ISSN 1728-5402

ХАБАРШЫ
ВЕСТНИК
BULLETIN

«Экономика» сериясы
Серия «Экономическая»
«Economic» series

№ 1 (51), 2017

Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті
Казахский национальный педагогический университет имени Абая
Abai Kazakh national pedagogical university

ХАБАРШЫ
ВЕСТНИК
BULLETIN

«Экономика» сериясы
Серия «Экономическая»
«Economic» series
№ 1 (51)

Алматы, 2017
Almaty, 2017

Хабаршы. «Экономика» сериясы. - Алматы: Абай атындағы ҚазҰПУ. - 2017. - № 1 (51). – бет.
Вестник. Серия «Экономическая». - Алматы: КазНПУ им.Абая. - 2017. - № 1 (51). – с.
Bulletin. «Economic» series. - Almaty: Abay KazNPU. - 2017. - № 1 (51). - pp.

Бас редактор
экон.ғыл.д., профессор **Б.Д. ИМАНБЕРДИЕВ**
Редакция алқасы:
экон.ғыл.д., профессор **А.С. Смагулов,** (бас ред. орынбасары),
ҚР ҰҒА академигі, экон.ғыл.д., профессор **К.Н. Нарибаев,**
экон.ғыл.д., профессор **С.К. Қасымов,**
экон.ғыл.д., доцент **Е.К. Калдыбаев,**
Phd doctor universitat intarnacional de Catalunya – **Victor Pou Serradell** (Испания),
экон.ғыл.д., профессор **Б.А. Токсабаева**(Қырғызстан)**,**
ScD, Assoc.Professor **В.Рудзкене** (Литва)**,**
PhD, professor **М.М.Перез** (Испания),
экон.ғыл.д., профессор **К.Д. Джумабаев** (Қырғызстан)
экон.ғыл.д., профессор **Череп А.В**. *(Украина)*
экон.ғыл.д., профессор **Е.В.Вознюк** (Латвия)
магистр – оқытушы **А.К. Адельбаева** *(жауапты хатшы)*

Главный редактор
д.э.н., профессор **Б.Д. ИМАНБЕРДИЕВ**
Редакционная коллегия:
д.э.н., профессор **А.С. Смагулов** (зам.гл.редактора)**,**
академик НАН РК, д.э.н., профессор **К.Н. Нарибаев,**
д.э.н., профессор **С.К. Касымов,**
д.э.н., доцент **Е.К. Калдыбаев**
Phd doctor universitat intarnacional de Catalunya – **Victor Pou Serradell** (Испания),
д.э.н., профессор **Б.А. Токсабаева** (Киргизстан),
ScD, Assoc.Professor **В.Рудзкене** (Литва)**,**
PhD, Professor **М.М.Перез** (Испания),
д.э.н., профессор **К.Д. Джумабаев** (Киргизстан),
д.э.н., профессор **Череп А.В**. *(Украина)*
д.э.н., профессор **Е.В.Вознюк** *(Латвия)*
магистр – преподаватель **А.К. Адельбаева** *(ответ.секретарь)*

Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті, 2017

Editor in chief
B. D.Imanberdiev Doctor of economic Sciences Professor

Editorial staff:
A.S.Smagulov (deputy editor), Doctor of economic sciences, professor
K.N. Naribaev, Doctor of economic sciences, professor,
Academician of the National Academy of Science of the Republic of Kazakhstan
S.K. Kasymov Doctor of economic sciences, professor
E.K. Kaldybaev Doctor of economic sciences , Associate Professor
Victor Pou *Ph.D* Doctor International University of Catalonia (Spain)
B.A. Toksabaeva Doctor of economic sciences, professor (Kyrgyzstan)
V.Rudzkene *ScD, Assoc.Professor*(Lithuania)
M.M.Perez *Ph.D.professor*(Spain)
K.D. Dzhumabaev Doctor of economic sciences, professor (Kyrgyzstan)
Cherep A.V. Doctor of economic sciences, professor *((Ukraine)*
E.V.Voznyuk Doctor of economic sciences, professor (Latvia)
A.K. Adelbaeva Master of science,teacher(Executive Secretary)

Abai Kazakh National Pedagogical University, 2017

УДК 551.2.08; 552.08; 553.08; 556.3.08
МРНТИ 38.01.81

К.Р. Касенов[1]
Ә. Ж. Байсенгирова [1]

[1] *Казахский Национальный Педагогический Университет имени Абая, г.Алматы, Казахстан*

ИНТЕГРИРОВАННЫЕ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАК ОСНОВА УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ

Аннотация

В рамках требований трех наиболее часто используемых международных стандартов и спецификаций (ИСО 9001, ИСО 14001, OHSAS 18001) принято рассматривать в качестве элементов интегрированной системы процессы (системы менеджмента качества), экологические аспекты и опасные факторы. Для достижения устойчивого развития организации должны использовать современные технологии менеджмента, в том числе, ориентированные на внедрение различных систем менеджмента (СМ) на основе стандартов ИСО, включая интеграцию СМ. Предпосылками интеграции систем менеджмента и появления интегрированных систем менеджмента (ИСМ) являются: глобализация экономики; соблюдение баланса интересов заинтересованных сторон; широкое применение международно-признанных стандартов на системы менеджмента, внедрение двух и более систем менеджмента.

В статье рассмтариваются основные понятия, принципы и подходы в интеграции систем менеджмента.

Ключевые слова: системы менеджмента, управление качеством, окуружающая среда, профессиональная безопасность, международные стандарты, интеграция.

К.Р. Касенов[1]
Ә. Ж. Байсенгирова [1]
[1] *Абай атындағы Қазақ Ұлттық Педагогикалық Университеті, Алматы қ., Қазақстан*

КӘСІПОРЫНДАРДЫҢ ТҰРАҚТЫ ДАМУЫНЫҢ НЕГІЗІ РЕТІНДЕГІ ИНТЕГРАЦИЯЛАНҒАН МЕНЕДЖМЕНТ ЖҮЙЕЛЕРІ

Аңдатпа

Жиі қолданыстағы үш халықаралық стандарттар мен ерекшеліктердің шеңберінде (ИСО 9001, ИСО 14001, OHSAS 18001),интегралданған жүйе элементі ретінде-үрдістер(сапа менеджменті жүйесі), экологиялық аспектілер мен қауіпті факторлар қарасытырылады. Кәсіпорынның тұрақты дамуына қол жеткізу үшін менеджменттің заманауи технологиялары қолданылуы керек, сонымен қатар МЖ интеграциясын қоса ИСО стандарттарына негізделген менеджмент жүйелерін енгізуге бағытталу қажет.Менеджмент жүйелерінің бірігуі және интегралданған менеджмент жүйелерінің алғышарттары болып: экономиканың жаһандануы, мүдделі жақтардың қызығушылықтарының балансын сақтау; менеджмент жүйелерінде халықаралық-белгілі стандарттардың кең қолданысы, екі немесе одан да көп менеджмент жүйелерін енгізу есептеледі .Интеграциялық менеджмент жүйесін

енгізу бойынша жоба басқармасының алдында маңызды, қолданбалы сұрақтардың бірі болып тиімділік бағасы және сол жобаның әсерлілігі болып табылады.

