность потока излучения;

G – интенсивность теплового потока почвы;

H – явный поток тепла;

LE – скрытый поток тепла.

Формула температурно-вегетационного индекса засушливости выглядит следующим образом, если ее применить к модели клеточных автоматов, которая показана на рисунке 6:

$$TDVI = \frac{TS_{obs} - TS_{min}}{a + b \times NDVI - TS_{min}}, \quad (4)$$

где $TDVI$ – температурно-вегетационный индекс засушливости;

TS_{obs} – среднее квадратическое значение теста для наблюдаемого квадрата из рисунка 6;

TS_{min} – минимальное среднее квадратическое значение теста от всех квадратов из рисунка 6, которые наблюдались;

a, b – параметры, которые описывают сухие углы клеточного автомата на рисунке 6;

$NDVI$ – нормализованный относительный индекс растительности.

Использование летающих дронов для сбора данных рядом с селом Караой Балхашского района Алматинской области методом клеточного автомата показало полезность зондирования для определения засушливости земель. Более того, стоит отметить, что метод клеточного автомата и вычисление последующих параметров помогло построить псевдокарту местности, которая показывает области, наиболее подверженные угрозе деградации:

- ◆ нормализованный относительный индекс растительности;
- ◆ уточненный почвенно-вегетационный индекс;
- ◆ температурно-вегетационный индекс засушливости.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРА

- 1 Mares M. (2017). Encyclopedia of Deserts. Norman, Oklahoma, U.S.: University of Oklahoma Press.
- 2 Bainbridge D. (2012). A Guide for Desert and Dryland Restoration: New Hope for Arid Lands. London: Island Press.

- 3 Phillips S., Comus P. & Dimmitt M. (2012). A Natural History of the Sonoran Desert. Tucson, Arizona, U.S.: Arizona-Sonora Desert Museum Press.
- 4 Stoppato M., Bini A. & Eklund L. (2003). Deserts. Buffalo, New York, U.S.: Firefly Books.
- 5 Eslamian S. & Eslamian F. (2017). Handbook of Drought and Water Scarcity: Principles of Drought and Water Scarcity. Boca Raton, FL: CRC Press.
- 6 Coppola D. (2010). Introduction to International Disaster Management. Amsterdam: Elsevier.
- 7 UNEP (2005). Africa Environment Outlook – Past, present and future perspectives. Nairobi: UN.
- 8 Stocker T., Qin D., Plattner G., Tignor M., Allen S., Boschung J., Nauels A., Xia Y. Bex V. & Midgley P. (2013). Climate Change 2013 The Physical Science Basis: Contribution of Working Group I to the Fifth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change. Cambridge: Cambridge University Press.

Аңдатпа

Мақалада Алматы облысында шөлейттену қаупіне ұшыраған жерлердің алдын ала тексеру қажеттілігін анықтау бойынша талдау жұмыстары келтірілген. Жерлердің шөлейттенуі – бұл климаттың өзгеруі немесе адам қызметі сияқты түрлі факторлардың нәтижесінде жердің тозуы, топырақтың пайдалы қасиеттерін жоғалтуы. Сондай-ақ орманды заңсыз кесу, мал азығына және отынға, орман және дала өрттеріне бұталар мен жартылай бұталарды тамырымен шабуы, елді мекендердің айналасындағы қоқыс тастайтын жерлердің қарастырылмағандығы, топырақ пен жер асты суларының улы заттармен ластануы, көліктің әсері жердің шөлейттенуіне әкеледі. Осы жұмыста жерлердің шөлейттену қаупінен сақтануда мүмкін алдын ала тексеру құралдары сипатталған. Зерттеудің әдістемесі эпистомология және дедукция қағидаларына негізделген. Мақалада Алматы облысында жерлердің шөлейттену қаупімен күресуде алдын ала тексеруді пайдаланғанда ескерілетін көрсеткіштер сипатталған. Зерттеу нәтижесі алдын ала тексерудің техникалық жабдықталу деңгейінің дамуы арқасында көптеген құралдардың, мысалы, орта ажыратымдылықты сканер спектрорадиометрдің (MODIS) бар болуы.

Тірек сөздер: алдын ала тексеру, күрес, жердің шөлейттенуіне қарсы күрес, климат, адам қызметі, жердің шөлейттену қаупі, алдын ала тексеру құралдары.

Abstract

In the article the analytical work to identify the need for remote sensing of lands that are under threat of desertification in Almaty region is made. Desertification is a land degradation and loss of valuable soil properties as a result of various factor such as climate change or human activity. Desertification is also the result of illegal logging, the uprooting of shrubs and semi-shrubs to feed livestock and to be used as fuels, forest and steppe fires, unsystematic recreation, the landfills around populated areas, contamination of soils and groundwaters with toxic substances, the impact of transportation. This paper describes possible tools for sensing land in order to combat desertification. The research target is to find out whether any threat potential of desertification has enough serious consequences to beware of desertification. The research methodology is based on principles of epistemology and deduction. The research practical significance is defining indicators that can be considered while applying remote sensing in Almaty province for fighting and preventing risk of land desertification. The research result illustrates that thanks to development of technologic infrastructure for means of remote viewing there are many instruments for remote sensing such as moderate-resolution imaging spectroradiometer (MODIS).

Key words: remote sensing, desertification, fighting with desertification, climate, human activity, risk of desertification, sensing tools.

Ш.К. ТУРДАЛИНА,¹
экономика ғылымдарының магистрі,
докторант.
Әл-Фараби атындағы
Қазақ ұлттық университеті¹

ҚАЗАҚ ЖАСТАРЫНЫҢ ШЕТЕЛГЕ АҒУЫНЫҢ ЕЛ ЭКОНОМИКАСЫНА ӘСЕРІ

Аңдатпа

Осы мақалада аталған шетелдегі білім беру бағдарламалары біздің көптеген отандастарымыздың басқа елдерде қалып қоюының себебі болып табылады. Бұл қазақ «ақылының шетелге ағуы», халықаралық тұрғыдан бәсекелестік жағдайда біздің елге екі есе кері әсерін тигізуде. Өйткені, біздің азаматтар өз ақыл, күшін жұмсай отырып, өзге елдің дамуына үлкен үлесін қосып отыр. Бұл әсіресе, Еуропа елдерінде демографиялық өзгеріс (қарттардың санының артуы, жас-жеткіншектердің тым азайып кетуі) кезінде оларға өте тиімді болып отыр. Осы мәселені талқылаудың мақсаты – қазіргі жастарымызға олардың ақыл, интелектінің ғана емес, сондай-ақ патриоттық сезімінің біздің елімізге, біздің экономикамызға және біздің болашағымыз үшін қандай маңызды екенін жеткізу еді. Мақалада осы проблемалардың себептері егжей-тегжейлі талқыланып, оның шешу жолдары ұсынылды. Күнделікті өмірде секілді, мемлекет экономикасының дамуында да барлығы өзара тығыз байланыста болып табылады. Ең бастысы – елімізде экономикалық, социологиялық жағдай көтерілсе өз азаматтарымыз өзге елді таңдамай, елде қала береді. Оған дәлел жақын шетелден келген азаматтар (Өзбекстан, Қырғызстан, Тәжікстан, т.б.).

Тірек сөздер: экономика, «Болашақ» бағдарламасы, жастар, шетел мемлекеттері, интеграция, білім беру бағдарламалары.

«Өзге елде сұлтан болғанша, өз елінде ұлтан бол» деген мақалдың өзектілігі жоғалып бара жатқандай. Оған бір себеп, қазіргі жас ұрпақтың патриоттық сезімінің азаюы болса, екінші жағынан нарықтық экономикадағы еркін бәсекелестік, жаһандану жағдайының артуы болып отыр. Біріншіден, жастардың патриоттық сезімін ояту, ұлғайту үшін ата-анасына, отбасына, әдет-ғұрпы мен еліне деген сүйіспеншілік пен қадір қасиетін жоғарылатын түсіндірмелі, оқу-танымдық іс-шараларды жүзеге асыру қажет. Екінші фактор бойынша, жастарымызды елге пайдасын тигізудің ең басты амалы – жағдайын жасап, дамуына кедергі келтіретін шектеулердің алдын алу.

Еліміздің тәуелсіздік алғаннан кейін нарықтық жағдайға көшуді қарастырғанда білікті кадрлардың аз болуы байқалды. Осы себепті, елдегі «таланты жастарды» шетелдің алдыңғы қатарлы ЖОО-на түсіру көзделді. Осы ойға жету мақсатында 1994 жылы Елбасымыздың көрегендігімен «Болашақ» бағдарламасы қолға алынды. Бастапқы кезеңде оқу тек АҚШ, Ұлыбритания, Франция және Германияда болды. Бағдарламаның жүзеге асып келе жатқан 24 жыл ішінде (2017 жылы) 12 522 Қазақстандық степендианттар 33 дамыған елдің 200 алдыңғы қатарлы ЖОО-нан білім алды [1].

Кесте 1 – Елдердің пайыздық көрсеткіші

Елдер	Студенттер саны	Пайыздық көрсеткіші
Ұлыбритания мен Ирландия	641	50%
АҚШ пен Канада	428	34%
Еуропа континентік елдерінде	85	7%
Азия мен Океанияда	62	5%
Ресей Федерациясы	49	4%
Барлығы	1265	100%

Бағдарламада оқып жүрген түлектердің 60%-ы әлеуметтік, гуманитарлық және шығармашылық салаларда оқыды, 30%-ы инженерлік-техникалық білім алды, тек 8%-ы медициналық жоғары оқу орындарында оқыды.



Сурет 1 – Мамандық бойынша үлестері

«Болашақ» бағдарламасы бойынша бітіріп келген түлектеріміз негізінен 3 категорияға бөлінеді:

1) ЖОО жетістікпен бітіріп жақсы жұмысқа орналасқандар. Бұндай азаматтардың статистикалық мәліметтер бойынша орташа жалақысы 400 мың теңге болады екен (56%);

2) бағдарлама бойынша оқу орнын бітірген күннің өзінде ойдағыдай жұмыс таба алмай немесе мүлдем жұмыссыз жүргендерді жатқызуға болады (27%);

3) соңғы категорияға «Болашақ» бойынша дипломдарын алып, бірақ шетелде қалып қойған азаматтарымыз кіреді (17%) [2].

Болашақпен республикамызда жұмыс істеп жатқандардың 80 пайызы мемлекеттік органдарда жұмыс істейді. Оған мысал ретінде Алматы қаламыздың жас әкімі Бауыржан Байбек мырза бола алады. Бұр әрине көз қуантарлық жағдай, бірақ 80% деген өте үлкен көрсеткіш, тек 20% басқа салаға бет бұрған (жеке кәсіп, ғылым, өндіріс кәсіпорындары және т.б.) өте аз болып есептеледі. Бұған ел ішіндегі «әкім бол» деген менталитет себеп деп ойлаймын, әр қазақ баласын бастық болуға тәрбиелейтіні құпия емес.

Ал, екінші, үшінші категориялар мемлекетке едәуір кері әсерін тигізіп жатыр. Себебі, мемлекет жоспарлаған мақсаты бойынша білікті мамандарды өз еліміздің дамуына жұмсап, көркейтуіне себеп болады деген. Бірақ, жас мамандардың қайтпай қалған жағдайында, олар келісімшарт бойынша кепілдікке қойған мүлкін мемлекет алып қоюға құқылы. Қазіргі кезде стипендияның өсуі мемлекетке қайтаратын соманың өсуіне алып келді. Орташа есеппен 19 млн теңгені құрайды екен, бірақ бұл соманы қайтару шетелде қалып қойған қандастарымызға қиындық туғызбайды деп есептейді Отандық сарапшыларымыз.

Бағдарламаны бітіріп келген түлектің әрбір алтыншысы елде жұмыссыз деп мәлімдейді Болашақ стипендиясының әкімшісі «Халықаралық бағдарламалар орталығы» АҚ. Осы жылы 4014 адам осы бағдарлама бойынша шетелде оқуын аяқтады. Олардың 3 352-сі ғана жұмыспен қамтылды деген ақпарат алып келген [3].

Президентіміздің көрегендігімен бұл мәселеге де шешім табылғандай: енді жастарымыз жер асып, су асып жоғары білім құмай өз жерімізде медицина, инженерлік мамандықтары бойынша шетелге шықпай Назарбаев Университетінде білім алуға мүмкіндік алды (2010 жылы) [4]. Бұл ЖОО-ның ерекшелігі: шетел оқытушыларының дәріс беруінде, студенттеріміз тәжірибені өзге елде өту интеграциясы. Бұл экономикамызға елеулі әсер етіп, шетке қаражат шашуды азайтып, өз елімізде білікті профессионалдарды шоғырландырады.

Әрине, Қазақстаннан шетелге оқуға тек Болашақ бағдарламасы бойынша ғана емес, «өз күштерімен», өз қаражатымен түсетіндер де аз емес. Шындығында шетелде оқу – ол тек жағдайы төменнен жоғары отбасылардың балаларына бұйырады. Бұл қауымның шетелде қалу-қалмау мәселесі стипендия иегерлерінен оңайырақ, шешім өз қолдарында.

Шетелде оқып келген жастар бұндай проблемалардың туындау себептерін қарастыратын болсақ, төмендегідей мәселерге жолығуымыз мүмкін:

♦ шетелде алынған білім көп жағдайда елде керексіз болып жатады. Ол республикадағы технологиялық, техникалық, тіпті, менталитеттік дәрежедегі сәйкессіздікпен түсіндіріледі;

♦ білім алуға дамыған мемлекеттерге жіберіліп жатқаны белгілі, оған себеп, шетелмен тәжірибе алмастыру болып табылады. Ал, көп қандастарымыз еліміздің көкसेген мақсатын ұмытып, өз мүддесін жоғары қойып, сол оқыған – дамыған елдерінде қалып қойған. Бұл жағдай Қазақстанның экономикасына орасан зор нұсқан келтіретінін айта кеткен жөн.

Қазақстанға шет елден келген азаматтар мен шетелге кеткен азаматтарда аз емес. Нақтырақ айтатын болсақ, әр кеткен үш адамға екі шетел азаматтары келеді. Бұл экономикада табиғи құбылыс болып есептелінеді. Дегенмен, келген-кеткен адамдардың саны емес сапасына көңіл аударатын болсақ, келесідей портретке ие боламыз.

Қазақстаннан кеткен азамат: Бұл еңбекке жарамды жастағы адам (70%), негізінен ТМД елдеріне барады (мұндай 90%). Бұл адамның басым бөлігі Қарағанды облысынан, кем дегенде, Қызылордадан. ТМД туралы айтатын болсақ, ол жиі Ресей Федерациясына (85%), ең аз дегенде Түрікменстанға және Арменияға барады, ал басқа елдерге қарайтын болса, ол негізінен Германияға (7,3%), Латвияға ең аз дегенде барады. 70% жағдайда оның құжаттарында азаматтық бағанында «Орыс» деп жазылған.

Шетелге кетушінің әрбір екіншісі жоғары білімі бар адам, ал әрбір үшіншісі орта арнайы білімі бар. Дипломның көпшілігінде техникалық, экономикалық, медициналық, педагогикалық және заң мамандықтары көрсетілген. Яғни, олар Қазақстанда осы мамандыққа ие адамдар. Бұл табиғат мамандарының циклі деп атасақ болады: оларды дайындауға бюджеттен қаражат жұмсалады, ал одан кейін бұл адамдар кетеді.

Қазақстанға келген азаматтар: Ол Маңғыстау облысына, кем дегенде, Қызылорда облысына келген еңбекке қабілетті адам. Ол ТМД елдерінің бірінен (84%), ал әрбір екіншісі Өзбекстаннан келеді. Азаматтық кестеде 59% «қазақ», негізінде өзбек, қырғыз, түрікмен және орыс ұлттары.

Егер келушілердің білімі туралы айтатын болсақ, онда тек біркелкі жағдай. Адамдар Қазақстанға жалпы орта біліммен келеді, яғни олардың тек мектеп білімі ғана бар. Келушілердің 77% еңбекке жарамды адамдар [5].

Қорыта келгенде, бұл проблеманың алдын алу үшін, біріншіден, шетелге кетіп бара жатқан азаматпен әңгімелесу өткізу кезінде, патриоттық сезімін анықтайтын тест өткізу, оны дамыту жолдарын қарастыру. Екінші мәселе, көбіне техникалық мамандықтарды бітірген жас мамандар керексіз болып қалып жатыр, оған себеп еліміз шикізатқа бай бола отыра, оны өңдеу саласы жетілмеген. Сол себепті, жастарымыздың алған білімін қайда жұмсарын білмейді. Көш жүре түзеледі демекші, бұл мемлекеттік тұрғыда шешімін таппаған мәселелердің бірі болып табылады.

ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1 ҚР Президентінің қаулысы: <http://today.kz/news/kazakhstan/2016-11-05/729294-ispolnilos-23-goda-so-dnya-uchrezhdeniya-stipendii-bolashak/>.

2 Статистика комитеті: www.Stat.kz.

3 Мақала: <https://www.zakon.kz/4490100-kazhdyjj-shestojj-stipendiat-programmy.html>.

4 Ресми сайт: www.bolashak.kz.

5 Утечка мозгов: <https://informburo.kz/mneniya/eugeniy-kochetov/utechka-mozgov-iz-kazahstana-uezzhayut-luchshie-priezzhayut-raznye.html>.

Аннотация

Образовательные программы за рубежом, перечисленные в этой статье, являются причиной того, что многие из наших соотечественников остаются в других странах. Из-за «утечки мозгов» наша страна в международной конкурентоспособности теряет свой рейтинг, поскольку наши граждане вносят большой вклад в развитие другой страны своим умом и знаниями. Это особенно эффективно в случае демографических изменений в европейских странах (увеличение числа пожилых людей, уменьшение числа маленьких детей). Цель обсуждения этой проблемы – донести до нашей молодежи, что для развития нашей страны, нашей экономики

и нашего будущего важны не только ее умы, интеллект, но и патриотические чувства. В статье детально обсуждаются причины этих проблем и предлагаются пути их решения. Как и в повседневной жизни, все тесно связано в развитии экономики государства. Самое главное – когда уровень экономического и социально-экономического развития в нашей стране растет, наши граждане не станут выбирать другую страну и останутся в нашей республике. Доказательством этого является прибытие граждан из ближнего зарубежья (Узбекистана, Кыргызстана, Таджикистана и т.д.).

Ключевые слова: экономика, программа «Болашак», молодежь, зарубежные страны, интеграция, образовательные программы.

Abstract

Educational programs abroad, listed in this article, are the reason that many of our compatriots decide to live in other countries. Due to the «brain drain», our country is losing its rating in the level of international competitiveness, as our citizens make a great contribution to the development of another country with their mind and knowledge. This is especially effective in the case of demographic changes in European countries (an increase in the number of older people, a decrease in the number of young children). The purpose of discussing this problem is to inform our youth that not only its minds, intellect, but also patriotic feelings are important for the development of our country, our economy and our future. The article discusses in detail the causes of these problems and suggests ways to solve them. As in everyday life, everything is also closely linked to the development of the state's economy. Most importantly, when the economic and socio-economic situation in our country is growing, our citizens will not choose another country and will remain in our country. Proof of this are citizens who have arrived from the near abroad (Uzbekistan, Kyrgyzstan, Tajikistan, etc.).

Key words: economy, the Bolashak program, youth, foreign countries, integration, educational programs.

ПОСТРОЕНИЕ LOGIT-МОДЕЛИ ДЛЯ АНАЛИЗА ТРУДОУСТРОЙСТВА ВЫПУСКНИКОВ-ГРАНТНИКОВ

Аннотация

На сегодняшний день Казахстан сосредоточен на улучшении возможностей трудоустройства для уязвимых людей, особое внимание уделяется молодежи, пожилым работникам и людям с ограниченными возможностями. Государство обеспечивает получение гражданами страны на конкурсной основе, в соответствии с государственным образовательным заказом бесплатного высшего и послевузовского образования. Однако динамика и доля трудоустройства выпускников вузов, получивших образование по гранту и госзаказу, не имеет прозрачности, не определены основные факторы, влияющие на их трудоустройство. В связи с этим целью статьи является изучение основных факторов, влияющих на трудоустройство выпускников университета, обучающихся за счет государственных средств. Методология, используемая в исследовании, основана на построении Logit-модели, эконометрической модели, относящейся к классу таких моделей, для анализа которых неприменимы обычные методы регрессионного анализа. Здесь в качестве аналитического средства применяется бинарная переменная. Авторами рассмотрены некоторые аспекты взаимодействия субъектов рынков труда и образовательных услуг на современном этапе развития на примере Карагандинского экономического университета Казпотребсоюза и вузовских механизмов трудоустройства выпускников, раскрыты проблемы и основные переменные признаки, влияющие на трудоустройство выпускников. В результате проведенного исследования определены ключевые внешние и внутренние проблемы трудоустройства, а полученные результаты исследования позволили сформулировать ряд рекомендаций по решению проблем трудоустройства выпускников вузов Казахстана.

Ключевые слова: рынок труда, занятость, образовательные услуги, трудоустройство, Logit-модель, грант, конкурсная основа, госзаказ.

На рынке труда Казахстана за последние 10 лет наблюдается положительная динамика. По сравнению с 2006 г. вместе с ростом численности экономически активного населения на 11% увеличилось число наемных работников на 1,5 млн. человек, снизилась численность безработных на 178 тыс. человек и самозанятых – на 448 тыс. человек.

Уровень безработицы (общей, молодежной, долгосрочной) сократился в среднем на 47% и составляет сегодня 4,9% (445 тыс.) от численности экономически активного населения.

За время действия Программы «Дорожная карта занятости–2020» (далее – ДКЗ–2020) меры государственной поддержки получили 770 тыс. граждан. В результате трудоустроены на постоянные рабочие места 580 тыс. человек.

За последние годы уровень безработицы снизился с 5,2% в 2013 г. до 5% в 2014–2015 гг. и 4,9% – в 2016 г. Уровень безработицы среди молодежи, которая также является целевой группой программы ДКЗ–2020, снизился с 5,5% в 2013 г. до 4,2% в 2014 г. и 4,3% в 2015 г., составив в третьем квартале 2016 г. минимальное значение с начала века – 3,9%.

Вместе с тем сохраняются следующие системные проблемы, влияющие как на рынок труда, так и на дальнейший экономический рост: низкое качество трудовых ресурсов, непродуктивная занятость, региональные диспропорции и демографический дисбаланс, недостаточная генерация рабочих мест в экономике и т.д.

За последние 10 лет (с 2006 по 2016 гг.) доля трудовых ресурсов с высшим и незаконченным высшим образованием выросла с 25% до 38,0%, с техническим и профессиональным образованием – с 27% до 36%.

Если в 2013 г. доля рабочей силы с высшим и незаконченным высшим образованием составляла 34%, то в 2014–2016 гг. этот показатель вырос до 37%. Вместе с тем доля рабочей силы с техническим и профессиональным образованием в последние годы остается на среднем уровне в 33% (в 2014 г. – 32%, в 2015 г. – 34%, в 2016 – 33%).

Динамика движения выпускников 9 и 11-х классов общеобразовательных школ за последние 3 года показывает, что в среднем 21 тысяча человек трудоустраиваются без квалификации. При этом из-за проблем несоответствия квалификации трудовых ресурсов потребностям рынка труда ежегодно 20 тыс. вакансий, заявленных работодателями, остаются незаполненными [1].

Принятые меры, нормативно-правовые акты, в частности, изменения в Трудовой кодекс Республики Казахстан, предусматривающие понятие Национальной рамки квалификаций, установлена методика разработки и утверждения профессиональных стандартов, различные Государственные стратегические программы, кардинально не изменили качественную структуру занятого населения.

Государство обеспечивает получение гражданами страны на конкурсной основе в соответствии с государственным образовательным заказом бесплатного высшего и послевузовского образования, если они его получают впервые, за исключением образования, получаемого в военных, специальных учебных заведениях. Госзаказ составляет 1/3 от общего контингента студентов вузов страны. Госзаказ на подготовку специалистов с высшим и послевузовским образованием определяется ежегодно в соответствии с потребностями экономики страны (рисунок 1).

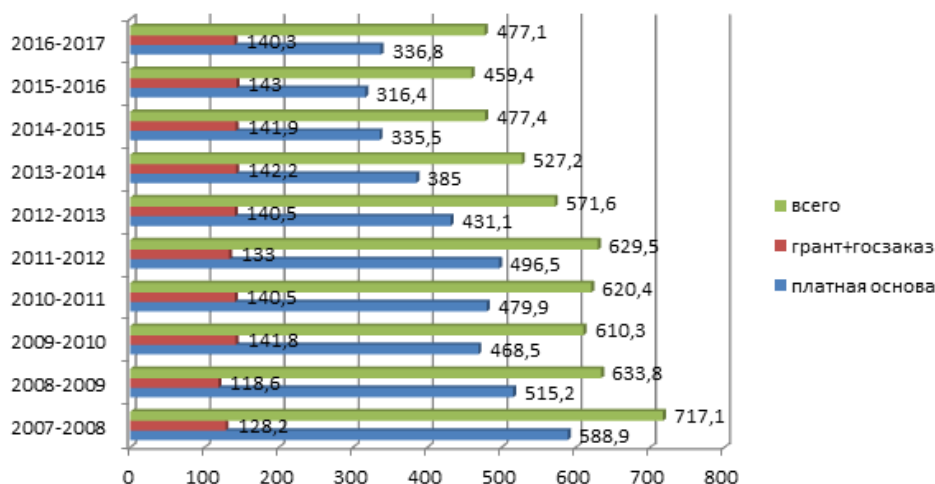


Рисунок 1 – Динамика контингента вузов по бакалавриату, тыс. человек

Примечание – Источник: данные Министерства образования и науки Республики Казахстан, Комитета статистики.

Успешность трудоустройства выпускников вузов является одним из показателей функционирования и системы высшего образования, и рынка труда, и экономики в целом.

Доля выпускников вузов, трудоустроенных по специальности в первый год после окончания вуза, является показателем национального рейтинга вузов. До 2013 г. мониторинг показателя трудоустройства выпускников вузов осуществлялся по справкам работодателей. С 2014 г. трудоустройство подтверждается через интегрированную информационную базу Государственного центра выплаты пенсий (ГЦВП). Согласно Государственной программе развития образования РК на 2011–2020 гг. эта доля должна составлять к 2017 г. 75%, а к 2020 г. – 80% (для студентов платной формы обучения) и 90% трудоустройства выпускников вузов, обучившихся по государственному образовательному заказу по специальности в первый год после завершения обучения к 2020 г. [3]. В таблице 1 приведена динамика трудоустройства выпускников вузов.

Таблица 1 – Динамика трудоустройства выпускников вузов

Год	% трудоустройства	Год	% трудоустройства
2007	72	2012	76,9
2008	74	2013	79,6
2009	74,6	2014	69,8
2010	75,4	2015	70,1
2011	75,6	2016	72,3

Примечание – Источник: <http://stat.gov.kz/> [4].

Однако динамика трудоустройства выпускников вузов, получивших образование по гранту и госзаказу, не имеет прозрачности, при этом законодательно закреплена норма обязательной отработки в течение трех лет выпускников, обучившихся по сельской квоте. С января 2017 г. введена норма отработки всеми категориями граждан, обучающихся по образовательным программам высшего и послевузовского образования на основе государственного образовательного заказа.

В рамках данной статьи мы решили провести исследование на примере Карагандинского экономического университета (далее – КЭУК) и выяснить, какие факторы в большей или меньшей степени влияют на трудоустройство выпускника-грантника (за анализ взят 2016 год выпуска грантников КЭУК).

Для проведения исследования по трудоустройству выпускников-грантников КЭУК нами была построена Logit-модель, в которой в качестве зависимой переменной выступает бинарная переменная:

$$y = \begin{cases} 0, & \text{если выпускник нетрудоустроен;} \\ 1, & \text{если выпускник трудоустроен.} \end{cases}$$

В качестве объясняющих переменных были выбраны следующие:

- ♦ Z_1 – специальность, по которой студент получил образовательный грант:

$$Z_1 = \begin{cases} 0, & \text{техническая специальность;} \\ 1, & \text{экономическая специальность.} \end{cases}$$

- ♦ Z_2 – пол выпускника университета, обучающегося по гранту:

$$Z_2 = \begin{cases} 0, & \text{мужской пол;} \\ 1, & \text{женский пол.} \end{cases}$$

- ♦ Z_3 – доступность высшего образования выпускниками городских и сельских общеобразовательных школ:

$$Z_3 = \begin{cases} 0, & \text{сельская местность;} \\ 1, & \text{городская местность.} \end{cases}$$

- ♦ GPA (Grade Point Average) – средний балл успеваемости за определенный период времени (в нашем случае это за весь период обучения). Каждая оценка имеет числовое выражение (A–4, B–3, C–2, D–1, F–0) и по сумме выводится средний балл. Наивысшим возможным является 4,0;

- ♦ $Mark_1$ – средний балл успеваемости в аттестате при поступлении в вуз;

- ♦ $Mark_2$ – средний балл успеваемости в дипломе при завершении вуза.

Аппроксимация данных производилась в программе Stata с помощью инструмента Logistic regression. В результате был получен следующий протокол анализа:

```

Logistic regression                Number of obs   =      29
                                   LR chi2(5)       =      6.04
                                   Prob > chi2        =     0.3026
Log likelihood = -11.766013        Pseudo R2      =     0.2042

```

Y	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]
Z1	.7376629	1.177517	0.63	0.531	-1.570228 3.045554
Z2	2.143578	1.257762	1.70	0.088	-.32159 4.608747
Mark1	-1.697257	3.085845	-0.55	0.582	-7.745402 4.350888
Z3	1.125773	1.337063	0.84	0.400	-1.494823 3.74637
GPY	.0283266	1.61475	0.02	0.986	-3.136526 3.193179
_cons	6.277608	14.82779	0.42	0.672	-22.78433 35.33955

На основании полученных оценок коэффициентов запишем Logit-модель:

$$\hat{y} = 6,28 + 0,74Z_1 + 2,14Z_2 - 1,7Mark_1 + 1,13Z_3 + 0,028GPY$$

Анализ коэффициентов регрессии позволил заключить следующее:

- 1) наличие экономической специальности увеличивает шансы трудоустройства выпускника в $\exp(0,74) \approx 2$ раза;
- 2) шансы трудоустройства выпускниц женского пола в $\exp(2,14) \approx 8,5$ раза больше, чем у выпускников мужского пола;
- 3) с увеличением среднего балла в аттестате выпускника на 1 отношение шансов трудоустройства падает на $1,7 * 100\% = 170\%$;
- 4) шансы трудоустройства выпускника, закончившего городскую школу, в $\exp(1,13) \approx 3$ раза выше, чем у выпускника, закончившего сельскую школу;
- 5) с увеличением балла успеваемости в университете на 1 отношение шансов трудоустройства возрастает на $0,028 * 100\% = 2,8\%$.

По итогам проведенного исследования можно сделать следующие выводы.

1. Результаты проведенного анализа трудоустройства выпускников-грантников КЭУК еще раз доказали, что на современном этапе развития экономики наличие экономической специальности является одним из самых востребованных в стране. Знание различных сторон экономики позволяет выпускникам вузов устраиваться на работу в маленькие и достаточно крупные компании. Кроме того, знание экономических основ может стать отличным помощником в деле открытия собственного бизнеса.

2. Востребованность экономической специальности на рынке труда не всегда сопровождается высокой заработной платой. По данным Агенства РК по статистике, среднемесячная заработная плата экономистов – самая высокая по Казахстану в Атырауской области – 238 766 тенге, за Атырау по уровню зарплаты следует Астана – 214 504 тенге, в Алматы в среднем специалисты в сфере экономики получают 138 542 тенге.

В результате исследования было выявлено, что выпускники-грантники КЭУК трудоустроены только на территории Карагандинской области, а заработная плата специалистов в сфере экономики по области составила 81 241 тенге, поэтому шансы трудоустройства выпускниц женского пола в 8,5 раза, больше, чем у выпускников мужского пола. По нашему мнению, это связано с тем, что не все парни соглашаются на данный уровень заработной платы. Они предпочитают трудоустроиваться по техническим специальностям, где уровень заработной платы выше.

3. Высокий балл аттестата, согласно нашему исследованию, не является приоритетным показателем при трудоустройстве выпускников вуза. При определении спектра личностных качеств, которыми должен обладать выпускник, работодатели также отмечают такие компетенции, как ответственность, профессиональная любознательность, работоспособность, коммуникабельность, креативное мышление.

4. Шансы трудоустройства выпускника, закончившего городскую школу, в 3 раза выше, чем у выпускника, закончившего сельскую школу.

Уровень образованности населения, развитость образовательной и научной инфраструктуры становятся неременным условием социально-экономического развития общества. Особую значимость приобретает проблема не только доступности высшего образования выпускниками городских и сельских образовательных школ, и это обусловлено тем, что получение высшего образования осуществляется только на конкурсной основе, в отличие от общего образования, но и теми знаниями, умениями и навыками, полученными в школе, что в целом формирует начальные конкурентные компетенции при трудоустройстве выпускника университета.