Мақалада менеджмент жүйелерін интегралдау жұмыстарындағы негізгі түсініктер,қағидаттар мен амалдар қарастырылады.

Түйін сөздер: менеджмент жүйелері, сапаны басқару, қоршаған орта, кәсіби қауіпсіздік, халықаралық стандарттар, интергралдау.

Kasenov K.R[1]
Baisengirova A.Z [1]
[1]*Kazakh National Pedagogical University named after Abai, Almaty, Kazakhstan*

**THE INTEGRATED SYSTEMS OF MANAGEMENT -
BASIS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE ORGANIZATIONS**

Abstract

Within requirements of three most often used international standards and specifications (ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001) it is accepted to consider processes (quality management system), ecological aspects and dangerous factors as elements of the integrated system. For achievement of sustainable development of the organization shall use modern technologies of management, including, oriented to implementation of various systems of management (SM) on the basis of the ISO standards, including integration See Prerequisites of integration of systems of management and emergence of the integrated systems of management (ISM) are: globalization of economy; respect for balance of interests of concerned parties; broad application of international and acknowledged standards on systems of management, implementation of two and more systems of management.

In article the basic concepts, the principles and approaches in integration of systems of management are considered.

Key words: systems of management, quality management, international standards, integration, environment, professional safety.

Активизация использования в мировой практике международных стандартов ИСО серий 9000, 14000, развитие отраслевых версий стандартов в области управления качеством создают предпосылки для формирования интегрированной систем менеджмента (ИСМ) на предприятиях.

Под интегрированной системой менеджмента (ИСМ) понимается система, построенная на основе соответствия требованиям двух или более международных стандартов на системы менеджмента[1].

Каждая организация (коммерческая или некоммерческая) существует одновременно в нескольких "средах". И возможность ее устойчивого развития определяется тем, в какой мере ей удается соответствовать требованиям, предъявляемым этими "средами": финансовой, производственной и пр.

Условие успешного функционирования организации в финансовой среде – ее финансовая устойчивость, которая обеспечивается финансовым менеджментом.

Воздействие на организацию производственной среды проявляется в двух аспектах.

Во-первых, организация обязана выпускать продукцию, пользующуюся спросом у потребителя, запросы которого постоянно растут. Решение этой задачи должно обеспечиваться менеджментом качества.

Во-вторых, организация должна создать персоналу условия для производительного и безопасного труда. Решение этой задачи призван обеспечить менеджмент профессиональной безопасности и защиты здоровья сотрудников.

Организация не может находиться вне окружающей природной среды, а значит, должна управлять своим воздействием на эту среду, используя систему экологического менеджмента [2].

Поскольку все описанные среды существуют как единое целое, постольку и общая интегрированная система менеджмента конкурентоспособной организации должна основываться на интеграции всех применяемых в организации систем менеджмента.

В целом можно отметить, что во многих организациях и компаниях имеются интегрированные системы менеджмента, разработанные в соответствии с международными стандартами, охватывающие все функциональные системы менеджмента, включая сферу финансового менеджмента. Интегрированная система менеджмента в таких организациях включает процедуры полного производственного процесса, обеспечивающие процедуры (по качеству, охране окружающей среды, охране труда), а также процедуры полного финансового блока, включая бюджетирование, управление инвестиционными проектами и процедуры развития по разным направлениям деятельности. В таких организациях цели интегрированной системы менеджмента устанавливаются на верхнем уровне управления и затем трансформируются на следующие уровни, отражая специфику подразделений, принятую в организации систему планирования и т.д.

Методологической основой разработки интегрированной системы менеджмента является теория функциональных систем. В основе предложенной П. К. Анохиным теории функциональных систем – положение о том, что главным системообразующим фактором является конкретный результат функционирования системы [3].

Основополагающие принципы создания интегрированной системы менеджмента

В соответствии с требованиями международных стандартов основополагающие принципы качества управления организации могут быть сформулированы следующим образом: улучшение конкурентоспособности производителя, совершенствование бизнеса, повышение качества руководства организацией, управление организацией на основе бизнес-процессов, которые рассматриваются с позиций получаемого эффекта от реализации произведенной продукции, приносящей прибыль для производителя.

Для любой задачи управления характерна множественность ее решений. Кроме того, постоянное усложнение техники и технологии производства и связанное с ним усложнение процесса управления делают выбор оптимального решения чрезвычайно трудным. Для решения проблем управления может быть применен функционально-системный подход с использованием аппарата экспертных оценок, широко применяемых в стратегическом управлении [4].

В интегрированной системе менеджмента функционально-системный подход предусматривает:

• рассмотрение управления качеством и безопасностью в рамках организации как некоторой целостностной системы, состоящей из относительно обособленных взаимодействующих и взаимосвязанных элементов и подсистем с особыми специфическими свойствами;

• рассмотрение интегрированной системы менеджмента как открытой многоцелевой системы, имеющей определенные "рамки" взаимодействующих управляющей и управляемой подсистем, внутренней и внешней среды, внешних и внутренних целей, подцелей каждой из подсистем, стратегий достижения целей и т.п. При этом изменение в одном из элементов любой подсистемы в соответствии с диалектическим подходом к взаимосвязи и взаимообусловленности всех явлений в природе и обществе вызывает изменения в других элементах и подсистемах;

• всестороннее изучение не только отдельных свойств, взаимодействующих и взаимосвязанных между собой компонентов системы, ее внутренней и внешней среды, но и новых синергетических свойств, генерируемых системой;

• изучение совокупности параметров и показателей функционирования системы в динамике, что требует исследования внутриорганизационных процессов адаптации, саморегулирования, самоорганизации, прогнозирования и планирования, координации принятия решений и т.п.

Методология функционально-системного подхода помимо системного предполагает использование и других подходов, в частности процессного, целевого, ситуационного, параметрического, нормативного, оптимизационного и др.

При проектировании интегрированной системы менеджмента, помимо принципов, изложенных в ИСО 9001–2008, необходимо учитывать также следующие общие системные принципы менеджмента:

• принцип единства цели (система менеджмента должна способствовать сотрудничеству работников при достижении целей организации);

• принцип эффективности (система менеджмента должна способствовать достижению целей при минимальных нежелательных последствиях или издержках, учитывающих, в том числе, неудовлетворительность персонала существующей системой менеджмента);

• принцип необходимого разнообразия, согласно которому сложность системы менеджмента должна быть не меньше, чем сложность управляемого объекта[5].

Эти принципы отражают требования к проектированию интегрированных систем менеджмента как наиболее сложных объектов, где цели могут быть достигнуты только за счет разумного сочетания интеграции и дифференциации подсистем менеджмента, выделения уровней менеджмента по иерархическому признаку, использования современных информационных технологий (см.Табл.1).

Таблица 1. Степень совместимости принципов и требований, лежащих в основе международных стандартов ИСО 9001:2008, ИСО 14001:2004, OHSAS 18001:2007

Понятие	**ИСО 9001:2008**	**ИСО 14001:2004**	**OHSAS 18001:2007**
Область менеджмента	Качество	Охрана окружающей среды	Профессиональное здоровье и безопасность
Основнаяцель	Повышениеудовлетворенности потребителя	Уменьшение негативного воздействия на окружающую среду	Улучшение условий с точки зрения профессионального здоровья и безопасности
Основныезаинтересованные стороны	Потребитель. Регулирующиеорганы	Регулирующие органы. Стороны, заинтересованные в защите окружающей среды	Персонал. Регулирующиеорганы
Критическиеаспекты	Показатели качества (продукции и услуг)	Экологические аспекты (деятельности, продукции и услуг)	Опасные факторы (относящиеся к деятельности организации)
Требования, относящиеся к критическим аспектам	Требования потребителей. Требования к использованию продукции по назначению. Требования регулирующих органов. Требования, определяемые организацией	Требования регулирующих органов. Требования/запросы заинтересованных сторон. Требования, определенные на основе анализа рисков (анализа экологических аспектов)	Требования/запросы заинтересованных сторон (персонал). Требования, определенные на основе оценки результатов анализа рисков (анализа опасных факторов)
Основнаяуправленческаядеятельность	Процессы, существенно влияющие на показатели качества продукции и	Операции и деятельность, связанные с	Виды деятельности, связанные с

	деятельности организации в области качества	важными экологическими аспектами	идентификацией рисков/опасных факторов для профессионального здоровья и безопасности
Результатыплохогоменеджмента	Плохая работа организации, влияющая на показатели качества продукции, вызывающие неудовлетворенность потребителей	Негативное воздействие на окружающую среду	Нанесение вреда здоровью и благополучию сотрудников
Рискиорганизации	Организация не в состоянии выполнить требования потребителя и законодательные нормы. ***Последствия:*** неудовлетворенность потребителей, гражданская ответственность, уголовные правонарушения, уменьшение рынка, финансовые потери	Деятельность по охране окружающей среды (или взаимодействие с окружающей средой на индивидуальном уровне) не удовлетворяет законодательным нормам, требованиям/запросам заинтересованных сторон. ***Последствия:*** уголовные правонарушения, гражданская ответственность, плохая репутация компании и финансовые потери	Деятельность организации с точки зрения профессионального здоровья и безопасности не удовлетворяет законодательным нормам и требованиям сотрудников. ***Последствия:*** уголовные правонарушения, гражданская ответственность, потеря рабочей силы и финансовые потери

Примечание : таблица приведена по источнику [5]

Расширение «поля менеджмента» (или зоны распространения регулярного менеджмента) означает так-же, что менеджмент становится более зрелым, занимает более значимое место в деятельности организации. При этом, расширяя свой менеджмент в интересах большего числа заинтересованных сторон, органи-зация выходит на новый уровень развития. Таким образом, важнейшая цель разработки интегрированной системы менеджмента организации (или интеграции автономных систем менеджмента) — наиболее полное и сбалансированное удовлетворение потребностей различных заинтересованных сторон [6].

Сегодня во всем мире основным направлением совершенствования управления организацией является создание и внедрение интегрированных систем менеджмента на основе международных стандартов ИСО 9000, 14000, OHSAS 18000 и др., так как в этих документах собран мировой опыт системного управления качеством, экологией, персоналом, охраной труда и промышленной безопасностью, информационным обеспечением систем [7].

Именно эти системы увязывают в единое целое взаимодействующие и взаимосвязанные процессы, составляющие суть деятельности организаций и предприятий, направляют работу подразделений на достижение главной цели бизнеса – получение прибыли за счет максимального качественного использования всех видов ресурсов.

Список использованной литературы

1. *Санто, Б. Р. Теория управления / Б. Р. Санто. - М.: Прогресс, 2007. -416с.*
2. *Репин В.В., Елиферов В.Г. Процессный подход к управлению. Моделирование бизнес процессов. – М.: РИА «Стандарты и качество», 2005. – 408 с.*
3. *Гончаров Э. Как разработать систему менеджмента качества в соответствии с процессным подходом//Стандарты и качество. 2003. № 12. С. 65-69.*
4. *Марцынковский Д.А., Владимирцев А.В., Марцынковский О.А. Руководство к интеграции систем менеджмента: учебное пособие. Ассоциация по сертификации «Русский Регистр» - Санкт-Петербург: Береста, 2008. – 140с.*
5. *Студми. Учебные материалы для студентов [Электронный ресурс]. -2017.-URL: http://studme.org/1898102421322/menedzhment/metodologicheskie_osnovy_sozdaniya_integrirovannoy_sistemy_menedzhmenta#543 (дата обращения 25.02.2017)*
6. *Трошин В.Н. Интегрированные системы менеджмента - что это такое? // Стандарты и качество. - 2002. - № 11 - С. 10 - 13.*
7. *Шадрин А. Качество, конкурентоспособность, менталитет, сертификация// Стандарты и качество. - 2002. - № 6. - С. 68-73.*

УДК 339.187; 339.13; 339.146; 658.8
МРНТИ 06.81.55

Р.Б. Азбергенова[1]
М.В.Исабаева [1]
[1] *Казахский Национальный Педагогический Университет имени Абая, г.Алматы, Казахстан*

КО-БРЕНДИНГ – ТЕХНОЛОГИЯ СОВМЕСТНОГО ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДОВ

Аннотация

Современный рынок характеризуется динамичными тенденциями в области брендинга. Брендинг – управленческая деятельность по формированию и развитию торговой марки и ее бренда. В связи с этим особую значимость приобретает организация работы по формированию и развитию бренда, которые невозможны без четкого и глубокого понимания технологии брендинга. Одной из инновационных технологий брендинга является ко-брендинг. Объединение компаний различных сфер экономики способствует трансформации взглядов потребителей на привычные границы их брендов. В статье рассказывается о том, что такое ко-брендинг, каковы его виды и цели, описываются основные проблемы совместного продвижения брендов в мире. Автор приводит примеры ко-брендинговых альянсов ряда ведущих мировых корпораций и приводит примеры небольших компаний, не имеющих возможности сотрудничать с крупными компаниями, но выбирающих ко-брендинг в качестве своей основной маркетинговой стратегии.

Ключевые слова: ко-брендинг, совместное продвижение, ко-брендинговые карты, ко-брендинг в спорте, ко-брендинговые альянсы, маркетинговая стратегия, партнерские программы, конкурентные преимущества.