5. И соответственно, если начальные и вузовские компетенции были на высоком уровне (получение городского общего образования и высокого балла успеваемости в университете) и, как следствие, получен высокий GPA, шансы трудоустройства выпускника возрастают только на 2,8%.

Таким образом, можно сделать вывод, что высокая успеваемость выпускника не всегда является показателем трудоустройства выпускника по специальности, существует острая необходимость в выработке у выпускника таких компетенций, как стрессоустойчивость, грамотность, порядочность, эрудированность и ориентация на результат.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Программа развития продуктивной занятости и массового предпринимательства на 2017–2021 годы: <http://www.enbek.gov.kz> (дата обращения – 07.11.2017).
- 2 Борбасова З.Н., Безлер О.Д. Промежуточная оценка результативности целевых индикаторов Государственной программы развития образования Республики Казахстан на 2011–2020 годы // Вестник Карагандинского университета. Серия «Экономика». – 2017. – № 3(87). – С. 21–29.
- 3 Государственная программа развития образования РК на 2011–2020 гг.: <https://primeminister.kz> (дата обращения – 06.12.2017).
- 4 Статистические данные Министерства национальной экономики Республики Казахстан, Комитета по статистике: <http://stat.gov.kz/> (дата обращения – 10.12.2017).

Аңдатпа

Қазіргі таңда Қазақстан осал адамдарға, жастарға, жасы келген жұмыскерлерге және мүмкіндіктері шектеулі адамдарға ерекше көңіл бөліп, еңбекпен қамтамасыз ету мүмкіндіктерін жақсартуға мән беруде. Мемлекет ел азаматтарымен конкурстық негізде, мемлекеттік білім беру тапсырысына сәйкес ақысыз жоғары және ЖОО-дан кейінгі білім алуын қамтамасыз етеді. Алайда грант және мемлекеттік тапсырыс бойынша білім алған ЖОО бітірушілерінің жұмыспен қамтылу динамикасы мен үлесі анық емес және олардың жұмыспен қамтылуына әсер ететін негізгі факторлар анықталмаған. Осыған байланысты мақаланың мақсаты мемлекеттік қаражат есебінен оқып жатқан университеттің түлектерін жұмыспен қамтудың негізгі факторларын зерттеу болып табылады. Зерттеуде қолданылатын әдіснамалар эконометриялық модельдің Logit-модельінің құрылысына негізделген, бұл регрессиялық талдаудың қарапайым әдістерін қолданбайтын модельдердің классына жатады. Бұл жерде аналитикалық құрал ретінде бинарлық ауыспалылық қолданылады. Авторлар дамудың қазіргі заманғы кезеңде, Қазпотрбсоюз Қарағанды экономикалық университетінің және түлектерді еңбекпен қамтамасыз ету ЖОО-лық тетіктері мысалында еңбек және білім беру қызметтері нарығы субъектілерінің өзара байланысу аспектілерін қарастырған, түлектердің жұмыспен қамтылуына әсер тигізетін мәселелері және негізгі ауыспалы белгілері айқындалған. Жүргізілген зерттеулер нәтижесінде жұмыспен қамтылудың негізгі сыртқы және ішкі күрделі мәселелері анықталған, ал зерттеудің алынған нәтижелері Қазақстанның жоғары оқу орындарының түлектерін еңбекпен қамту мәселелерін шешу бойынша ұсыныстар тізімін құрастыруға мүмкіндік берді.

Тірек сөздер: еңбек нарығы, жұмысбастылық, білім беру қызметтері, жұмыспен қамту, Logit-үлгі, грант, конкурстық негіз, мемлекеттік тапсырыс.

Abstract

As for today, Kazakhstan focuses on improving employment opportunities for vulnerable people, paying particular attention to young people, older workers and people with disabilities. The state provides the citizens of the country on a competitive basis, in accordance with the state educational order with free higher and postgraduate education. However, the dynamics and the share of employment of university graduates, who got education under the grant and the government order has no transparency, main factors affecting their employment were not defined. In this regard, the aim of this paper is to study the main factors affecting the employment of university graduates, trained at the expense of public funds. The methodology used in the study, is based on the creation of Logit-models, econometric models belonging to the class of such models, for the analysis of the usual methods of regression analysis cannot be applied. Here as analytical tools binary variable was used. The authors consider some aspects of interaction of subjects of the labour and educational services markets at the present stage of development, by the example of Karaganda Economic University of Kazpotrebsoyuz and institutional mechanisms of employment of graduates; the problems and the basic variable characteristics that affect the employment of graduates were revealed. In the result of study, the key external and internal problems of employment were identified, and the obtained results allowed formulating a number of recommendations for resolving the problems of employment of graduates of universities in Kazakhstan.

Key words: labor market, engagement, educational services, employment, Logit-model, grant, competitive base, state order.

**ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ PR-КАМПАНИИ ВУЗА
НА РЫНКЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Аннотация

В статье рассматриваются теоретические основы формирования PR-деятельности вузов и особенности ее с учетом специфики рынка образовательных услуг высшего образования. Анализ этих вопросов становится актуальным тогда, когда обостряется конкурентная борьба между вузами за целевую аудиторию. PR-составляющая имеет особый приоритет в деле продвижения услуг высшего образования на рынке, в формировании положительного и привлекательного имиджа вуза, в выборе потребителем вуза. Роль PR не ограничивается только данным аспектом. PR играет и глобальную роль для вуза, создавая эффективные коммуникации с целевой аудиторией и со всей окружающей средой, содействуя достижению стратегических целей вуза. Рассмотренные в статье теоретические основы проведения PR-деятельности являются базовыми для проведения эффективной работы вузом. При этом особенности рынка образовательных услуг высшего образования оказывают влияние на направления PR-деятельности, на выработку акцентов в процессе применения тех или иных инструментов PR. В статье показаны наиболее отличительные с точки зрения автора особенности целевой аудитории вузов и характер их влияния на PR-деятельность вузов. Это направление связано с переносом наибольшей степени PR-активности вузов в интернет-пространство и на площадки социальных сетей, откуда черпает необходимую для него информацию современное молодое поколение.

Ключевые слова: связи с общественностью, PR-деятельность, образовательные услуги, вуз, целевая аудитория, инструменты PR.

В условиях обострения конкуренции на рынке образовательных услуг высшего образования для высших учебных заведений (вузов) первостепенное значение приобретают вопросы продвижения своих услуг среди потребителей, составляющих его целевую аудиторию. Для эффективного продвижения услуг вуза, как известно, используется весь комплекс интегрированных маркетинговых коммуникаций: реклама, стимулирование сбыта, личные продажи и PR (Public Relations), что означает связи с общественностью. В этом списке ключевую роль играет именно PR-составляющая, которая обеспечивает в первую очередь формирование положительного и привлекательного имиджа вуза. Как будет видно из дальнейшего анализа, это один из аспектов PR-политики вуза, но в современных условиях вопрос имиджа вуза имеет ключевое значение при принятии решения о выборе потребителем вуза для обучения и получения в дальнейшем высшего профессионального образования. В связи с этим анализ вопросов формирования PR-политики вуза приобретает особую актуальность.

Необходимо отметить, что исторически вузы были первыми, кто начал применять политику установления устойчивых и положительных связей со своей общественностью. «Заведения высшего образования одними из первых приступили к систематической деятельности по получению поддержки общественности. Первопроходцем в этой области стал Мичиганский университет, учредивший отдел PR еще в 1897 году» [1, с. 582].

Как отмечают другие современные источники, «в 1904 г. в университете штата Пенсильвания было создано собственное бюро паблисити, а в университете штата Висконсин – пресс-бюро... В 1917 г. усилиями паблисити-директора Западного женского колледжа в Оксфорде, штат Огайо, была создана Ассоциация Ньюз-Бюро американских колледжей, переименованная в 1930 г. в Американскую ассоциацию паблисити колледжей» [2, с. 36].

Прежде чем рассмотреть существующие отраслевые особенности сферы высшего образования, накладывающие отпечаток на выработку и реализацию PR-политики вузов, необходимо остановиться на общих теоретических аспектах данного вопроса. Такой подход необходим в

связи с тем, что формирование PR-политики, программ или кампаний вуза, так же как и любой другой организации, основывается на уже разработанных к настоящему времени теоретических подходах.

Сущность PR можно понять из научных определений, которые дают ему ученые. Таких определений в современной литературе огромное множество, но приведем определения некоторых наиболее авторитетных исследователей данной сферы.

Известный западный ученый Ф. Джефкинс в своей книге «Паблик рилейшнз» дает следующее определение: «Паблик рилейшнз состоит из всех форм планомерно осуществляемой коммуникации, внешних и внутренних, между организацией и ее общественностью в целях достижения между ними взаимопонимания» [3, с. 22].

Здесь же приводится и определение Мировой ассамблеи ассоциаций паблик рилейшнз, выработанное и согласованное между ее участниками в августе 1978 г. в Мехико: «Практика паблик рилейшнз – это искусство и наука анализа тенденций, прогнозирования их последствий, выдачи рекомендаций руководству организаций и осуществление программ действий в интересах организаций и социума» [3, с. 23].

В процессе рассмотрения множества определений данного термина наиболее известный исследователь вопросов PR Сэм Блэк выработал следующее краткое и в то же время всеобъемлющее, на его взгляд, определение: «Public Relations – это искусство и наука достижения гармонии посредством взаимопонимания, основанного на правде и полной информированности» [4, с. 17].

На наш взгляд, наиболее четкое и всестороннее определение PR дано во всемирно известной книге американских ученых Скотта М. Катлипа, Аллена Х. Центера, Глена М. Брума «Паблик рилейшнз. Теория и практика», являющейся базовым справочником в данной области знаний: «Паблик рилейшнз – это управленческая функция, которая призвана устанавливать и поддерживать взаимовыгодные отношения между организацией и общественностью, от которой зависит ее успех или, наоборот, неудача» [1, с. 20].

Из данного определения вытекает несравнимо более широкий характер функций связей с общественностью, нежели просто выполнение задач в рамках интегрированных маркетинговых коммуникаций. Конечно, конкретный сиюминутный практический интерес использования организацией PR заключается в содействии продвижению продуктов/услуг организации в рамках выбранной целевой аудитории. В то же время активное и системное, на научной основе использование организацией PR направлено на долгосрочное стратегическое ее развитие как посредством формирования своего положительного имиджа/образа, так и создания и поддержания понятных и приемлемых двусторонних коммуникаций не только с целевой аудиторией, но и практически со всей окружающей средой.

Как справедливо отмечают указанные авторы, «... маркетинг делает акцент на отношения обмена с потребителями. Результатом маркетинговых усилий являются компенсационные транзакции типа «услуга за услугу», которые удовлетворяют потребности клиентов и позволяют организации достичь своих экономических целей. В противоположность этому паблик рилейшнз охватывают широкий спектр целей и отношений со многими группами людей: служащими, инвесторами, соседями, группами особых интересов, государственными органами и т.п.» [1, с. 28].

Отсюда вытекает и большое многообразие направлений или видов деятельности в рамках PR:

- ◆ паблисити;
- ◆ реклама;
- ◆ общественная деятельность (public affairs);
- ◆ управление проблемами;
- ◆ отношения с инвесторами или IR (investor relations);
- ◆ отношения со спонсорами.

Как видим, приведенный перечень видов деятельности PR достаточно широкий. При этом реклама также входит в этот список, несмотря на то, что в составе ИМК организации занимает равноправную с PR отдельную позицию. Связано это не только с тем, что имиджевая реклама решает вопросы создания положительного имиджа/образа организации, то есть является про-

водником PR политики и, соответственно, одним из ее инструментов. Любая реклама организации в конечном счете, помимо привлечения потенциальных клиентов к ее продукции/услугам, содействует в немалой степени установлению коммуникаций с целевой аудиторией.

Паблисити, или в нашем понимании пропаганда, не заменяет собой PR-деятельность, а является именно одной из составных частей этой деятельности, несмотря на то, что на практике часто наблюдается замена этих понятий друг другом. Эффективное использование паблисити означает способность организации управлять и даже режиссировать «информационные волны», поставляемые средствами массовой информации (СМИ) потребителю информации об этой организации. Достигается это посредством правильного отбора информации и информационных поводов об организации, передаваемой ее PR-отделом, соответствующим СМИ. Должна передаваться именно та информация об организации, которая заинтересует целевую аудиторию, отвечает ее запросам. Соответственно, паблисити является важнейшей составляющей PR, при этом понятие PR гораздо шире, здесь, как уже указывалось выше, стоят задачи глобального характера в сравнении с паблисити.

Суть общественной деятельности как составляющей PR заключается в формировании и поддержании позитивных отношений с государством и местной общественностью с целью создания благоприятных для данной организации параметров государственной политики, затрагивающих сферу ее профессиональной деятельности. Разумеется, общественная деятельность имеет большое значение, в том числе и для вузов, так как сфера предоставления услуг высшего образования на всех участках достаточно плотно регулируется государством и находится под пристальным вниманием общественности. Один из аспектов общественной деятельности, выражающейся в реализации мер по оказанию влияния на принятие или отклонение конкретных законодательных или нормативных актов государством, называется лоббированием.

Управление проблемами также является составной частью в целом PR-деятельности. Так же как и в любой другой сфере управленческой деятельности, работа по раннему выявлению проблем или тенденций, ведущих к возникновению проблем в будущем, имеет в условиях быстроменяющейся внешней среды большое значение для формирования эффективной PR-политики организации. Такая работа позволяет организации своевременно реагировать на возможные угрозы и проводить соответствующие PR-акции по нейтрализации проблем.

Суть отношений с инвесторами (*investor relations*) заключается в поддержании позитивных отношений с акционерами, потенциальными инвесторами и представителями финансового сообщества. Данная составляющая PR важна для акционированных и негосударственных частных вузов.

Что касается отношений со спонсорами, суть которых заключается в поддержании отношений с организациями и лицами, оказывающими финансовую поддержку и безвозмездную финансовую помощь, то их относят, как правило, к функциям PR-подразделений некоммерческих организаций. Однако для вузов, оказывающих общественно значимые услуги, имеющих общенациональное и гуманитарное значение, использование данной составляющей в своей PR-деятельности является также актуальным.

Для эффективного использования всех вышеприведенных видов PR-деятельности с целью установления позитивных отношений с окружающей средой необходимо планирование и реализация PR-программ и PR-кампаний, направленных на ту или иную целевую аудиторию. PR-программы носят долгосрочный характер и направлены на решение глобальных задач по достижению стратегических целей организации. PR-программы состоят из непрерывной цепи PR-активностей организации, имеющих целенаправленный характер, в рамках которых могут осуществляться и различные PR-кампании. PR-кампании имеют относительно краткосрочный характер (месяц, полгода, год) и направлены на решение определенных конкретных задач, стоящих перед организацией как в рамках достижения стратегических целей, так и в результате появления тех или иных проблем или задач в процессе текущей деятельности организации.

Планирование и реализация PR-программ и PR-кампаний проходит четыре взаимосвязанных этапа работ.

1. Первый этап: исследовательские работы, анализ ситуации, диагностика проблем организации в отношениях с окружающей средой.

2. Второй этап: постановка целей и задач, планирование PR-деятельности организации.

3. Третий этап: реализация на практике PR-программ и PR-кампаний.

4. Четвертый этап: оценка эффективности, реализованных программ и кампаний.

Вышеприведенные теоретические основы вопросов PR-деятельности организации в полной мере относятся и к вузам. Также и общая схема планирования и реализации PR программ и кампаний применяется в маркетинговой деятельности вузов. При этом на всех этапах этой схемы особенности рынка образовательных услуг высшего образования определяют специфические моменты PR-деятельности вузов в части расстановки акцентов и преимущественного применения тех или иных инструментов PR в процессе реализации PR-кампаний. Особенности рынка образовательных услуг высшего образования, оказывающие влияние на PR-деятельность вузов, проистекают в основном и в первую очередь из особенностей целевой аудитории вузов.

Целевая аудитория вуза состоит, как известно, из следующих групп.

1. Студенты, обучающиеся в данном вузе.
2. Профессорско-преподавательский состав вуза.
3. Другие сотрудники вуза.
4. Акционеры/учредители вуза.
5. Выпускники предыдущих лет.
6. Представители деловых кругов и бизнеса.
7. Правительство и государственные органы управления.
8. СМИ.
9. Родители студентов данного вуза.
10. Абитуриенты.
11. Родители абитуриентов.
12. Спонсоры.
13. Известные политические и общественные деятели страны/региона, в котором работает вуз.