Р.Б. Азбергенова[1]
М.В.Исабаева [1]
[1]*Абай атындағы Қазақ Ұлттық Педагогикалық Университеті,*
Алматы қ., Қазақстан

КО-БРЭНДИНГ – БРЭНДТЕРДІ БІРЛЕСІП ЖЫЛЖЫТУ ТЕХНОЛОГИЯСЫ

Аңдатпа

Қазіргі нарық брендинг саласындағы қарқынды үрдістермен сипатталады. Брендинг дегеніміз – сауда белгісі мен оның брендін қалыптастыру және дамыту жөніндегі басқарушы қызмет. Осыған орай, брендті қалыптастыру мен дамытудың жұмыстарын ұйымдастыру маңызды орынға ие, ал брендинг технологиясын тереңнен үңіліп анықтап алмайынша оны жүзеге асыру мүмкін емес. Брендингтің инновациялық технологияларының бірі ко-брендинг болып табылады. Экономиканың әр түрлі салаларындағы компаниялардың өзара бірігуі нәтижесінде тұтынушылар брендтерінің үйреншікті шекараларына қатысты көзқарасы өзгереді. Мақалада кобрендингтің не екені, оның түрлері мен мақсаттары туралы айтылады, әлемдегі брендтерді өзара бірігіп жылжытудың негізгі мәселелері сипатталады. Автор әлемдік алдыңғы қатарлы корпорациялардың ко-брендингтік аляьнстарын және ірі компаниялармен ынтымақтасуға мүмкіндігі жоқ, бірақ өзінің негізгі маркетингтік стратегиясы ретінде ко-брендингті таңдайтын, кішігірім компаниялардың тәжірибесін мысалға келтіреді.

Түйін сөздер: ко-брендинг, өзара бірлесіп жылжыту, ко-брендинг карталары, спорттағы ко-брендинг, ко-брендингтік альянстар, маретингтік стратегия, серіктес бағдарламалар, бәсекелестік артықшылықтар.

Azbergenova R.B[1]
Isabayeva M.V[1]
[1]*Kazakh National Pedagogical University named after Abai, Almaty, Kazakhstan*

CO-BRANDING - TECHNOLOGY OF JOINT PROMOTION OF BRANDS

Abstract

The modern market is characterized by dynamic developments in the field of branding. Branding – is management activity on the formation and development of the brand and its brand image. In this connection special importance is given to the organization of work on the formation and development of the brand, which is not possible without a clear and thorough understanding of branding technology. One of the innovative branding techniques is a co-branding. The combinations of different sectors of the economy to the transformation of consumer attitudes on the traditional boundaries of their brands. The article explains what is a co-branding, what are its kinds and goals, describes the major problems of the joint promotion of brands in the world. The author gives examples of co-branding alliance of a number of world leading international corporations and provides examples of small companies that do not have the opportunity to work with large companies, but do choose co-branding as its primary marketing strategy.

Key words: co-branding, co-promotion, co-branding cards, co-branding in sports, co-branding alliances, marketing strategy , affiliate programs, competitive advantages.

Развитие экономики в 21 в. связано с технологическими новшествами, трансформацией и эволюцией рынков. Кроме того, предпочтения потребителей меняются довольно быстро. Стремительно меняются вкусы, компаниям приходится внимательно отслеживать предпочтения потребителей и веяния моды. К факторам, способствующим увеличению силы и устойчивости брендов, принадлежащим международным компаниям можно отнести четко сформулированную миссию бренда, углубление его социальной направленности, своевременное репозиционирование, применение производителями инновационных возможностей, которые предлагает век цифровых

технологий и активное использование нетрадиционных методов коммуникации, обеспечивающих обратную связь с потребителем.

В этих условиях компании сталкиваются с принципиально новыми вызовами, требующими от них нестандартных решений в области продвижения своей продукции на рынок. Как пишет Ж.Н. Капферер, в условиях технологического прогресса, обеспечивающего постоянный приток инноваций, «бренды должны без малейших колебаний раздвигать свои границы далеко за пределы исходного прототипа». По его мнению, «ко-брендинг предполагает совместное использование своих брендов на рынке двумя различными компаниями для достижения стратегических маркетинговых целей» [1].

Для улучшения капитала марки и его дальнейшего развития один бренд компании может объединяться в брендинге с другим брендом компании, либо же с брендом другой компании. Как пишут в своей книге «Латеральный Маркетинг» Котлер и Де Без, наступила новая эра латерального маркетинга и латерального мышления. Авторы утверждают, что инновации представляют собой результат взаимосвязи двух идей, не имеющих в принципе явной и непосредственной связи, и указывают на необходимость перехода от поиска источников конкурентных преимуществ внутри рынков к исследованию возможностей, связанных с созданием товаров на «стыке» разных отраслей экономики по принципу объединения свойств нескольких различных продуктов [2].

По мнению Д. Аакера, совместный брендинг представляет собой классический способ достижения синергизма, когда «два бренда могут поделить между собой расходы и риск при создании и запуске нового товара. Кроме того, они могут обеспечить ассоциации, сочетание которых способно создать дифференцирующий признак» [3].

Цели ко-брендинга: 1. Усиление позиций одного из брендов; 2. Расширение или, наоборот, сужение целевой аудитории; 3. Повышение узнаваемости брендов, создание у потребителей необходимых ассоциаций с брендом; 4. Улучшение «качества» конечных потребителей, рост продаж.

Основные функции ко-брендинга: 1. Стимулирование осуществления первой покупки потребителем; 2. Укрепление эмоциональной связи с потребителем; 3. Стимулирование повторной покупки с помощью предложения комплексного продукта, обладающего большей ценностью.

Представляя собой особую форму маркетингового альянса, совместный брендинг предполагает, что два или более брендов (брендов-компонентов) объединяются для производства одного продукта (ко-бренда). Том Блэкетт, Боб Боуд и Ник Расселл объясняют, как совместный брэндинг работает на разных уровнях и в ряде отраслей. Термин “совместный брэндинг” появился в словаре бизнеса относительно недавно. Он используется по отношению к широкому спектру маркетинговой деятельности, в которой участвует два или больше брэндов [4]. Таким образом, совместный брэндинг можно рассматривать как понятие, которое включает спонсорство (например, когда Marlboro ставит свое название на машины Ferrari или бухгалтерская фирма Ernst and Young поддерживает выставку Моне); стимулирование розничной торговли (когда сотрудничают McDonald`s и Disney, когда на автозаправочных станциях BP предоставляется место мини-магазинам Safeway); производственное сотрудничество – автомобиль Mercedes-Swatch; или кинематограф (когда Miramax выпускает фильмы, а Buena Vista занимается их прокатом). Список возможностей бесконечен.

Конечный потребитель порой не замечает сам факт ко-брендинга. Тем не менее, его давно и успешно используют глобальные бренды – так в сети быстрого питания McDonald’s подают в качестве напитка Coca Cola, а средство от накипи Calgon ассоциируется со стиральной машиной Indesit благодаря совместной рекламе. В индустрии мультфильмов - продукция под брендами «Маша и Медведь» и «Смешарики», например, заняла прочные позиции на прилавках как в одежных магазинах, так и в отделах канцтоваров. На сегодняшний день наиболее активно используют ко-брендинг банки, авиакомпании, операторы мобильной связи, туристические компании, сети заправочных станций и торговые сети. Замечательным примером открытием новой ниши в спорте для ко-брендинга является успешно проведенная организаторами Зимняя Универсиада 2017 в г. Алматы.

Основные методы ко-брендинга:

- компонентный ко-брендинг — совместное продвижение брендов, продукция одного из которых является компонентом продукции другого (например, знак Intel Inside на компьютерах разных марок или Microsoft Windows, размещение логотипа Ferrari на ноутбуках Acer);

- партнерские программы — партнерство двух брендов из разных сфер (например, сотрудничество Etihad Airways, национального авиаперевозчика ОАЭ и знаменитого люксового бренда Jimmy Choo, казахстанской кондитерской фирмы Рахат и организаторов 28 Зимней Универсиады Almaty 2017 в г.Алматы, использование логотипа EXPO 2017 на почтовых конвертах АО «Казпочта»);
- ко-брендинговые карты — банковские карты, выпускаемые в рамках специальных программ совместно с известными брендами. Например, кредитная карточка «Magic Card», объединившая бонусные системы компаний Beeline и Народного банка Казахстана. Пользователям данной карты, выпущенной на платформе Visa, доступен определенный кредитный лимит, который является беспроцентным в случае погашения до 50 дней. “Tele2 Казахстан”, Казкоммерцбанк и Visa представили новую ко-брендинговую платежную карту, позволяющую бесплатно пользоваться услугами мобильного оператора. Карта «Аэрофлот», выпущенная Сбербанком;
- территориальный ко-брендинг — создание реальной или ассоциативной связи бренда с каким-либо городом или страной (например, сеть «Британские пекарни» в Санкт-Петербурге, которая ни юридически, ни фактически не имеет отношения к Великобритании);
- объединение двух брендов, которые фактически принадлежат одной компании. В этом случае более старый бренд поддерживает тот, который появился позже, например, московская торговая сеть «ВкусВилл» живет за счет «Избенки».

В спорте ко-брендинг достаточно распространен. Марка adidas тесно сотрудничает со спортсменами. Например, в январе 2017 года, французский футболист и полузащитник «Манчестер Юнайтед» Поль Погба создал для марки коллекцию одежды. В нее вошли футболки, кроссовки и толстовки с инициалами спортсмена. Источником вдохновения для него послужила мода и хип-хоп. Известный специалист в маркетинге Д. Огилви считал привлечение известных людей для продвижения брендов одной из самых бессмысленных трат. Тем не менее, это не совсем так. Считается, что привлечение Майкла Джордана для рекламы Nike принесло бренду около $ 2 млрд. Несколько лет подряд этот бренд остается самым дорогим спортивным брендом - стоимость этого бренда Forbes в 2014 г. оценил в $19 млрд.

Благодаря авторитету известного человека, объект потребления часто становится желанным, востребованным у своей целевой аудитории. Поэтому к привлечению известных личностей довольно часто прибегают крупные международные компании. Так, американский актер и режиссер Роберт де Ниро стал лицом итальянского бренда Ermenegildo Zegna. Эта кампания – первая в ряду многих, которые будут созданы под слоганом «Переломные моменты» [5]. Представители марки, таким образом, хотят добиться более тесной коммуникации с клиентами, подвигнуть их к тому, чтобы они делились своими переживаниями и переломными моментами в жизни. Рассказать свои истории клиенты смогут на сайте бренда. Это своего рода хороший креативный маркетинговый ход.

Парфюмерный дом Guerlain выбрал музой и лицом нового женского аромата Анджелину Джоли, мировая премьера которого намечена на 1 марта 2017 года. Парфюмер Тьерри Вассер, создавая его, вдохновлялся актрисой и ее образом, эмоциями, решениями, мечтами. Весь гонорар, полученный по контракту с Guerlain, Анджелина передала на благотворительность. Такое углубление социальной направленности совместного брендинга хорошо скажется на имидже бренда и на имидже Джоли.

Другим примером такого взаимовыгодного сотрудничества наших казахстанских брендов и брендов международных компаний является пример шымкентской фабрики «Бал Текстиль», где производят ковры. Компания стала первым казахстанским поставщиком для IKEA. Такое сотрудничество с известной на весь мир компанией по производству и продаже товаров для дома открывает для «Бал Текстиль» новые возможности для выхода на мировой рынок и благоприятно влияет на имидж компании, поскольку сама IKEA известна своими корпоративными ценностями и бережным отношением к окружающей среде. Специально для IKEA Россия был разработан отдельный дизайн ковров с оптимальной толщиной и длиной ворса. Эти ковры не могут быть использованы для реализации вне сети IKEA [6].

Коммуникационная функция ко-брендинга заключается в том, что эта технология помогает потребителю лучше ориентироваться, облегчает потребителю выбор продукции и услуг, позволяет

быстро идентифицировать и распознавать источники товара или услуги. Ко-брендинг позволяет расширить информацию об объединившихся брендах в ситуации принятия решения.

В рамках ко-брендинговых проектов происходит объединение гарантий и обмен ценностями. Ко-брендинг гарантирует определенный уровень качества и помогает преодолеть неуверенность от незнания всех характеристик продукта. Бренды, идентифицирующие себя при помощи эмоционального профиля, обмениваются ценностями и помогают потребителю определить и выразить свой набор ценностей через партнерские бренды. Помимо всего этого, ко-брендинг уменьшает риски и затраты в связи с запуском новых продуктов.

Функция уменьшения рисков затрагивает такие аспекты, как обеспечение спроса, конкурентные преимущества и присутствие на рынке. Ко-брендинг повышает лояльность клиентов, снижает предрасположенность к переходу к третьим торговым маркам, обеспечивает потенциал продаж. Ко-брендинг уменьшает операционные риски и гарантирует высокие и стабильные доходы в будущем. Ко-брендинг также объединяет конкурентные преимущества участников и ведет к кратному росту присутствия участников проекта на рынке и в умах потенциальных клиентов. Для улучшения капитала марки и его дальнейшего развития один бренд компании может объединяться в брендинге с брендом другой компании.

Таким интересным примером своевременного репозиционирования и объединения служит сотрудничество двух разных по направленности брендов. Американский бренд молодежной одежды Supreme и компания Louis Vuitton, специализирующаяся на производстве аксессуаров, одежды, обуви, часов и ювелирных украшений для мужчин и женщин, выпустили в начале 2017 г. совместную коллекцию. Один из предметов в ней — красный чемодан с монограммами стоимостью 68,5 тысяч долларов, более чем вдвое дороже обычных сумок Louis Vuitton. Также в совместную коллекцию вошел скейтборд со специальным чехлом за 54,5 тысячи долларов. В целом, такой ко-брендинг положительно влияет на уровень продаж компаний, на структуру их затрат, кассовый оборот, объем рисков или расходов в отношении капитала, а также – существенно увеличивает ценность компаний-участников [7].