Как видим, целевая аудитория вузов достаточно большая и разнообразная, но ее можно разделить на две большие группы: 1) внутренние потребители образовательных услуг вуза, то есть находящиеся в стенах вуза; 2) внешние потребители, находящиеся за пределами вуза и большей частью являющиеся потенциальными потребителями услуг вуза.

Соответственно, для каждой из указанных групп необходима разработка своих особых целевых PR-программ и кампаний. Это первая особенность формирования PR-деятельности вуза на рынке образовательных услуг высшего образования, вытекающая из специфики целевой аудитории вуза.

Следующая особенность заключается в необходимости индивидуального персонифицированного подхода в формировании отношений с потребителями услуг вуза. Данное обстоятельство диктует для PR-подразделения вуза необходимость иметь в наличии разностороннюю информацию о действующих и потенциальных потребителях услуг вузов, то есть требуется качественное усиление исследовательских и информационных возможностей данного подразделения.

Особенность потенциальных потребителей услуг вузов заключается также в том, что они в значительной степени обращают внимание на имидж вуза, на качество его преподавательского состава, престижность обучения в рассматриваемом ими вузе. В связи с этим необходимо акцент делать на более активное использование такого инструмента PR, как имиджевая реклама, которая должна занимать преимущественное положение по сравнению с другими видами рекламы.

На наш взгляд, целевая аудитория, с которой работают вузы, в большей степени, чем потребители каких-либо других услуг, ориентирована на получение как можно большего объема информации. В связи с этим при проведении PR-кампаний необходимо обеспечить не только обширный охват целевой аудитории, но в основном делать акцент на предоставление как можно большего объема всеобъемлющей информации о вузе (об истории вуза, высокой квалификации преподавательского состава, высоком качестве предоставляемых вузом услуг). Акцент именно на усиление информированности всех групп целевой аудитории – это одна из главных особенностей формирования PR-деятельности вуза.

Российские авторы Н.М. Глебов, А.И. Барановский и О.Ю. Лейнвебер в качестве главного инструмента эффективной PR-политики вуза предлагают также реализацию совместных с целевыми группами потребителей корпоративных проектов. Согласно подходу данных авторов, «имидж вуза формируется через проведение корпоративных PR-мероприятий, которые направлены на реализацию корпоративных проектов. В результате формируется общественное мнение о вузе, его репутация среди потребителей образовательных услуг (как внутренних, так и внешних) и всех, с кем учебное заведение установило взаимовыгодные деловые отношения» [5].

Главная же особенность целевой аудитории вузов в том, что она в подавляющем большинстве своем состоит из молодых людей. Это та группа целевой аудитории вузов, которая собственно и формирует, так скажем, реальную клиентскую базу вузов. В современных условиях особой отличительной чертой молодого поколения является практически тотальная их вовлеченность в потребление продуктов новых технологий. Молодые люди сейчас являются активными пользователями интернета и самыми активными участниками социальных сетей. Отсюда вытекает важнейшая задача вузов – проведение своей PR-деятельности через активное использование интернет-технологий и активное участие в социальных сетях. В современных условиях именно в социальные сети предоставляют наибольшие возможности для построения долгосрочных отношений с целевой аудиторией.

В Казахстане, согласно данным исследования, проведенного компанией АСТ Казахстан, социальными сетями пользуется 70% населения Казахстана. При этом исследование выявило, что в наиболее популярных социальных сетях преобладают как раз люди молодого возраста. Например, в сети «ВКонтакте», в которой общаются 43% всех казахстанских пользователей социальных сетей, 60% – это молодежь в возрасте 18–29 лет, в сети Instagram данная возрастная группа занимает уже 62% всех пользователей [6].

Наиболее полезные возможности, которые предоставляют социальные сети вузам для проведения эффективной PR-деятельности, заключаются, на наш взгляд, в следующем:

- ♦ одним из главных достоинств социальных сетей для проведения PR является возможность установления двусторонних отношений, что как раз отличает PR, например, от пропаганды и рекламы;
- ♦ в социальных сетях через создание своего качественного и информативного профиля вуз может донести в онлайн-режиме наиболее важную ключевую информацию о себе миллионам пользователей социальных сетей;
- ♦ социальные сети создают условия для оперативного информирования больших масс участников о тех или иных PR-событиях через рассылку приглашений;
- ♦ в социальных сетях есть возможность создания виртуальных групп, которые могут основываться на различных признаках, например, группы по профессиональным интересам и т.д. «Заинтересованные в PR какого-либо объекта создатели группы могут достигать своей цели самим приглашением пользователей в группу, а также выкладыванием определенной информации и модерированием групповой дискуссии» [7]. Такой инструмент предоставляет вузу широкие возможности для эффективного проведения PR.

Таким образом, данное направление PR-деятельности, связанное с активной работой в социальных сетях, является сегодня для вузов наиболее актуальным.

Резюмируя, необходимо отметить, что осуществление вузами PR-деятельности предполагает обязательный учет рассмотренных выше особенностей целевой аудитории вузов. Такие особенности, как было показано выше, объективно оказывают большое влияние как на выделение акцентов в PR-деятельности вузов, так и на определение наиболее актуальных направлений этой деятельности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Катлип Скотт М., Сентер Аллен Х., Брум Глен М. Паблик рилейшенз. Теория и практика. – 8-е изд.: пер. с англ.: учеб. пособие. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2003. – 624 с.
- 2 Алешина И.В. Паблик рилейшнз для менеджеров – М.: ИКФ «Экмос», 2004. – 479 с.
- 3 Джефкинс Ф., Ядин Д. Паблик рилейшнз: учеб. пособие для вузов: пер. с англ. / под ред. Б.Л. Еремина – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 259 с.
- 4 Блэк С. Паблик рилейшнз. Что это такое? – М.: Издательство «Новости», 1990. – 240 с.

5 Глебов Н.М., Барановский А.И., Лейнвебер О.Ю. Интегрированный маркетинг в формировании системы коммуникаций вуза // Проблемы современной экономики. – 2011. – № 4 (40).

6 Компания АСТ Казахстан представляет данные исследования аудитории социальных сетей в Казахстане: материалы официального сайта компании АСТ Казахстан: <https://kazakhstan.act-global.com/ru/news/социальные-сети-в-казахстане/> (дата обращения: 25.05.2017).

7 Киселев Н. Социальные сети как инструмент PR: http://pr-club.com/assets/files/pr_lib/pr_root/KisSocSeti.doc (дата обращения: 19.01.2018).

Аңдатпа

Мақалада жоғары оқу орындарының PR қызметін қалыптастырудың теориялық негіздері, жоғары білім беруде нарықтық қызмет көрсетудің ерекшелігі қарастырылады. ЖОО-ның мақсатты аудитория үшін бәсекелестігі нашарлаған жағдайда, бұл мәселелерді талдаудың маңызы артуда. ЖОО-ның маркетингтік жұмысындағы PR компоненті – бұл білім беру нарығында жоғары білім беру қызметтерін насихаттауда, университеттің он және тартымды имиджін қалыптастыруда, жоғары оқу орнын таңдауға шешім қабылдауда негізгі басымдығы бар. PR рөлі осы аспектімен шектелмейді. PR мақсатты аудиториямен ғана емес, ақпаратты-ғылыми ортада тиімді байланысты орнықтыру арқылы университетке жаһандық әсер ететін стратегиялық ұстанымның қол жетерлік мүмкіндігін арттырмақ. Мақалада қарастырылған PR-қызметтің теориялық негіздері жоо-ның осы бағытта тиімді жұмыс істеуіне тегік болып табылады. Бұл ретте, жоғары білім берудің білім беру қызметтері нарығының ерекшеліктері PR-қызметінің бағытына, сондай-ақ белгілі бір PR құралдарын қолдану үрдісінде акцент жасауға әсер етеді. Мақалада автордың тұрғысынан жоғары оқу орындарының мақсатты аудиториясының ерекшеліктері және олардың ЖОО-ның PR-қызметіне әсер ету сипаты көрсетілген. Бұл бағытта ЖОО-дағы PR-қызметінің жоғары деңгейін интернет кеңістігіне, әлеуметтік желілерге көшіруге байланысты, онда ұрпақтың қажетті ақпаратты жинамақ мүддесі әр деңгейде, әр қарқында үдей түспек.

Тірек сөздер: қоғаммен қатынас, PR-қызметі, білім беру қызметтері, жоо, мақсатты аудитория, PR құралдары.

Abstract

This article discusses both the formation of the theoretical foundations of universities' PR activities, taking into account the specifics of the market of higher educational services. In conditions of the competition between universities for the target audience, the analysis of these issues is undoubtedly urgent. PR is important to promote universities. Effective use of PR, creates a positive and attractive image of the university. The role of PR is not limited to this aspect only. PR plays a global role by creating effective communications not only with the target audience, but also with the whole environment, and thus contributing to the achievement of the university's strategic goals. The theoretical bases of conducting PR-activity considered in the article are the basic ones for the effective work of the university in this direction. Moreover, the peculiarities of educational market affect the direction of PR activities, and the development of accents in the process of applying certain PR tools. The article shows the most distinctive features of higher educational institutions' target audience from the author's point of view, and the nature of their influence on the universities' PR activity. This direction is connected with the transfer of PR activity to the Internet space and, first of all, on social networking sites, where the contemporary young generation basically draws the information it needs.

Key words: public relations, PR-activity, educational services, high school, target audience, PR tools.

Л.А. ТУСУПОВА,¹
проректор по внешним связям,
международной аккредитации
и поствузовскому образованию,
д.э.н., профессор.
Университет «Туран»¹



К 200-ЛЕТИЮ К. МАРКСА

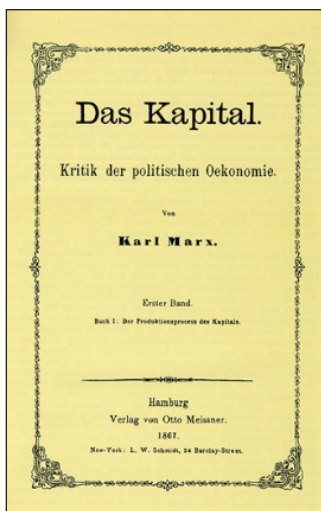
Аннотация

В статье рассмотрены итоги круглого стола на тему «Карл Маркс: 200 лет спустя», посвященного юбилею великого немецкого философа, экономиста и публициста Карла Маркса. Юбилей немецкого ученого вызвал огромный резонанс и интерес во всем мире. В Трире (Германия), городе, где родился Карл Маркс, прошла обширная юбилейная программа, посвященная 200-летию со дня его рождения. Федеральная земля Рейнланд-Пфальц, в которой расположен Трир, и администрация города подготовили на родине Маркса масштабную выставку о жизни и деятельности этого выдающегося мыслителя, под влиянием идей которого произошли эпохальные события в политике XIX и XX столетий. Труды К. Маркса стали неотъемлемой и важной составной частью мировой культуры, так что без изучения его экономического, философского и политического наследия невозможно вырасти в настоящего экономиста или политолога. Это хорошо понимают в США: по сведениям портала Open Syllabus Explorer, «Манифест» Маркса и Энгельса занимает 4-е место в списке книг, которые включаются преподавателями вузов США в учебную программу. А в шести штатах, включая Нью-Джерси, Нью-Гемпшир, Вашингтон и Мичиган, он на первом месте. По данным Библиотеки Конгресса США, Марксу посвящено больше научных трудов, чем какому-либо другому человеку. В работе круглого стола приняли участие казахстанские ученые (политэкономы, философы, социологи, историки), представители бизнеса.

Ключевые слова: мировая культура, научные труды, философ, публицист, экономист, выдающийся мыслитель.

Университет «Туран» совместно с Академией экономических наук Казахстана 5 мая 2018 года провел круглый стол на тему «Карл Маркс: 200 лет спустя», посвященный юбилею великого немецкого философа, экономиста и публициста Карла Маркса. В работе круглого стола приняли участие казахстанские ученые (политэкономы, философы, социологи, историки), представители бизнеса. Критическому анализу теории марксизма в контексте современных проблем были посвящены выступления казахстанских исследователей: ректора университета «Туран», д.э.н., профессора Алшанова Р.А.; почетного председателя Совета Ассоциации финансистов Казахстана, д.э.н., профессора университета «Туран» Аханова С.А.; д.филос.н., профессора Института философии, политологии и религиоведения КН МОН РК Соловьева Г.Г.; экономиста, предпринимателя Джанатаева Т.А.; д.филос.н., доцента КазГосЖенПУ Оспанова С.И.; д.э.н., профессора КазНУ им. аль-Фараби Тулегеновой М.С.; сценариста, режиссера и продюсера Килибаева Б.; к.э.н., магистра наук в области экономики финансов Жангельдина Е.Т.

Юбилей немецкого ученого вызвал огромный резонанс и интерес во всем мире. В Трире (Германия), городе, где родился Карл Маркс, прошла обширная юбилейная программа, посвященная 200-летию со дня его рождения. Федеральная земля Рейнланд-Пфальц, в которой расположен Трир, и администрация города подготовили на родине Маркса масштабную выставку о жизни и деятельности этого выдающегося мыслителя, под влиянием идей которого произошли эпохальные события в политике XIX и XX столетий.



В 2017 г. исполнилось 150 лет со дня выхода в свет главного труда Карла Маркса – «Капитала» (полное название – «Капитал. Критика политической экономии»; нем. – Das Kapital. Kritik der politischen Ökonomie). С момента начала в 2008 г. мирового финансово-экономического кризиса на Западе, и особенно в среде учащейся молодежи, наблюдается рост интереса к этому произведению и к другим работам К. Маркса. На этой волне подъема интереса к его творчеству «Капитал» и «Манифест Коммунистической партии» в 2013 г. по предложению Германии и Нидерландов были внесены в реестр документального наследия ЮНЕСКО «Память мира».

Труды К. Маркса стали неотъемлемой и важной составной частью мировой культуры, так что без изучения его экономического, философского и политического наследия невозможно вырасти в настоящего экономиста или политолога. Это хорошо понимают в США: по сведениям портала Open Syllabus Explorer, «Манифест» Маркса и Энгельса занимает 4-е место в списке книг, которые включаются преподавателями вузов США в учебную программу. А в шести штатах, включая Нью-Джерси, Нью-Гемпшир, Вашингтон и Мичиган, он на первом месте. По данным Библиотеки Конгресса США, Марксу посвящено больше научных трудов, чем какому-либо другому человеку.

В мае состоялся 2-й Всемирный конгресс по марксизму в Пекинском университете (КНР). В работе конгресса приняли участие свыше 300 исследователей марксизма из различных стран мира, чтобы обсудить развитие этого учения в XXI веке.

Выдающийся исследователь развития экономической мысли М. Блауг писал: «Маркс продолжает жить и все еще актуален как ни один из авторов... Маркс подвергался переоценке, пересматривался, опровергался, его хоронили тысячекратно, но он сопротивлялся всякий раз, когда его пытались отослать в интеллектуальное прошлое. Хорошо это или плохо, но его идеи стали составной частью того мира представлений, в рамках которого мы все мыслим. Сейчас никто не ратует за Адама Смита или Рикардо, но по-прежнему поднимается кровавое давление, как только Маркс становится предметом исследования» [1].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Блауг М. Экономическая мысль в ретроспективе. – М.: Дело ЛТД, 1994. – С. 207.

Андатпа

Мақалада ұлы неміс философы, экономист және публицист Карл Маркстың мерейтойына арналған «Карл Маркс: 200 жылдан кейін» атты тақырыпты дөңгелек үстелдің нәтижелері қарастырылды. Неміс ғалымының мерейтойы бүкіл әлемде үлкен жаңғырық пен қызығушылық туғызды. Карл Маркс дүниеге келген Трир (Германия) қаласында оның туғанына 200 жыл толуына орай үлкен мерейтойлық бағдарлама өткізілді. Трир орналасқан Рейнланд-Пфальц федералдық жері және қала әкімшілігі идеяларының әсерімен XIX және XX жүз жылдықтың саясатында заманалық оқиғалар орын алған Маркстың отанында осы көрнекті ойшылдың өмірі мен қызметі туралы ауқымды көрмені дайындады. К. Маркстың еңбектері әлемдік мәдениеттің ажырамас әрі маңызды бөлігіне айналды, сондықтан оның экономикалық, философиялық және саяси мұраларын зерттемей, шынайы экономистке немесе саясаттанушыға болу мүмкін емес. Бұны АҚШ-та жақсы түсінеді: Open Syllabus Explorer порталының мәліметтері бойынша, Маркс пен Энгельстің «Манифесті» АҚШ университеттерінің оқытушыларының оқу жоспарына кіретін кітаптар тізімінде 4-ші орын алады. Ал Нью-Джерси, Нью-Гемпшир, Вашингтон және Мичиганды қоса алғанда алты штатта ол бірінші орында. АҚШ Конгресінің Кітапханасына сәйкес, басқалармен салыстырғанда Маркске көптеген ғылыми еңбектер арналған. Дөңгелек үстелде қазақстандық ғалымдар (саяси экономистер, философтар, әлеуметтанушылар, тарихшылар), бизнес өкілдері қатысты.