Вот еще несколько интересных примеров эффективного и креативного ко-брендинга на стыке разных отраслей. Так, L`Oreal и Nestle создали альянс для входа в сегмент нутрицевтики (пищевой косметики). Adidas и Samsung предложили рынку спортивный сотовый телефон (фитнес-телефон). Nokia выпустила нетбуки, заключив альянс с корпорацией Intel, компания Philips в содружестве с брендом Nivea представила бритвы, снабженные специальными картриджами, заполненные лосьоном для бритья Nivea for men.

В 2006 году компании Nike и Apple заключили альянс, результатом которого стало появление системы NikeiPod Sport Kit, представляющей собой кроссовки Nike+, соединенные с плеером iPod Nano. По словам главы Apple Стивена Джобса, сотрудничество с Nike предполагало формирование новых представлений о взаимодействии спорта и музыки и обеспечение потребителя возможностями «персонального тренера».

Так, например, Google и интернет-магазин женской одежды Ivyrevel, который входит в группу H&M, собираются разработать платье, созданное на основе персональных данных человека для местонахождения. Примерная стоимость наряда — 99 долларов, бета-версию приложения планируют запустить до конца 2017 года. Платье будет создаваться с учетом данных, собранных через специальное приложение для Android.

При осуществлении ко-брендинга необходимо учитывать, что могут возникнуть риски, которые типичны и для других видов брендинга: экономические (затраты на рекламу, выше, чем ожидаемая прибыль), имиджевые (несоответствие программы продвигаемому имиджу компании), информационные и организационные. Так, например, один из главных рисков для бренда, сотрудничающего с конкретным спортсменом или командой, — негативный «шлейф» в случае проигрыша выбранного партнера, который может коснуться и самого бренда. Тем не менее, крупные международные корпорации идут на такие риски, так как экономически могут их оправдать. Впечатляющим примером такого сотрудничества является ко-брендинг выдающегося футболиста Криштано Роналдо и спортивного бренда Nike. Nike вкладывал в Роналдо с 2003 г., а специально к чемпионату мира по футболу в 2016 г. бренд Nike не просчитался – Сборная Португалии стала

чемпионом мира по футболу 2016 г., а капитан команды Роналдо по результатам 2016 г. признан лучшим футболистом по версии Международной Футбольной Ассоциации.

Вряд ли небольшой компании удастся заключить соглашение о совместном продвижении с Nike или Procter & Gamble, поскольку это невозможно из-за несоизмеримости брендов. Однако именно такие препятствия могут подтолкнуть малые и средние фирмы и даже частных лиц к поиску более креативных решений в ко-брендинге. В Республике Казахстан в г. Алматы уже не первый год успешно работает компания «ЭКО TAXI», ее машины работают только на природном газе и представлены автомобилями Ssang Yong Kyron.

Во время поездки пассажиры могут почитать журналы Forbes, Harper's Bazaar, Esquire или Robb Report, в случае необходимости позвонить с мобильного водителя или получить бутылочку воды в подарок. Компания заинтересовала клиентов технологическими разработками и первой среди всех служб такси в РК создала бесплатные мобильные приложения для Android и iOs, с помощью которых также можно сделать заказ. Кроме того, в каждом автомобиле установлены планшеты, с помощью которых можно воспользоваться рядом сервисов, к примеру, изучить карту города. Компания сотрудничает с лидерами рынка потребительских товаров Procter&Gamble и Colgate-Palmolive, крупнейшей в мире химической корпорацией BASF, машиностроительным гигантом ABB, финансово-экономическим агентством Bloomberg, Big Four (PricewaterhouseCoopers, Deloitte, Ernst&Young, KPMG). Из казахстанских компаний с нами работает «Казцинк», весь авиационный чартерный сектор [8].

Применение производителями инновационных возможностей, которые предлагает век цифровых технологий и активное использование нетрадиционных методов коммуникации, обеспечивающих обратную связь с потребителем – это фактор способствующий увеличению силы и устойчивости брендов, принадлежащих международным компаниям. Таким образом, ко-брендинг позволяет компаниям, объединяя мощь своих брендов, укреплять свои конкурентные позиции, расширяя круг потребителей своих продуктов и удерживать интерес со стороны требовательных потребителей. Внедрение ко-брендинга казахстанскими производителями позволит повысить эффективность маркетинговой деятельности, будет способствовать повышению конкурентоспособности отечественной продукции, как на внутреннем, так и на внешних рынках.

Список использованной литературы

1. Капферер Ж.Н. Бренд навсегда. / Ж.Н. Капферер - М.: Вершина, 2007. - С.201. книга;

2. Котлер Ф., Де Без Ф.Т. Латеральный маркетинг: технология поиска революционных идей. / Котлер Ф., Ф.Т. Де Без – М.: Альпина Паблишер, 2010- с.180 книга;

3. Аакер Д. Создание сильных брендов. / Д. Аакер - М.: Издательский дом Гребенникова, 2003. - С. 356. книга;

4.Том Блэкетт и Боб Боуд «Совместный брэндинг - что это такое?», / Том Блэкетт и Боб Боуд. - Лондон, издательство: Palgrave Macmillan, 1999. – с. 162 книга;

5. Роберт де Ниро стал лицом модного бренда. [электронный ресурс] - 2017. URL: https://lenta.ru/news/2017/02/10/ermenegildo_zegna/ (дата обращения11.02.2017);

6. Как «Бал Текстиль» стал первым казахстанским поставщиком IKEA [электронный ресурс] -2016. URL: https://forbes.kz/process/businessmen/kovrovoe_otkrytie_1 (дата обращения11.02.2017);

7. Louis Vuitton представили чемодан за 68 тысяч долларов - 2017. URL: https://lenta.ru/news/2017/01/25/trunk/ интернет источники (дата обращения11.02.2017);

8. «ЗЕЛЕНОЕ» ТАКСИ [электронный ресурс] - 2013. URL http://www.voxpopuli.kz/business/1416-zelenoe-taksi.html 27.11.2013 (дата обращения11.02.2017).

УДК 658.6:001.32
МРНТИ 06.71.57

З.У.Джубалиева[1]
Д.З.Сабиров[1]

[1]*Абай атындағы Қазақ Ұлттық Педагогикалық Университеті,*
Алматы қ., Қазақстан

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДА ТУРИЗМДЕГІ МАРКЕТИНГТІҢ ДАМУЫ

Аңдатпа

Осы мақалада Қазақстанның туристік нарығында жұмыс жасайтын кәсіпорындардың маркетингтік зерттеуі және олардың бәсекеге қабілеттілігін арттыру жолдары қарастырылған, сондай ақ туризмнің дамуына кедергі болып жатқан негізгі факторлар мен себептері келтірілген. Республикамыздағы туризмді дамытудың бірінші кезектегі факторлары қарастырылады. Сонымен қатар туризмді дамытудың басты жолдары және Қазақстандағы туризмді дамытуға әсер ететін негізгі экономикалық факторлар көрсетілген. Тұтынушылардың қажеттіліктерін білу жолдары келтіріліп,туристік аймақтың тартымдылығын анықтайтын факторлар айқындалған. Туристік саланың төмен деңгейде болуының себептері мен оған төніп отырған қауіптері талқыланған. Сонымен қатар шетелдік серіктестердің Қазақстан туризімнің дамытудағы ролі, турөнімді жылжытудың негізгі құралының бірі болып табылатын халықаралық көрмелер мен кездесулердің маңыздығы ашып көрсетілген. Туристік аймақтың тартымдылығын анықтайтын факторлар келтірілген.