Тірек сөздер: әлемдік мәдениет, ғылыми еңбектер, философ, публицист, экономист, көрнекті ойшыл.

Abstract

The article discusses the results of the round table on the topic “Karl Marx: 200 years later” devoted to the prominent German philosopher, economist and publicist Karl Marx. The anniversary of the German scientist caused a huge resonance and interest in the whole world. In Trier (Germany), the city where Karl Marx was born, an extensive jubilee program was held, dedicated to the 200th anniversary of his birth. The federal state of Rhineland-Palatinate, in which Trier is located, the city administration organized a large-scale exhibition in the homeland of Marx about the life and work of this outstanding thinker, influenced by the ideas of which epoch-making events took place in the politics of the XIX and XX centuries. Marx’s works have become an integral and important part of world culture, so that without studying his economic, philosophical and political heritage it is impossible to become a real economist or political scientist. This is well understood in the USA: according to the information of the Open Syllabus Explorer portal, the “Manifesto” by Marx and Engels takes the 4th place in the list of books that are included by the teachers of US universities in the curriculum. And in six states, including New Jersey, New Hampshire, Washington and Michigan, it comes first. According to the Library of Congress, more scientific works are devoted to Marx than to any other person. The round table was attended by Kazakhstani scientists (political economists, philosophers, sociologists, historians), business representatives.

Key words: world culture, scientific works, philosopher, publicist, economist, great thinker.

**ПРОМЕТЕЙ: К. МАРКС И СОВРЕМЕННАЯ
ПОЛИТИЧЕСКАЯ ЭКОНОМИЯ
(к 200-летию со дня рождения К. Маркса)**

Аннотация

Статья посвящена 200-летию со дня рождения К. Маркса. К. Марксу принадлежит классическое определение политической экономии как науки, изучающей законы производства и обмена на разных стадиях развития общества. Он рассматривал развитие общественно-экономической формации как естественно-исторический процесс. Им открыт двойственный характер труда, воплощенного в товаре. Были раскрыты и особенности категорий «отчуждение», «фетишизм», «превращенные формы». К. Маркс внимательно проанализировал внутреннюю структуру всеобщей формы капитала и ее противоречия, природу рабочей силы как товара и особенности резервной армии труда, формальное и реальное подчинение труда капиталу. Он четко зафиксировал основные противоречия простого товарного и капиталистического производства, суть закона соответствия производительных сил и производственных отношений. Принципиальное значение имело выделение им экономического закона движения капиталистического общества, в частности, закона производства прибавочной стоимости, роста органического строения производства, средней нормы прибыли к понижению, опережающего роста средств производства над средствами потребления. Он представил великолепную картину знаменитых схем воспроизводства и экономических циклов развития производства, например, в текстильной промышленности Англии за период с 1815 по 1865 гг. Методология «Капитала» К. Маркса хотя и очень сложна, но вполне применима и для анализа экономической структуры любого общества, особенно для рассмотрения ранних стадий развития того или иного общества, когда противоречия, конфликты и антагонизмы выступают в наиболее яркой форме.

Ключевые слова: общество, политическая экономия, капитал, труд, производство, производительные силы, прибавочная стоимость, товар.

Юность интеллектуала. К. Маркс родился 5 мая 1818 г. – 200 лет назад в г. Трире в Германии в семье адвоката Генриха и его супруги Генриетты Маркс. Карл был третьим ребенком в многодетной семье. В 1835 г. юный Карл закончил Трирскую гимназию. Он поступил в университет г. Бонна, а затем перевелся в университет г. Берлина. На мировоззрение молодого Маркса колоссальное влияние оказало учение Г.В. Гегеля. Докторскую диссертацию защитил в Йенском университете. Рассчитывал посвятить себя академической карьере и стать профессором университета. Но судьба внесла в его жизнь свои коррективы. Женой К. Маркса была графиня Женни фон Вестфален. У них было семеро детей, четверо умерли. Рядом с отцом всегда были три знаменитые дочери – Женни, Лаура и Элеонора.

Личность исследователя. К. Маркс – один из немногих глубоких аналитиков, который так остро, пронзительно и трагически понял свое историческое время и великолепно отразил его в своих непревзойденных трудах. Его имя знают многие. Он, несомненно, противоречивая историческая фигура, своеобразный доктор Фауст. Его труды вызывают разные, порой совершенно противоположные оценки. Он был настоящим человеком со всеми присущими ему слабостями и талантами. Во многом он – тайна, ибо наследие богато и противоречиво. Его демонизируют и обожествляют.

10 мая 1931 г. в Берлине нацистами произведено сожжение книг К. Маркса. А в 2011 г. осуществлен аукцион по продаже книги К. Маркса «Капитал» с посвящением В. Бизли за 500 тыс. долларов США.

6 мая 2018 г. в г. Трире в Германии торжественно открыли памятник К. Марксу, подарок китайского народа. Выступил Ж.-К. Юнкер, председатель Еврокомиссии, который подчеркнул, что К. Маркс был философом, изучавшим будущее. Ему приписывают то, за что он отвечать не может и к чему не имеет отношения. Виноват ли К. Маркс в делах марксистов?

Важнейшие научные открытия К. Маркса. Он занимает достойное и особое место в истории философских и экономических учений. Он – влиятельный ученый, величайший мысли-

тель и настоящий гений. Он продолжил лучшие традиции немецкой классической философии, английской классической политической экономии и французского научного социализма. Он – Прометей, который принес человечеству огонь вечной Истины. Он стоит в одном ряду с такими титанами духа, как Аристотель, Руссо, Вольтер, Гейне и Гегель.

Основными направлениями научной деятельности К. Маркса в философии являются материалистическая диалектика и исторический материализм, в обществоведении – теория классовой борьбы и в политической экономии – теория прибавочной стоимости.

Как философ он подготовил бесподобные произведения: «Различие между натурфилософией Демокрита и натурфилософией Эпикура» (1841 г.), «К критике гегелевской философии права» (1843 г.), «Экономическо-философские рукописи» (1844 г.) совместно с Ф. Энгельсом «Святое семейство» (1845 г.), «Тезисы о Фейербахе» (1845 г.), совместно с Ф. Энгельсом «Немецкая идеология» (1846 г.), «Нищета философии» (1847 г.).

Как политик в соавторстве с Ф. Энгельсом создал знаменитый «Манифест коммунистической партии» (1848 г.).

Как политикоэконом он написал великолепные книги «Заработная плата» (1847 г.), «Наемный труд и капитал» (1849 г.), «К критике политической экономии» (1859 г.), «Заработная плата, цена и прибыль» (1865 г.), «Капитал», т. 1 (1867 г.), «Капитал», т. 2. (1885 г.), «Капитал», т. 3 (1894 г.), «Капитал», т. 4 (1905–1910 гг.).

Ему принадлежит классическое определение политической экономии как науки, изучающей законы производства и обмена на разных стадиях развития общества. Он рассматривал развитие общественно-экономической формации как естественноисторический процесс. Им открыт двойственный характер труда, воплощенного в товаре. Были раскрыты и особенности категорий «отчуждение», «фетишизм», «превращенные формы».

К. Маркс внимательно проанализировал внутреннюю структуру всеобщей формы капитала и ее противоречия, природу рабочей силы как товара и особенности резервной армии труда, формальное и реальное подчинение труда капиталу. Он четко зафиксировал основные противоречия простого товарного и капиталистического производства, суть закона соответствия производительных сил и производственных отношений. Принципиальное значение имело выделение им экономического закона движения капиталистического общества, в частности, закона производства прибавочной стоимости, роста органического строения производства, средней нормы прибыли к понижению, опережающего роста средств производства над средствами потребления. Он представил великолепную картину знаменитых схем воспроизводства и экономических циклов развития производства, например, в текстильной промышленности Англии за период с 1815 по 1865 гг.

Что привлекает в «Капитале» К. Маркса? Ж.-П. Сартр как-то сказал, что марксизм есть просто адекватное понимание логики капитала. У К. Маркса необходимо учиться логическому и историческому анализу капиталистического общества, подвергать все сомнению и критике, учиться построению теоретической системы экономики общества, ясной и последовательной, логически безупречной и стройной.

Время, в котором жил и творил К. Маркс, было необычным и сложным. И оно неоднозначно отразилось на его творчестве. Как же велик К. Маркс, если «Капитал» – только одно из его многочисленных произведений. В целом он был универсальным человеком, настоящим *Homo universalis*. «Капитал» – вещь очень многогранная, в ней много до конца непонятного, загадочного и таинственного. Содержание «Капитала» и простое, и сложное. В нем воплощен целый космос экономики, необыкновенный образ и полная история капитализма Англии XIX в. Для него характерна многоаспектность исследования, беспрецедентная точность анализа и уникальная аргументированность основных положений.

Ф. Энгельс в письме В. Зомбарту писал: «Все миропонимание Маркса – это не доктрина, а метод [1]».

Структура «Капитала», по существу, – это структура большой книги «Наука Логики» Г.В. Гегеля. В частности, вторая книга «Учение о сущности» состоит из следующих трех разделов: «Сущность как рефлексия о самой себе», «Явление» и «Действительность». Фактически композиция «Капитала» представляет собой «многоарочное» построение. Каждый том выступает как одна из трех ступеней познания капитала, как многоуровневая энциклопедия знаний и

представлений, как чудесный сплав, полная и всеобъемлющая картина эпохи раннего капитализма. Природа капитализма раскрывается последовательно в первом, втором и третьем томах «Капитала» соответственно как анализ процессов производства и обращения капитала, процесса производства, взятого в целом. Самый интересный том – это, конечно, том первый, ибо в нем раскрывается сама сущность и квинтэссенция, атрибуты и логика индивидуального капитала.

На первом этапе познания главное место занимает анализ «основания» капитализма, товара и денег, превращения денег в капитал, постоянного и переменного капитала, абсолютной прибавочной стоимости, нормы и массы прибавочной стоимости, относительной прибавочной стоимости и заработной платы. Особое значение имеет исследование процесса накопления капитала, форм производства и присвоения результатов производства, всеобщего закона капиталистического накопления, первоначального накопления и исторической тенденции капиталистического накопления.

Второй уровень познания совершенно не похожий на другие. Здесь анализируется процесс обращения капитала, его метаморфозы и три фигуры кругооборота, роль оборота капитала и размеры прибыли, динамика и соотношение общественного капитала как целого и индивидуального капитала как части. Принципиально важным является рассмотрение вечного движения (расширенное воспроизводство) капитала от исходного пункта к переходному и далее – вновь возвращение к исходному пункту. Тем самым наблюдается последовательное превращение капитала из денежной формы в производительную и далее – в товарную и вновь в денежную форму.

Третий уровень познания – это нечто невероятное. Дан поразительный анализ движения капитала как целого, единства процессов производства и обращения капитала. Исследовано превращение прибавочной стоимости в прибыль и нормы прибавочной стоимости в норму прибыли. Раскрыты разные формы прибавочной стоимости: прибыль, процент, предпринимательский доход, земельная рента. Цены рассматриваются как противоречивое единство затрат живого, овеществленного труда и издержек производства, средней прибыли. Воспроизводство общественного капитала выступает как процесс безграничного движения капитала, роста капиталовооруженности труда и снижения средней нормы прибыли, взаимодействия и бесконечной смены стадий экономических циклов.

К. Маркс справедливо подчеркивает, что «в груди капиталиста сосуществуют страсть капиталиста к накоплению и страсть к потреблению. Обе эти страсти нужны для воспроизводства в постоянно расширяющемся масштабе... Если страсть к накоплению одерживает победу над страстью к потреблению, тогда – перепроизводство. Если страсть к потреблению одерживает победу над страстью к накоплению, тогда угасают дух и огонь капиталистического производства» [2].

На протяжении трех ступеней анализа происходит кристаллизация Философии в «Капитале» как цельности и единства всех трех томов. Наблюдаем противоречия между способом изложения и способом исследования. В первом случае – это строгая последовательность анализа от первого ко второму и далее – к третьему томам. Во втором случае – это обратная временная последовательность томов.

Методология «Капитала» К. Маркса хотя и очень сложна, но вполне применима и для анализа экономической структуры любого общества, особенно для рассмотрения ранних стадий развития того или иного общества, когда противоречия, конфликты и антагонизмы выступают в наиболее яркой форме.

Какие прогнозы К. Маркса о будущем развитии общества оказались точными? Каждый экономический кризис вызывает новые волны интереса исследователей к теоретическому наследию «аутентичного» К. Маркса. С чем это связано? Видимо, с тем, что он не являлся абсолютным экономическим детерминистом. Для него была характерна интеллектуальная честность. Многие его идеи нашли свое практическое подтверждение в экономическом развитии современного общества. Как это ни парадоксально, но он рассматривал капитализм не как «чистое зло». Он выделял цивилизующие тенденции капитализма, присущие ему экономическую мощь и прогрессивный характер. Сбылись его прогнозы о роли монополий и акционерных обществ, роли кредита и финансовых спекуляций, автоматизации производства и человека как «основного капитала», свободного времени как меры богатства общества. Актуальным оказалось его

предвидение об углублении неравенства в распределении доходов и капитала как источнике социального напряжения в обществе. Он правильно определил роль науки как непосредственной производительной силы. Сохранились предсказанные им процессы отчуждения труда и циклическое развитие экономики. Остались непоколебимыми такие вечные идеалы, как творческий труд и социальная справедливость, свобода и солидарность.

Какие идеи К. Маркса не оправдались? К счастью или к сожалению, многие прогнозы К. Маркса не выдержали испытания временем. Жизнь показала, что К. Маркс – не пророк. Его теоретические идеи не являются абсолютно безупречными. Среди них, например, идея о непрерывном снижении реальной зарплаты рабочих, абсолютном ухудшении положения рабочего класса. На самом деле в периоды оживления, подъема и роста наблюдается улучшение жизненного уровня трудящихся.

Неверной оказалась идея о неизбежности постоянных конфликтов, вражды между рабочими и капиталистами и скорой гибели капитализма. На самом деле на разных стадиях делового цикла меняются формы и методы конфликтов труда и капитала, антагонизм сменяется компромиссами, а переговорный процесс и выступления трудящихся осуществляются во многом в рамках установленных процедур и законов парламентской демократии.

Недооценены источники и факторы саморазвития капитализма, влияющие на обновление капитала, использование достижений научно-технического прогресса, управление предприятиями и повышение производительности труда. На самом деле конкуренция стимулирует быстрое внедрение новейших достижений техники в производства, а капитализм в целом демонстрирует эффективные механизмы адаптации к новым технологическим переменам.

Какова была модель социализма, предложенная К. Марксом? Например, в «Манифесте коммунистической партии», в разделе II «Пролетарии и коммунисты» выделяются основные признаки, свойства будущего социалистического общества. Среди них – высокое прогрессивное налогообложение, отмена права наследования, централизация кредита, транспорта, обязательность труда, расширение государственных фабрик, бесплатное образование и др. Это не ирония истории, но большинство из данных положений учтено в хозяйственной практике развитых стран.

Модель социализма, построенная в СССР, во многом отличается от фундаментальных положений модели К. Маркса. Открытые им экономические законы не носят универсального характера. В различных странах и на разных стадиях и фазах экономического развития они имеют специфические механизмы действия и использования. Например, модель социализма в Китае ориентируется на «китайскую мечту», учитывающую исторические и национальные особенности экономического развития.

Какие выводы следуют из экономического учения К. Маркса? В современной экономической науке важен анализ экономических тенденций, экономических законов и экономических циклов. Необходимо формирование национальной системы политической экономии. Важен анализ источников, условий и факторов саморазвития экономики.

Особую роль в современной политической экономии играет междисциплинарный анализ экономических проблем, в частности, на основе результатов различных общественных наук – социологии, права, политологии, философии, истории, этики и др. Эвристическое значение имеет исследование проблем политэкономии «азиатского способа производства», кочевого, степного хозяйства, номадной экономики, различных моделей развития капитализма.

В экономической политике целесообразно рассмотреть возможности и последствия использования прогрессивного налогообложения труда и капитала в размере от 1 до 10%, базового безусловного дохода и создание условий для развития ипотечного кредитования.

О «Капитале в XXI веке» Т. Пикетти. Книга современного французского политэконома посвящена анализу бесконечной спирали неравенства в труде, капитале, наследстве, недвижимости, образовании, здравоохранении, пенсионном обеспечении и потреблении.

Автор анализирует первый основной экономический закон капитализма. Его суть – о доле капитала в национальном доходе, объеме капитала и обороте доходов с капитала, фундаментальных причинно-следственных связях между средним доходом с капитала и соотношением капитала и дохода. Второй же основной экономический закон капитализма отражает глубинные взаимосвязи между соотношением капитала и дохода, уровнем сбережений и ростом на-

ционального дохода. При быстром экономическом росте замедляются темпы роста капитала, уровень неравенства. При медленном же экономическом росте увеличиваются темпы роста капитала и уровень неравенства. В структуре национального дохода примерно 70% составляют трудовые доходы, 30% – доходы с капитала.

Конец истории? 14 марта 1883 г. К. Маркс заснул навеки в своем кресле в кабинете в г. Лондоне. Он был похоронен 17 марта 1883 г. на Хайгетском кладбище. На процессии присутствовали Ф. Энгельс, дочери и близкие друзья.

К. Маркс вошел в историю как выдающийся революционер и блестящий критик капиталистической системы. Он не канул в небытие, в настоящее время его идеи испытывают новый ренессанс, подлинное воскресение. Растут тиражи его произведений, его вновь цитируют, на него ссылаются современные политики и экономисты. Идеи К. Маркса о движении капитала по-прежнему влияют на постоянный поиск человечеством идеалов гармонизации справедливости и эффективности и представляют научный интерес для новых и новых поколений исследователей.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Маркс К., Энгельс Ф. Соч. – Изд. 2-е. – Т. 39. – С. 352.
- 2 Маркс К., Энгельс Ф. Соч. – 20-е изд. – Т. 49. – С. 496–497.

Андатпа

Мақала К. Маркс туғанына 200 жыл толуына арналған. К. Маркске саяси экономияның қоғамның дамуының әр түрлі кезеңдеріндегі өндіріс пен алмасу заңдарын зерттейтін ғылым ретіндегі классикалық анықтама-сы тиесілі. Ол әлеуметтік-экономикалық қалыптастырудың дамуын табиғи тарихи процесс ретінде қарастырды. Ол тауарға айналған еңбектің екі жақтылық сипатын ашқан. «Шеттету», «фетишизм», «түрлендірілген нысандар» санаттарының ерекшеліктері анықталды. К.Маркс әмбебап капиталдың ішкі құрылымын және оның қайшылықтарын, тауарды еңбек күшінің сипаты ретінде және еңбек қоры армиясының ерекшеліктерін, еңбектің капиталға ресми және нақты бағыныштығын зер салып талдаған. Ол қарапайым тауарлық және капиталистік өндірістің негізгі қарама-қайшылығын, өндіруші күштер мен өндірістік қатынастардың арасындағы сәйкестік туралы заңның мәнін анық жазды. Капиталистік қоғам қозғалысының экономикалық заңын, атап айтқанда, артық құндылықты өндіру заңын, өндірістің органикалық құрылымының өсуін, тұтыну құралдарынан өндіріс құралдарының озық өсуінен табыстың орташа көрсеткішінің төмендеуін атап өтуде негізгі мән бар. Ол өндіріс дамуының белгілі ұдайы өсіп-өну сызбаларын және экономикалық циклдарының тамаша бейнесін, мысалы, 1815 жылдан бастап 1865 жылға дейін Англияның тоқыма өнеркәсібінде ұсынды. Карл Маркстың «Капитал» әдіснамасы өте күрделі болса да, кез келген қоғамның экономикалық құрылымын талдау үшін, әсіресе қарама-қайшылықтар, қақтығыстар мен антогонизм анық түрде орын алғанда қандай да бір қоғамның ерте кезеңдерін қарастырғанда қолданылады.

Тірек сөздер: қоғам, саяси экономика, капитал, еңбек, өндіріс, өндіруші күш, қосымша құн, тауар.

Abstract

The article is devoted to the 200th anniversary of the birth of K. Marx. K. Marx is an author of the classical definition of political economy as a science that studies the laws of production and exchange at different stages of the development of society. He developed the socio-economic formation as a natural historical process. He discovered the dual nature of labor embodied in the product. The features of the categories «alienation», «fetishism», «transformed forms» were also revealed. K. Marx carefully analyzed the internal structure of the universal form of capital and its contradictions, the nature of the labor force as a commodity and the features of the reserve army of labor, formal and real subordination of labor to capital. He recorded the main contradictions of simple commodity and capitalist production, the essence of the law of the correspondence between productive forces and production relations. The formation of the economic law of capitalist society was of fundamental importance, in particular, the law of the production of surplus value, the growth of the organic structure of production, the average rate of profit to decline, and the faster growth of the means of production over the means of consumption. He presented an excellent picture of the famous schemes of reproduction and economic cycles of production development, for example, in the textile industry of England for the period from 1815 to 1865. The methodology of Karl Marx's «Capital», although very complex, is also applicable to the analysis of the economic structure of any society, especially for considering the early stages of the development of a society, when contradictions, conflicts and antagonisms appear in the most vivid form.

Key words: society, political economy, capital, labor, production, productive forces, surplus value, commodity.

Л.А. ТУСУПОВА,¹
проректор по внешним связям,
международной аккредитации
и поствузовскому образованию,
д.э.н., профессор.
Университет «Туран»¹



К 100-ЛЕТИЮ АКАДЕМИКА Т.А. АШИМБАЕВА

Аннотация

Ряд мероприятий, посвященных 100-летию выдающегося казахстанского ученого, общественного деятеля, академика Т.А. Ашимбаева, прошел весной 2018 г. в университете «Туран». 18 апреля 2018 г. был проведен круглый стол на тему «Роль личности академика Т.А. Ашимбаева в развитии казахстанской экономической науки», в рамках которого состоялось обсуждение научного вклада академика Т.А. Ашимбаева в развитие казахстанской экономической науки. С докладами выступили магистранты и докторанты университета «Туран». Круглый стол «Экономика Казахстана в условиях технологической модернизации», посвященный 100-летию со дня рождения академика Т.А. Ашимбаева, прошел 15 мая 2018 г. В работе круглого стола приняли участие ведущие ученые-экономисты Республики Казахстан. Были обсуждены актуальные вопросы развития экономики Казахстана в условиях технологической модернизации: технологическая политика в условиях современных глобальных вызовов; инновационное предпринимательство: инкубация венчурных фирм, трансфер технологий, технологий городов и технопарков; внедрение новых технологий и промышленная модернизация в условиях цифровизации экономики; стратегия экономического развития регионов, основанная на новых технологиях.

Ключевые слова: научный вклад, экономическая наука, академик, ученый, общественный деятель, технологическая модернизация, научная работа.

Весной 2018 г. в университете «Туран» прошел ряд мероприятий, посвященных 100-летию выдающегося казахстанского ученого, общественного деятеля, академика Т.А. Ашимбаева.

18 апреля 2018 г. был проведен круглый стол на тему «Роль личности академика Т.А. Ашимбаева в развитии казахстанской экономической науки», в рамках которого состоялось обсуждение научного вклада академика Т.А. Ашимбаева в развитие казахстанской экономической науки. С докладами выступили магистранты и докторанты университета «Туран».

Круглый стол «Экономика Казахстана в условиях технологической модернизации», посвященный 100-летию со дня рождения академика Т.А. Ашимбаева, прошел 15 мая 2018 г. В работе круглого стола приняли участие ведущие ученые-экономисты Республики Казахстан Бердалиев К.Б., к.э.н., профессор университета «Нархоз»; Сабден О.С., д.э.н., профессор, академик НИА РК, лауреат Государственной премии РК, зав. отделом Института экономики КН МОН РК; Егоров О.И., д.э.н., профессор Института экономики КН МОН РК; Аханов С.А., д.э.н., профессор университета «Туран», почетный председатель Совета Ассоциации финан-

систов Казахстана; Таменова С.С., к.э.н., профессор, зав. кафедрой «Менеджмент» университета «Туран»; Кулумбетова Л.Б., д.э.н., профессор кафедры университета «Туран», член-корреспондент НИА РК; Сартбаев М.М., докторант кафедры «Менеджмент» университета «Туран». Были обсуждены актуальные вопросы развития экономики Казахстана в условиях технологической модернизации: технологическая политика в условиях современных глобальных вызовов; инновационное предпринимательство: инкубация венчурных фирм, трансфер технологий, технологий городов и технопарков; внедрение новых технологий и промышленная модернизация в условиях цифровизации экономики; стратегия экономического развития регионов, основанная на новых технологиях.

Особое внимание было уделено анализу проблемы эффективности управления экономикой, которой посвящены многие труды академика Т.А. Ашимбаева.

Ашимбаев Туймебай Ашимбаевич – выпускник экономического факультета КазГУ им. С.М. Кирова (1955 г.), доктор экономических наук, профессор, действительный член Национальной академии наук Казахстана.

Родился 20 мая 1918 г. в ауле Жана-Когам Чуйского района Жамбылской области. После окончания с отличием Киргизского финансово-экономического техникума по направлению в 1938 г. поступил в Ленинградский финансово-экономический институт. Успешная учеба была прервана войной. С 1941 г. по ноябрь 1945 г. воевал на Ленинградском фронте, служил в редакции газеты «Отанды Коргауда». Эта газета, где лейтенант Ашимбаев Т.А. был корреспондентом, заместителем редактора, стала лучшей среди 26 газет, выходявших на казахском языке на 9 фронтах Великой Отечественной войны. В ноябре 1945 г. по ложному доносу редакция была разгромлена, трое сотрудников арестованы, осуждены и сосланы в лагеря. Отсидев весь срок, в ноябре 1951 г. Ашимбаев Т.А. вышел из мест заключения. В апреле 1957 г. был полностью реабилитирован из-за отсутствия состава преступления, ему были возвращены все боевые награды и воинское звание.

Вынужденный начать работу бухгалтером, Ашимбаев Т.А. заочно учился на экономическом факультете КазГУ. После окончания университета в 1957 г. работал в Институте экономики АН Казахстана, где прошел путь от младшего научного сотрудника до директора.

В 1963 г. успешно защитил кандидатскую, в 1967 г. – докторскую диссертации. Был избран членом-корреспондентом, а затем академиком Национальной академии наук республики. Более 15 лет работал директором Института экономики, ставшего под его руководством одним из ведущих научных учреждений республики, известным далеко за его пределами – в США, Франции, Италии, Венгрии, Индии, Болгарии и других странах.

Институт стал центром проведения целого ряда авторитетных международных конференций и симпозиумов. Туймебаем Ашимбаевичем опубликовано около 400 научных работ, в том числе 19 монографий. Сорок работ вышли под его научной редакцией. За книгу «Эффективность промышленного производства» он удостоен премии Академии наук Казахстана имени Ч. Валиханова. Он выступал на многочисленных союзных, республиканских, международных научных конференциях, симпозиумах, семинарах. Под его научным руководством защищены 10 докторских, 50 кандидатских диссертаций. Многие ученики Т.А. Ашимбаева стали видными учеными, государственными и общественными деятелями, преподавателями вузов.

Академик Ашимбаев Т.А. руководил разработкой комплексных программ научно-технического прогресса страны на 1986–2005 и 1991–2010 годы, возглавлял Научный совет Президиума АН КазССР по проблемам социально-экономического развития Казахстана, был председателем специализированного Совета по защите кандидатских и докторских диссертаций, главным редактором журнала «Известия АН КазССР. Серия общественных наук», членом Госкомитета по присуждению Ленинской и Государственных премий СССР по секции «Экономика», был в составе Госплана республики. За большой вклад в развитие науки ему присуждено звание «заслуженный деятель науки КазССР».

Ашимбаев Т.А. сочетал научную работу с большой общественной деятельностью. Неоднократно избирался депутатом городского совета народных депутатов, председателем городской организации общества «Знание», членом Всесоюзного общества «Знание», Научно-технического общества. Эти заслуги отмечены медалью имени Н. Вавилова. Будучи почетным директором Института экономики, с мая 1988 г. он продолжал активно выступать в печати, участвовать

в дискуссиях по экономической реформе, опубликовал книгу «Экономика Казахстана на пути к рынку».

За большую организаторскую, научную и общественную работу Туймебай Ашимбаевич награжден орденами Красной Звезды, Трудового Красного Знамени, Дружбы народов, десятью медалями, многочисленными грамотами и дипломами. Жена – Ашимбаева Бибирашида Оспановна (1923–1998), фармацевт, провизор, награждена медалями за безупречный труд, вместе они воспитали двух дочерей (Наталья – 1944 года рождения, кандидат филологических наук, директор музея Ф.М. Достоевского г. Санкт-Петербурге; Алида – (1955–2014) доктор экономических наук, профессор, директор Института мирового рынка, лауреат премии им. Ш. Уалиханова), троих внуков и двух внучек.

«Туймебай Ашимбаевич, учитывая обстоятельства своей жизни, научился ценить время, безмерно дорожил им, наученный жизненными обстоятельствами, он тщательно следил за ходом своих мыслей, максимально искал аргументы, будучи убежденным, твердо боролся за них, вступал в острейшие дискуссии. На поверхности кажется, что его дорога была усыпана розами, и это зачастую соответствовало истине, но было и немало острых, ядовитых колючек, ранивших его, отравляющих жизнь. Его жизнь в науке – это дорога беспримерной борьбы за истину, за ее неустанную защиту. Его вклад в развитие экономической науки Казахстана, экономической мысли весом. Его труды, идеи еще долго будут служить родной стране» [1].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1 Алшанов Р.А. Яркая жизнь, полная испытаний. В кн.: Ашимбаев Т.А. Экономика Казахстана: от плана к рынку. Публицистика 70–90-х гг. XX века. – Алматы, 2018. – С. 503.

Аңдатпа

Көрнекті қазақ ғалымы, қоғам қайраткері, академик Т. Ә. Әшімбаевтың 100 жылдығына арналған бірқатар шаралар 2018 ж. көктемінде «Тұран» университетінде өтті. 2018ж. 18 сәуірде «Қазақстан экономикасын дамытудағы академик Т.Ә. Әшімбаев тұлғасының рөлі» атты тақырыпта дөңгелек үстел өткізді, оның аясында қазақстандық экономикалық ғылымды дамытудағы Т.Ә. Әшімбаевтың ғылыми үлесіне талқылау жүргізді. «Тұран» университетінің магистранттары мен докторанттары баяндамалар жасады. Академик Т.Ә. Әшімбаевтың туғанына 100 жыл толуына орай «Технологиялық жаңғыру жағдайындағы Қазақстан экономикасы» атты дөңгелек үстелі 2018 ж. 15 мамырында өтті. Дөңгелек үстелге Қазақстан Республикасының жетекші ғалым-экономистері қатысты. Технологиялық жаңғыру жағдайында Қазақстанның экономикасын дамытудың өзекті мәселелері талқыланды: қазіргі заманғы жаһандық қауіп-қатерлер аясында технологиялық саясат; инновациялық кәсіпкерлік: венчурлік фирмаларды инкубациялау, технологиялар, қала технологиялары және технопарктердің трансфері; экономиканы сандандыру жағдайында жаңа технологияларды енгізу және өнеркәсіптік жаңғыру; жаңа технологияларға негізделген өңірлердің экономикалық даму стратегиясы.

Тірек сөздер: ғылыми үлес, экономикалық ғылым, академик, ғалым, қоғам қайраткері, технологиялық жаңғыру, ғылыми жұмыс.

Abstract

A number of events dedicated to the 100th anniversary of the outstanding Kazakh scientist, public figure, academician T.A. Ashimbaev, was held in the spring of 2018 at the University of Turan. On April 18, 2018, a round table was held on the theme «The Role of the Personality of Academician T.A. Ashimbaev in the development of Kazakhstan's economic science», within the framework of which the discussion of the scientific contribution of Academician T.A. Ashimbaev in the development of Kazakhstan's economic science was discussed. Reports were made by undergraduates and doctoral students of the University of Turan». Round table «The Economy of Kazakhstan in the Conditions of Technological Modernization», dedicated to the 100th anniversary of the birth of Academician T.A. Ashimbaev, was held May 15, 2018. The leading scientists-economists of the Republic of Kazakhstan took part in the round table. The topical issues of the development of the economy of Kazakhstan in the conditions of technological modernization were discussed: technological policy in the conditions of modern global challenges; innovative entrepreneurship: incubation of venture firms, transfer of technologies, technologies of cities and technoparks; introduction of new technologies and industrial modernization in conditions of digitalization of the economy; strategy of economic development of regions, based on new technologies.

Key words: scientific contribution, economic science, academician, scientist, public figure, technological modernization, scientific work.