Түйін сөздер: туризм, маркетинг, маркетингтік зерттеулер, туристік аймақ, виза, турист, туризм индустриясы.

З.У.Джубалиева[1]
Д.З.Сабиров[1]

[1] *Казахский Национальный Педагогический Университет имени Абая,*
г.Алматы, Казахстан

РАЗВИТИЕ ТУРИСТСКОГО МАРКЕТИНГА В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

Аннотация

В этой статье рассматриваются основные пути маркетинговых исследований компаний, работающих на рынке туризма, и повышение их конкурентоспособности, а также выявление основных факторов и причин для торможения развития туризма в государстве. Рассмотрены основные пути и факторы развития туризма в Казахстане. Показано как выявить потребности потребителей. Путешествие представляется как фактор, который определяет привлекательность региона. Обсуждены причины низкого уровня развития индустрии туризма и угрозы, с которыми приходится сталкиваться. В то же время, привлечение иностранных партнеров в развитие туризма является одним из основных инструментов продвижения туристского продукта. Раскрыта важность международных выставок и ярмарок для развития туризма. Определены основные факторы развития туризма. Также установлены основные факторы, определяющие туристическую привлекательность региона.

Ключевые слова: Туризм, маркетинг, маркетинговые исследования, туристский регион, виза, турист, индустрия туризма.

D.Z. Sabirov[1]
Z.U.Dzhubalieva[1]

[1]*Kazakh National Pedagogical University named after Abai, Almaty, Kazakhstan*

Abstract

DEVELOPMENT OF TOURISM MARKETING IN THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN

This paper examines the main ways for marketing research by the companies, operating in the tourism market, and improvement of their competitiveness, as well as identifying the main factors and reasons for the slowdown of development of tourism in the country. The basic ways and factors of development of tourism in Kazakhstan are also considered. It is shown how to ascertain consumer needs. Travelling is presented as a factor that determines the attractiveness of the region. There is also a discussion of the reasons for a low level development of the tourism industry and the threats being faced. At the same time, the involvement of foreign partners in the development of tourism is one of the main tools for promoting the tourist product. The importance of international exhibitions and fairs for tourism development is disclosed. The main factors of tourism development are determined. Also, it identifies the main factors that determine the attractiveness of the region.

Key words: Tourism, marketing, marketing research, tourism region, visa, tourist, tourism industry.

Туризм Қазақстанда нарықтық қатынастарды қалыптастыруда көптеген аспектілердің жетекшісі болып табылады. Халықаралық және отандық тәжірибе көрсеткендей, туризм қысқа мерзім ішінде экономиканың ең табысты саласына айналуы мүмкін. Жургізіліп отырған реформалар мен өзгерістердің методологиялық жоспарында туризм аясының ең тиімді және мақсатты бағытты саясатын таңдау маңызды рөл атқарады. Осы мақсатта туристік бизнестің дамуына, динамикадағы жеке сегменттердің қалыптасуына ретроспективті және ситуациялық талдау жасау керек.

Ендеше, осындай көкейтесті мәселені мемлекеттік дәрежеде жедел шешіп, экономикалық пайданы да, халықаралық қауымдастық алдындағы ел беделін де дұрыс пайдалану қажет. Республикамыз бойынша туризм, демалу және емделу зоналар жалпы ауданы 1,7 млн га жуық болады. Оның ішінде Батыс Қазақстанда 168,6 мың га, Солтүстік Қазақстанда 373,4 мың га, Орталық Қазақстанда 111,8 мың га, Шығыс Қазақстанда 453,8 мың га, Оңтүстік Қазақстанда 513,4 мың га. Қазақстанда туризмді дамытудың маңызды алғышарттарының қатарына күзетілетін табиғи объектілер және аң шаруашылықтары жатады.

Бүгінгі таңда Республикамызда 10 мемлекеттік қорық бар, әрине, олар КСРО кезінде құрылған болатын. Сондықтан да осындай көлемдегі қорығы бар жерлер Республикамызда туризмді дамытуға негіз береді деп есептеледі. Ақсу Жабағылы, Алматы, Барсакелмес, Қорғалжын, Марқакөл, Алакөл Наурызым, Үстірт қорықтары 803,4 мың га жерді алып жатыр, 2 табиғи парк (Баянауыл және Қарқаралы), 64 мемлекеттік аңшылық-шаруашылық фаунаны қорғайтын тапсырыс орындарының ауданы 6,1 млн га, 1,8 млн га созылып жатқан 19 мемлекеттік аң шаруашылықтары, 23,9 млн га жерге орналасқан 400-ден астам спорттық-аңшылық шаруашылықтары.

Осы аталған территориялардың барлығы Республикамыздағы туризмді дамытудың бірінші кезектегі қорлары деп қарастырылады. Қазақстанда туристік қызметке жүргізілген талдау әрбір кезеңдегі туризм дамуын жүйелендіруге және оның ерекшелігін көрсетуге мүмкіндік береді. 2009 жылы азаматтар саны, соның ішінде Қазақстан Республикасына келген шет елдік туристер саны 2507 адамнан жоғары болды, яғни шет елдік туристердің әлмдік ағымының 0,006%-ын құрады. Оларды қабылдаудан және қызмет көрсетуден түскен табыс 3 млрд. 312 млн. 924 мың теңге болды. Жалпы Қазақстанның туркызметтер экспортының көлемі халықаралық туризмнің 2,9 % үлесін алады және Қазақстанның ұлттық табысындағы туристік қызметтен түскен табыстың үлесі 2009 жылы 0,05 % құрады. Берілген мәліметтерден елдің туристік бизнесінде жағымсыз беталыс байқалатынын көруге болады, ол барлық туристік қызметтер түріне сұраныстың төмендуімен байланысты [3].

Қазіргі таңда Өзбекстан, Қырғызстан, Ресей сияқты көрші мемлекеттер Қазақстанды туристік көрсеткіштер бойынша артта қалдыруда.

Қырғызстан мен Өзбекстанның артықшылықтары туризм бұл елдерде басымды мемлекеттік саясат болып табылады. Бюджеттен тікелей субсидиялар, өкілетті органдардың жоғары мәртебесі, салық салудағы жеңілдіктер.Сонымен қатар туризмді дамытудың басты жолы – жарнама.

Туристер үшін Қазақстанда 700 саяхат бағыттары ұсынылады. Сонымен қатар, 32876 орны бар әртүрлі категориядағы 372 қонақ үйлер жұмыс істейді. Алматыда 4950 орны бар 25 қонақ үй бар.

Біріншіден, шетел азаматтары үшін визаның қымбаттылығы және келу визаларын тіркеу процедурасы.