**ОБ ОДНОМ УРОКЕ АКАДЕМИКА Т. АШИМБАЕВА
О СИСТЕМЕ ЦЕЛЕВЫХ ИНДИКАТОРОВ
ПЛАНИРОВАНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ¹**
(к 100-летию со дня рождения Туймебая Ашимбаева)

Аннотация

Академик Т. Ашимбаев в своих работах определил задачу совершенствования системы целевых показателей экономического развития и уделил особое внимание разработке методологии повышения ее эффективности. Динамика интенсивных производственных факторов в его работах была направлена на обеспечение устойчивости экономического роста и с научной точки зрения была оправдана. В статье мы попытались показать научный потенциал Т. Ашимбаева по его выступлению на конференции, посвященной 50-летию плановых работ по теме совершенствования механизмов экономического планирования и управления, которое, по мнению академика Т. Ашимбаева, проводилось в разных направлениях, в результате которых выработались комплексные подходы к решению насущных проблем развития инструментов и экономических индикаторов планирования. Одним из этих направлений явилась работа с программно-целевыми показателями планирования, имеющими ключевое значение в определении масштабов производства, его количественных и качественных параметров, в оценке эффективности экономической деятельности предприятий. По мнению Т. Ашимбаева, основной недостаток сложившейся системы показателей планирования состоит в том, что оценка деятельности предприятий главным образом производится по показателям количественного порядка, которые, как показывает практика, могут быть достигнуты при разном уровне производственных затрат и чаще всего при неполном использовании ресурсов, что характерно для экстенсивного метода хозяйствования. По Т. Ашимбаеву, планово-оценочные показатели должны быть и «ресурсными», т.е. строиться с учетом причинно-следственных связей используемых при этом ресурсов.

Ключевые слова: инструменты, ресурсы, целевые показатели, эффективность, конечные результаты, интенсивное развитие, планирование.

Инициаторами совершенствования основных показателей интенсивного развития на основе инновационно-индустриального развития экономики в 80-е гг. прошлого века выступала целая плеяда известных казахстанских экономистов: Туймебай Ашимбаев, Нариман Сатыбалдин, Аманжол Кошанов, Едге Туркебаев, Санджар Джандосов, Оразгелды Баймуратов, Каби Окаев, посвятившие этой теме серьезные монографические работы.

Это было периодом снижения эффективности применения методов и инструментов анализа и прогнозирования развития экономики бывшего СССР. Действительно, как отмечал в своем докладе на конференции, посвященной 50-летию принятия первого пятилетнего плана, академик Т. Ашимбаев, совершенствование инструментов и целевых индикаторов планирования имеет определяющее значение в повышении качества плановой работы на основе все более глубокого познания экономических законов общественного развития.

Доклад академика Т. Ашимбаева в сжатом виде содержал результаты научных исследований казахстанской экономической школы того времени, выполненных под его научным руководством, и потому давал новый импульс прикладным научным исследованиям подрастающего поколения молодых экономистов республики.

Совершенствование механизма плановой работы в стране, по мнению академика Т. Ашимбаева, проводилось в разных направлениях, в результате которых выработались комплексные подходы к решению насущных проблем развития инструментов и экономических индикаторов планирования. Одним из этих направлений явилась работа с программно-целевыми показателями планирования, имеющими ключевое значение: в определении масштабов

¹ Работа выполнена при поддержке грантового финансирования научно-технических программ и проектов Комитета науки МОН РК, грант № 0825/ГФ4. This work is supported by the Committee of Science of Ministry of Education and Science of the Republic of Kazakhstan under the grant number 5414/GF4 from the Ministry of Science and Education of the Republic of Kazakhstan.

производства, его количественных и качественных параметров, в оценке эффективности экономической деятельности предприятий [1].

Реализация принципов и инструментов планирования всегда была зависима от пороговых уровней количественных и качественных показателей, на основе которых оценивается эффективность самого процесса управления. Академик Т. Ашимбаев в то время, то есть еще в конце 1970-х гг., предлагал уделять особое внимание целевым показателям развития экономики, совершенствованию их структуры с точки зрения как развития методологии, так и роста практического их вклада в повышение эффективности управления экономикой [2].

Поэтому он обосновал содержательную постановку задачи по улучшению системы показателей, с тем чтобы они объективно отражали ход воспроизводства экономики и играли мобилизующую роль в его ускоренном расширении. Это был принципиально новый вызов со стороны казахстанской экономической науки, развитием которой долгие годы руководил сам Т. Ашимбаев. Это было новым вызовом не только экономистам всей страны Советов, но и экономистам всего мира.

Академик Т. Ашимбаев был уверен в том, что гармонизация внутренних связей целевых индикаторов развития экономики не является техническим вопросом, в чем до сегодняшнего дня убеждены экономисты многих стран мира.

Выбор ограниченного количества содержательных макроэкономических показателей, пригодных для построения индикаторов в диагностировании состояния экономики, определяется совокупностью условий, в рамках которых происходит расширение производства. Разумеется, решающее значение в конструировании управляющих индикаторов развития экономики, как тонко заметил Т. Ашимбаев, имеет базис экономики.

Хозяйственный расчет и свобода производителей, как указывал Т. Ашимбаев, имеют огромные преимущества, так как они позволяют выбирать такие инструменты и индикаторы для планирования, которые отражают совокупные результаты труда ассоциированных производителей, их обмен и распределение в условиях отсутствия коммерческих тайн и, самое главное, в интересах занятых в экономике людей.

Так точно, как Т. Ашимбаев в то время, никто не выражал свое отношение к единству количественных и качественных параметров экономического развития. О двойственном характере параметров экономики Т. Ашимбаев отмечает в то время, когда многие, даже ведущие экономисты страны Советов запутывались между показателями затрат и результатов, между затратными и ресурсными методами оценки эффективности ее развития.

Теперь, в условиях рыночной экономики можно легко понять одну из многих упущенных возможностей улучшения инструментов экономического управления того времени. Целевые показатели планирования развития экономики, утверждал Т. Ашимбаев, по своей сути динамичны. Это значит, что они, отражая конечные результаты процесса расширенного воспроизводства, не остаются неизменными. Рост масштаба этого процесса и глобализация экономических связей предъявляют новые требования к показателям, с тем чтобы они сегодня более глубоко, чем вчера, выражали непрерывно происходящие количественные и качественные сдвиги в базисе экономики.

Экономические показатели первых пятилеток соответствовали условиям развития производительных сил того времени. Они были проще и главным образом нацелены на скорейшее преодоление социально-экономической отсталости страны, повышение уровня занятости. В послевоенных пятилетках, наряду с восстановлением разрушенной во время войны экономики союзных республик, особенно в европейской части страны Советов, ставились качественно новые задачи и определялись целевые показатели планирования, которые способствовали их успешному решению.

Однако уже в годы шестой и седьмой пятилеток стали усложняться задачи управления экономическим ростом. Эти проблемы управления экономикой возникли, по его мнению, в связи с тем, что технический прогресс стал научно-техническим, оказывая возрастающее влияние на ускорение экономического роста.

Этот скачок в базисе экономики не сразу был отражен в индикаторах экономического управления, которые, как и прежде, недостаточно учитывали качественные параметры произ-

водства и его конечные экономические результаты. Это практически привело к тому, что стала снижаться сравнительная эффективность производства.

Необходимо было плановые показатели управления привести в соответствие с изменившимися условиями экономического базиса. Как известно, в 1965 г. правительством СССР было принято решение о новой системе планирования и экономического стимулирования производства.

Ключевым фактором в этой системе инструментов планирования явилась реформа показателей плана, которая сводилась к следующим основным положениям.

Во-первых, замена показателя валовой продукции на реализованную продукцию, что означало переход от производства продукции на склад к производству ее для потребителя. Этим был сделан крупный шаг к признанию важности конечных результатов производства, учитывающих обратные связи спроса потребителей на предложения производителей.

Во-вторых, модернизация показателя рентабельности, который стал исчисляться по-новому: как отношение прибыли к сумме основных производственных фондов и нормируемых оборотных средств. Этим самым впервые на практике стали планировать уровень использования затрат, воплощенных в производственных фондах, и их отдачу через прибыль, что также явилось новым подходом в плановой экономике.

В-третьих, показатели планирования были разделены на две группы: централизованно утверждаемые сверху и планируемые самими предприятиями. Развитие принципа демократизма нашло выражение в том, что предприятиям было предоставлено право самостоятельно, без утверждения вышестоящими организациями планировать широкий спектр показателей.

Отмеченные здесь важные изменения показателей планирования в совокупности с другими мерами, принятыми центральными органами страны, по совершенствованию всего механизма хозяйствования в то время сыграли значительную роль в улучшении экономической работы и, следовательно, в социально-экономическом развитии страны. Это хорошо прослеживается на примере Казахстана.

Так, за восьмую (1976–1980 гг.) и девятую (1981–1985 гг.) пятилетки в республике национальный доход удвоился, промышленное производство возросло в 2,2 раза, ускорилась динамика роста производительности труда: выработка национального дохода в расчете на каждого работающего возросла на 64%, и три четверти прироста его получено за счет повышения производительности труда. Нетрудно здесь заметить, что академик Т. Ашимбаев оперирует не только количественным анализом темпов экономического роста, но и обращает внимание на анализ качественных параметров этого роста [3].

К началу десятой пятилетки в стране сложился значительный экономический потенциал, который дал определенный импульс к 1980 г. и возможность перевести народное хозяйство на интенсивный тип воспроизводства. В решении этой задачи в стране, в том числе и в нашей республике, сделано немало. Достаточно сказать, что в народном хозяйстве СССР только в 1978 г., по данным ЦСУ СССР, за счет повышения производительности труда была получена условная экономия труда в 3,7 млн человек.

Экономическая служба страны постоянно анализирует тенденции в развитии общественного производства, соизмеряя полученные результаты с реальными возможностями. Все-таки при достигнутых крупных успехах в хозяйственном строительстве, при гигантском росте масштабов экономики страна Советов длительное время не могла избавиться от тех узких мест, которые не позволяли идти вперед еще быстрее, еще динамичнее. Главная причина такого положения в том, что центральные хозяйственные органы, министерства и ведомства медленно осуществляли перевод всей экономики на рельсы интенсивного развития.

Как показывает анализ, проведенный Т. Ашимбаевым, интенсификация в промышленности в основном осуществлялась в сфере использования трудовых ресурсов, что находит свое выражение в том, что, во-первых, подавляющая часть продукции в этой отрасли производилась за счет повышения производительности труда, а в ряде других отраслей весь прирост достигался за счет этого фактора. Во-вторых, в стране, в том числе и в Казахстане, немалая часть предприятий выполняла и перевыполняла планы при снижающейся или стабильной численности работников. В-третьих, наблюдалась тенденция снижения потерь рабочего времени. Разумеется, это прежде всего свидетельствует об улучшении в организации труда. Вместе с тем, как

отмечает Ашимбаев, положительные сдвиги в использовании трудовых ресурсов в известной степени обусловлены их ограниченностью, а отсюда вынужденностью предприятий считаться с необходимостью экономии ресурсов труда.

Нередко в научной литературе и периодической печати отмечалось, что прирост продукции в основном осуществлялся за счет повышения производительности труда и снижение его потерь расценивали как показатель интенсивного ведения экономики. С такой позицией Т. Ашимбаев не соглашался. В данном случае, как он отмечает, речь может идти лишь о частичной интенсификации, так как производство материальных благ представляет собой одновременное применение рабочей силы, средств и предметов труда.

Очевидно, будет правильным, если уровень интенсификации производства определять по совокупности использования всех трех элементов производства, которые органически взаимосвязаны. Улучшение использования одного из них, например, труда занятых в экономике, при ухудшении его по другим элементам, подразумеваемым как прошлый труд, расценивать как осуществление интенсификации автору представляется недостаточно правомерным.

По этому вопросу Ашимбаев разделяет позицию известного советского ученого-экономиста, академика А.Г. Аганбегяна, который неоднократно писал, что интенсификация общественного производства за счет повышения производительности труда во многом обесценивается снижением эффективности в использовании овеществленного труда, масштабы которого, конечно, превышают суммарные затраты живого труда. По расчетам Аганбегяна, 2/3 прироста национального дохода получается за счет экстенсивных, а 1/3 – за счет интенсивных факторов производства. Анализ использования основных производственных фондов и оборотных материальных ресурсов, отдача которых имеет тенденцию к снижению, показывает, что выкладки академика А.Г. Аганбегяна вряд ли вызывают сомнения.

Что же сдерживает интенсификацию производства? Факторов здесь немало. Среди них нужно выделить планирование, его нацеленность на повышение эффективности производства на основе интенсификации. От себя добавим, что у академика Т. Ашимбаева речь идет о планировании, о ключевом инструменте экономического управления и, разумеется, о системе взаимосвязанных целевых показателей развития экономики, а также об индикаторах оценки уровней их выполнения.

Так, Т. Ашимбаев дальше добавляет: «Как известно, целевая функция планирования получает конкретное выражение в плановых показателях». Здесь он под «целевой функцией» имел в виду индикаторы и целевые показатели плана.

Можно считать аксиомой: насколько совершенны эти показатели и как точно они отражают существо экономических явлений и категорий, настолько же усиливается стимулирующее и мобилизующее начало директивных плановых заданий.

Показатели планирования тем эффективнее выполняют свои функции, чем больше они соответствуют изменившимся условиям производства и уровню развития его производительных сил. Являясь количественным и качественным отображением такой сложной системы, как экономика, они должны постоянно улучшаться, с тем чтобы нести в себе такую нагрузку, которая вытекает из характера и особенностей экономического развития (добавим, что выше Т. Ашимбаев подчеркивал и особенности экономического базиса, то есть способа производства), в тот или иной исторический период. Эти особенности ныне заключаются в высоком динамизме экономики, в дальнейшем усложнении взаимосвязей ее и в коренном изменении соотношения экстенсивных и интенсивных начал роста производства.

Т. Ашимбаев задается вопросом, в чем суть интенсификации. Вот его ответ: зачастую ее сводят к техническому совершенствованию производства, внедрению более совершенных средств производства. Бесспорно, что интенсификация базируется на научно-техническом прогрессе и без использования достижений последнего при нынешних условиях нельзя серьезно говорить об интенсивном типе воспроизводства.

Вместе с тем оснащение производства современными средствами труда еще не означает интенсификацию (тем более инновационное развитие экономики. – Авт.). Она лишь предполагает наличие реальных возможностей, которые могут привести к действительной интенсификации при одном условии: эффективном использовании их. Это значит, что существо интенсификации

фикации – в повышении отдачи всей совокупности производственных ресурсов, воплощающих в себе прошлый труд, включая материализованные научно-технические знания.

Ответ Т. Ашимбаева на свой вопрос, таким образом, сводится к поиску правильных количественных и качественных оценок отдачи от каждого фактора интенсификации производства. В целом Т. Ашимбаев заключает блок рекомендаций по интенсификации, как нам представляется: целевая функция интенсификации – рационализация ресурсоотдачи, обеспечение экономического роста либо при тех же применяемых ресурсах, либо при опережающем росте полученных результатов по сравнению с затратами этих ресурсов.

Если признать, что всемерный рост ресурсоотдачи является основным критерием интенсификации производства, то нельзя не прийти к вполне определенному выводу в отношении основных направлений совершенствования показателей планирования, а именно: показатели должны увязываться с целями и задачами интенсификации производства, а для этого надо, чтобы они были объективными и хозрасчетными.

Объективными потому, что прежде всего должны отражать уровень и динамику использования производственных ресурсов. Хозрасчетными в том смысле, что долевое участие предприятий в распределении прибыли необходимо поставить в первую очередь в зависимость от их прироста, т.е. от степени отдачи ресурсов.

Производственные ресурсы экономики Казахстана огромны. Это прежде всего основные фонды. Так, по данным самого автора, стоимость перерабатываемого сырья и материалов в 1978 г. превысила 24 млрд руб. Производительность труда и капитала по сравнению с 1960 г. возросла на 72%, но этот рост не восполняет упущенные за счет фондоотдачи возможности, что видно из того, что фондовооруженность труда значительно опережала его производительность.

Почему складывается такое соотношение данных – опять задает вопрос Т. Ашимбаев и отвечает: оно объясняется тем, что сложилось противоречие между возможностями роста ресурсоотдачи и показателями планирования, которые не нацеливают предприятия на ее рационализацию. В промышленности страны, в том числе и в Казахстане, явно недостаточно используется такой важнейший вид ресурсов, как основные фонды.

Снижается фондоотдача, низка степень использования оборудования, во многих случаях длительно не осваиваются производственные мощности, не достигаются проектные технико-экономические показатели, недостаточно эффективно используется и труд: продолжают иметь место потери рабочей силы и высокая текучесть кадров, а промышленность в целом выполняет и перевыполняет планы производства.

Можно найти немало примеров, когда на отдельных предприятиях чем хуже используются производственные ресурсы, тем выше уровень выполнения плановых заданий. При этом зачастую выплачиваются премии. Разумеется, здесь нет никакого секрета. Дело в том, что недостаточное использование ресурсов компенсируется их количественным перевесом: низкая сменность оборудования, например, не влияет на выполнение плана, так как применяется больше оборудования, чем требовалось бы при нормальной сменности.

По мнению Т. Ашимбаева, основной недостаток сложившейся системы показателей планирования состоит в том, что оценка деятельности предприятий главным образом производится по показателям количественного порядка, которые, как показывает практика, могут быть достигнуты при разном уровне производственных затрат и чаще всего при неполном использовании ресурсов, что характерно для экстенсивного метода хозяйствования. По Т. Ашимбаеву, планово-оценочные показатели должны быть и «ресурсными», т.е. строиться с учетом причинно-следственных связей используемых при этом ресурсов.

На его взгляд, совершенствование показателей планирования должно идти по линии значительного усиления роли и значения показателей, отражающих уровень использования производственных ресурсов. К ним относятся основные и оборотные средства, трудовые ресурсы, научно-технические достижения и т.д. Нужно, чтобы показатели фондоотдачи, материалоемкости, освоения мощностей, коэффициент сменности, внедрение новой техники и др. были признаны как оценочные и по их улучшению судили о качестве работы предприятий.

Концентрация внимания на рост ресурсоотдачи должна определять, как представляется Т. Ашимбаеву, совершенствование показателей планирования и стимулирования производства. Планирование показателей ресурсоотдачи и учет уровня их изменений при оценке деятель-

ности предприятий сыграли бы, по его убеждению, положительную роль в интенсификации отдачи всей массы овеществленного труда.

Сомнения на этот счет могут быть рассеяны, если вспомнить пример с использованием производительности труда в качестве целевых показателей плана. Отнесение ее к числу расчетных в начальные годы реформы привело, как известно, к ослаблению внимания предприятий к этому показателю. Однако с возведением ее «в ранг» фондообразующих показателей положение пошло к неуклонному улучшению и выразилось в повышении темпов роста производительности труда: этот опыт надо всячески учитывать и пересматривать сложившееся отношение к тем или иным показателям, тем более, если они связаны с использованием производственных ресурсов.

Академик Ашимбаев здесь приводит интересный пример. На Сумском машиностроительном заводе им. Фрунзе в порядке опыта показатель освоения производственных мощностей возвели в основной оценочный показатель, что сыграло большую роль в улучшении всех других технико-экономических показателей, способствовало улучшению экономики завода.

Этот опыт говорит о том, что интенсификация и рациональное использование как овеществленного, так и живого труда – однопорядковые явления и они тесно взаимосвязаны. По его мнению, не случайно в «Основных направлениях развития народного хозяйства СССР на 1976–1980 гг.» поставлена задача «совершенствовать систему показателей, усилить их воздействие на повышение технического уровня производства и качества продукции, ускорение темпов роста производительности труда, экономное использование материальных и финансовых ресурсов».

Эффективность производства и качество работы наилучшим образом выражает ныне сложившаяся система показателей, которые, как известно, подразделяются на директивные, расчетные, качественные и количественные. Вопрос в том, чтобы эти показатели применять в таких сочетаниях, которые соответствуют требованиям интенсификации производства, его роста при наименьших затратах. Необходимо, чтобы в принципе оценочные, фондообразующие показатели являлись в большей мере качественными и директивными (производительность труда, фондоотдача, материалоемкость и др.), но соотношение между количественными и качественными, директивными и расчетными показателями не должно быть неизменным, а должно меняться в зависимости от специфики отраслей и производств. Одним словом, необходимо гибко применять показатели планирования в целях их прямого воздействия на результаты хозяйствования, на усиление интенсификации.

Этот доклад академика Т. Ашимбаева приводит к мысли, что, не имея систему ограниченного количества оценочных индикаторов и не применяя ее при экспертизе состояния любой плановой или рыночной экономики, в любой развитой или развивающейся стране мира, невозможно провести аналитическую работу: измеряемая экономика – управляемая экономика [3].

Если плановая или рыночная экономика не имеет системы измеряемых показателей и достоверные индикаторы, то она постоянно будет находиться в стрессовом состоянии (как корабль без компаса или космический аппарат без панели дистанционного управления). Поэтому еще в конце 1970-х гг. Институт экономических исследований начал заниматься проблемой построения динамичной и управляемой системы индикаторов, вытекающих из внутренних связей макроэкономических показателей республики [4].

Таким образом, уроками для нас, для его учеников и соратников того времени, стали Ашимбаевские чтения, которые сводятся к следующим положениям:

- ♦ инструменты и индикаторы процессов планирования и управления находятся в зависимости от цели и задач развития экономического базиса и способа производства;
- ♦ успех в реализации принципов и инструментов планирования всегда был зависим от достигнутых уровней количественных и качественных показателей, на основе которых оценивается эффективность самого процесса управления;
- ♦ необходимо уметь обосновать содержательную постановку задачи по улучшению системы показателей плановых заданий, с тем чтобы они объективно отражали ход расширенного воспроизводства и играли мобилизующую роль в ускоренном продвижении процесса расширенного воспроизводства;
- ♦ гармонизация целевых индикаторов плановых заданий вовсе не является техническим вопросом, в чем до настоящего дня убеждены экономисты многих стран мира;

- ♦ выбор ограниченного количества содержательных макроэкономических показателей, пригодных для построения управляющих индикаторов для диагностирования состояния экономики, определяется совокупностью условий, в рамках которых происходит расширение производства;
- ♦ показатели планирования по своей сути динамичны и, отражая конечные результаты процесса расширенного воспроизводства, не остаются неизменными. Рост масштаба этого процесса и глобализация экономических связей предъявляют новые требования к показателям, с тем чтобы они сегодня более глубоко, чем вчера, выражали непрерывно происходящие количественные и качественные сдвиги в базисе экономики;
- ♦ технический прогресс в 1970-х гг. перерос в научно-технический прогресс, оказывая возрастающее влияние на экономический рост. Этот переход экономического базиса на более высокий уклад не сразу был отражен в показателях планирования, которые недостаточно учитывали качественные параметры реального производства и его конечные результаты;
- ♦ не всегда обеспечивается единство количественных и качественных параметров экономического развития;
- ♦ хозяйственные органы, министерства и ведомства медленно осуществляли перевод всей экономики на рельсы интенсивного развития, на рельсы индустриально-инновационного развития;
- ♦ следует глубже изучать внутренние связи экономических индикаторов, таких, как соотношение производительности и фондовооруженности труда, зарплаты и производительности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Ашимбаев Т.А. Экономика Казахстана за 60 лет. – Алма-Ата: Наука, 1977.
- 2 Ашимбаев Т.А. Эффективность фондов экономического стимулирования промышленного производства. – Алма-Ата: Наука, 1977.
- 3 Ашимбаев Т.А. Доклад на республиканской конференции, посвященной 50-летию принятия первого пятилетнего плана развития народного хозяйства СССР: в сб. «Совершенствование планового управления экономикой». – Алма-Ата: КазНИИТИ, 1979.
- 4 Байзаков С. Научные основы схемы размещения производительных сил: в сб. «Совершенствование планового управления экономикой». – Алма-Ата: КазНИИТИ, 1979.

Андатпа

Академик Т. Әшімбаев өз шығармаларында экономикалық дамудың мақсаттық көрсеткіштер жүйесін жетілдіру міндетін анықтап, оның тиімділігін арттырудың әдіснамасын дамытуға ерекше назар аударуды негіздеді. Оның шығармаларында өндірістік факторлардың қарқынды серпіні экономикалық өсудің тұрақтылығын қамтамасыз етуге бағытталған және ғылыми тұрғыдан дәлелденген. Мақалада Т. Әшімбаевтың экономикалық жоспарлау мен басқару тетіктерін жетілдіру тақырыбы бойынша жоспарлы жұмыстарының 50 жылдығына арналған конференциясындағы баяндамасы арқылы, оның ғылыми әлеуетін көрсетуге тырыстық. Академик Т. Әшімбаевтың ойынша, олар әртүрлі бағыттарда жүргізілді, оның нәтижесінде жоспарлаудың құралдары мен экономикалық көрсеткіштерін дамытудың өзекті мәселелерін шешуге арналған кешенді тәсілдер әзірленді. Осы бағыттардың бірі өндірістің ауқымын, оның сандық және сапалық параметрлерін анықтауда, кәсіпорындардың экономикалық қызметінің тиімділігін бағалауда үлкен маңызы бар жоспарлаудың бағдарламалық-мақсаттық көрсеткіштерімен жұмыс жасау болды. Т. Әшімбаевтың ойынша, жоспарлаудың қалыптасқан көрсеткіштер жүйесінің негізгі кемшілігі кәсіпорынның қызметін бағалау негізінен сандық тәртіп көрсеткіштері бойынша жүзеге асырылады, тәжірибеде көрсеткендей, олар өндіріс шығындарының әртүрлі деңгейінде және көбіне шаруашылық жүргізудің экстенсивтік әдісіне тән ресурстардың толық пайдаланылмағанда қол жеткізіледі. Т. Әшімбаевтың айтуынша, жоспарлы-мақсаттық көрсеткіштер «ресурстық» болуы керек, яғни, пайдаланылатын ресурстардың себеп-салдарлық байланыстарын есепке ала отырып құрылады.

Тірек сөздер: құралдар, ресурстар, мақсаттық көрсеткіштер, тиімділік, түпкі нәтижелер, қарқынды даму, жоспарлау.

Abstract

Academician T. Ashimbaev in his works defined the task of improving the system of target indicators of economic development and put special emphasis on the development of its methodology for improving its effectiveness. The dynamics of intensive production factors in his works in sustained speed of economic growth have been and scientifically justified. Here we have tried to show the place of academician Ashimbaev within scientific substantiation of the economic doctrine, which is devoted to the 50th anniversary of planning work. The dynamics of intensive production factors in his work was aimed at ensuring the sustainability of economic growth and from a scientific point of view the idea was justified. In the article we tried to depict T. Ashimbaev's scientific potential on his speech at the conference dedicated to the 50th anniversary of planned works on improving the mechanisms of economic planning and management, which, according to him, was conducted in different directions, as a result of which comprehensive approaches to solving urgent problems of development of tools and economic indicators of planning were developed. One of these areas was the work with program-target indicators of planning, which are key in determining the scale of production, its quantitative and qualitative parameters, in assessing the effectiveness of economic activity of enterprises. According to T. Ashimbaev, the main drawback of the current system of planning indicators is that the assessment of the activities of enterprises is mainly carried out on the basis of quantitative indicators, which, as practice shows, can be achieved at different levels of production costs and most often with incomplete use of resources, which is typical for the extensive method of management. According to T. Ashimbaev, the planned estimates should be «resource», i.e. to be developed taking into account the cause-effect relationships of the used resources.

Key words: tools, resources, target indicators, effectiveness, final results, intensive development, planning.

ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ ЧИТАТЕЛЕЙ

Научный журнал «Вестник университета «Туран» – «Тұран» университетінің хабаршысы» включен в Перечень научных изданий, рекомендуемых Комитетом по контролю в сфере образования и науки Министерства образования и науки Республики Казахстан для публикации основных результатов научной деятельности, отрасль «Экономика»

(приказ Комитета по контролю в сфере образования и науки МОН РК № 894 от 30.05.2013 г. «О внесении дополнений в приказ № 1082 от 10 июля 2012 г. «Об утверждении Перечня научных изданий, рекомендуемых Комитетом по контролю в сфере образования и науки Министерства образования и науки Республики Казахстан для публикации основных результатов научной деятельности»)

Научный журнал «Вестник университета «Туран» – «Тұран» университетінің хабаршысы» размещен в Научной электронной библиотеке (г. Москва, Российская Федерация) в открытом доступе для читателей и включен в аналитическую базу данных «Российский индекс научного цитирования» (РИНЦ) с целью предоставления возможности поиска, просмотра и использования материалов научного журнала в информационных, научных и учебных целях (договор № 361-06/2016 от 16.06.2016 г.)

Регистрация пользователя в Научной электронной библиотеке является необходимым условием для получения доступа к полным текстам публикаций, размещенных на платформе eLIBRARY.RU

**Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU:
<http://elibrary.ru>**

ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ РУКОПИСЕЙ, ПУБЛИКУЕМЫХ В ЖУРНАЛЕ «ВЕСТНИК УНИВЕРСИТЕТА «ТУРАН»

Материалы должны быть представлены в электронном варианте с приложением одного экземпляра отпечатанного текста. Текст должен быть набран в WINWORD XP или *. RTF (Reach text format). Зарубежные авторы могут прислать материалы по электронной почте.

Для материалов на русском языке – шрифт **Times New Roman**, кегль **14**; на казахском языке – шрифт **Times New Roman**, кегль **14**; на английском языке – **Times New Roman**, кегль **14**. Текст рукописи должен быть набран через один интервал и не превышать **8 страниц**.

В левой верхней части листа печатается **МРНТИ** и **УДК**.

Далее в правой верхней части листа печатаются фамилия и инициалы автора, место работы, ученая степень и звание. В середине листа прописными буквами печатаются **название** материала, далее – **ключевые слова на трех языках (казахском, русском и английском)**. Затем идет текст, который следует печатать **без переносов**, соблюдая следующие размеры полей: левое – 30 мм, правое – 10 мм, верхнее – 15 мм, нижнее – 20 мм. Абзацный отступ начинается с третьего знака. Формулы набирать только в приложении – **редактор формул (Microsoft Equation)**.

В тексте в **квадратных скобках** печатаются ссылки на использованную литературу, **список литературы** печатается в конце статьи.

После списка литературы должно быть **краткое резюме на казахском, русском и английском языках** (200–250 слов – примерно 30 строк, 14 кегль), а также **название статьи на трех языках (казахском, русском и английском)**.

Текст доклада должен быть оригинальным, ранее нигде не опубликованным.

На каждую статью должны быть представлены **рецензии (внешняя и внутренняя)**.

В конце статьи просим указать Ф.И.О. полностью, обратный адрес, телефоны (служебный и/или домашний), факс, номер электронной почты (e-mail).

Ответственность за содержание статьи несет автор (авторы). Мнение Научно-редакционного совета не всегда совпадает с мнением автора (авторов). Редакционный совет оставляет за собой право публикации или отклонения рукописи. Рукописи не возвращаются и не рецензируются.

Материалы присылайте по e-mail: mayab0@list.ru или приносите в редакционно-издательский отдел университета «Туран» (каб. 209).

Оплата за публикацию принимается наличными или отправляется почтовым переводом на имя **Жуйковой М.А.** по адресу: **050013, г. Алматы, ул. Сатпаева, 16-18, 18а, университет «Туран».**

Ссылка при перепечатке на наше издание обязательна.

Телефон для справок: **8(727) 260-70-00, 260-40-18.**

Редакционная коллегия

УВАЖАЕМЫЕ ПОДПИСЧИКИ!

Наш индекс: **75665**

Стоимость подписки на 3 месяца – **460 тенге**

Учредитель: университет «Туран»

г. Алматы, ул. Сатпаева, 16-18, 18а.

Тел.: 260-40-18, 260-70-00

Тел./факс: 8 (727)262-22-98

E-mail: may60@list.ru; m.zhuikova@turan-edu.kz

«ТУРАН» УНИВЕРСИТЕТІНІҢ ХАБАРШЫСЫ

Ғылыми журнал

№ 2 (78) 2018 ж.

ВЕСТНИК УНИВЕРСИТЕТА «ТУРАН»

Научный журнал

№ 2 (78) 2018 г.

Компьютерная верстка: Жуйкова М.А.

Подписано в печать 14.06.2018 г.

Бумага офсетная № 1,62 x 84/16. Плотность 80 г/м².

Усл.печ.л. 35,0. Уч.изд.л. 36,4. Тираж 500 экз.

Заказ № 1443

Адрес редакции:

г. Алматы, ул. Сатпаева, 16-18, 18а, университет «Туран».

Оригинал-макет подготовлен редакционно-издательским
отделом университета «Туран».

г. Алматы, ул. Сатпаева, 16-18,18а.

Тел.: 260-70-00, 260-40-18.

Отпечатано в издательстве «Эверо».

г. Алматы, ул. Байтурсынова, 22, оф. 9. Тел.: 233-82-69, 233-83-43.