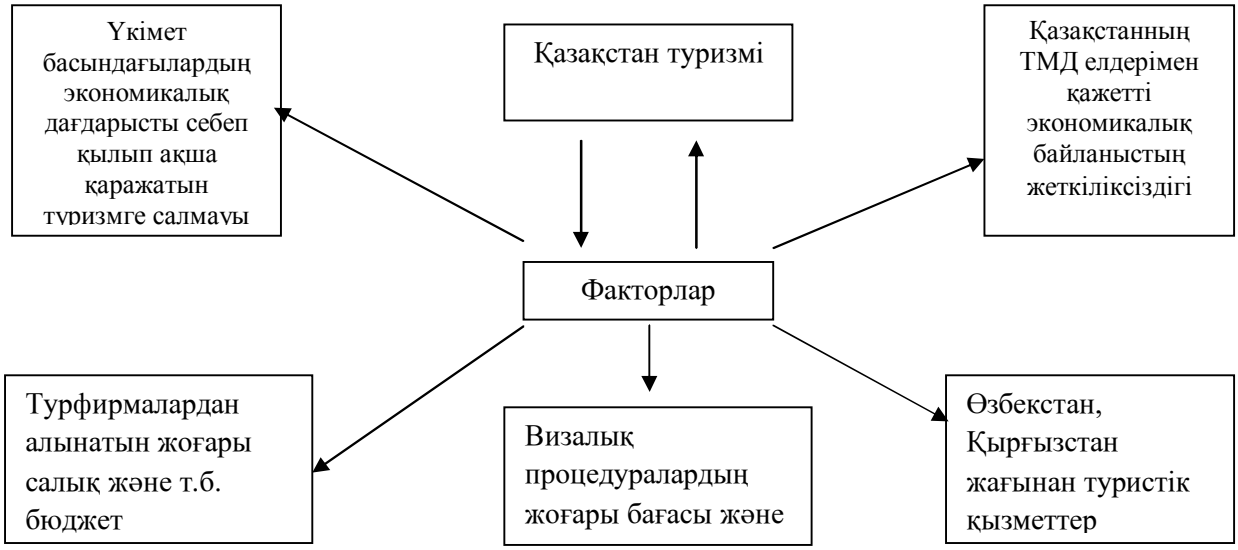
Екіншіден, турфирмалардан алынатын жоғары салық қойылымдары.

Үшіншіден, кедендік процедуралардың күрделілігі.

Төртіншіден, теңізге шығатын жолдың жоқтығы және елдің туризм объектісінің территориялық алшақтығы.

Бесіншіден, Үкімет басындағылардың экономикалық дағдарысты себеп қылып ақша қаражаттарын туризмге салмауы. Шетел азаматтары үшін виза мәселесін жеңілдету мақсатында Қазақстан Республикасының Шетел іс Министрлігі, туризм және спорт агенттігі, Ішкі Істер Министрлігі бірігіп, виза процедурасын жеңілдету бойынша эксперимент жүргізу туралы шешім қабылдады. Эксперимент Астана және Алматы қалаларының әуежайларында жүргізіледі [4].

Қазақстандағы туризмді дамытуға әсер ететін негізгі экономикалық факторлар келесі 1-ші суретте көрсетілген.



Сурет 1 – Қазақстандағы туризмді дамытуға әсер ететін негізгі экономикалық факторлар [4]

Тұтынушылардың қажеттіліктерін білу ең маңызды мәселе екені бәріне түсінікті. Осының мақсатында туристік фирмалар маркетингтік зерттеулер жүргізеді. Маркетингтік зерттеулердің негізгі бағыттары болып нарықтың сыйымдылығы мен конъюктурасы, тұтынушылары, бәсекелестер, жабдықтаушылар, делдалдар, өнім табылады. Туристік кәсіпорын маркетингі көптеген факторлар әсеріне байланысты (экономикалық, табиғи, әлеуметтік – мәдени және т.б.). Кәсіпорын маркетингі практикасындағы факторлар мен оларды қолданудағы күрделі өзгерістерді қарастыру керек. Мысалға, қазіргі кезде көптеген елдер бос уақытын спорт пен демалысқа кетіруге тырысады, туристік фирма іс-әрекетіне бейімделуге және туризм сферасындағы т.б. даму беталысын көрсету міндеті болып табылатын туристік маркетингті дамыту үшін жаңа перспективаларға жол ашады. Мысалы, Қазақстан Республикасында негізінен спорт, жүзу, аң аулау саласына бағытталған. Ғылым мен техниканың дамуы туристік қызметтің массалық өндірісінің құралдарын жетілдіруге мүмкіндік береді. Туризм индустриясындағы туристік маркетингке компьютерлік техниканы енгізу керек.

Туристік аймақтың тартымдылығын анықтайтын факторларға келесілерді жатқызуға болады: 1) аймақтың қолайлығы; 2) табиғаты және климаты; 3) келушілерге тұрғылықты халықтың қатынасы; 4)

аймақтың инфрақұрылымы; 5) бөлшек сауда жағдайы; 6) баға деңгейі; 7) спорттық және білім беру мүмкіншіліктері; 8) мәдени және әлеуметтік сипаттар.

Сондай-ақ, туристердің ағымының төмендеуіне әсер ететін басқа да мәселелер бар: 1) виза мәселелерімен байланысты қиыншылықтар. Визасыз кіріп-шығуға болатын елдер бар. Біз үшін осындай әкімшілік рәсімінің жеңілдеуі өте маңызды; 2) Қазақстан Республикасының туризм агенттігі «Hot Line» құру ісімен айналысуда. Егер турист кез-келген аймақта туристік сапармен жүрген кезде төтенше жағдай болса, арнайы жүйе арқылы қажетті көмек жөнінде ақпарат беруге мүмкіндік туады. Бұл әрине мәселенің ұшығуының алдын алады; 3) тұрақты негіздегі авиарейстің жеткіліксіздігі; 4) көрсетілген қызметтердің бағасының деңгейін олардың сапасына сай болмауы (тұру, тамақтану, көлікпен қамтамасыз ету және т.б.); 3) салық саясаты туризмнің дамуына кедергі жасайды, фирма туристерді жіберуге немесе қабылдаумен айналысатынына қарамастан туристік қызметке қосымша құн салығы салынады.

Қазақстан туризм саласына SWOT талдау жүргізетін болсақ, МЖМ алаңы – яғни, Қазақстан матрицада көрсетілген мықты жақтарын қолданып, туып отырған мүмкіндіктерді жіберіп алмауы тиіс. ҚР туристік ел ретіндегі басқа елдерге қарағанда бәсекелестік артықшылығы геосаяси жағынан өте ыңғайлы жерде орналасуы, туристік рекреациялық зоналардың, ландшафтардың, флора мен фаунаның алуан түрлігі, саяси тұрақтылығы, ілгері экономикалық дамуы, территориясында тарихи ескерткіштердің мол болуы және Ұлы Жібек Жолының бойымен орналасуы болып табылады. Аталып кеткен мықты жақтар Қазақстанда туризм саласының үлкен потенциалы бар екеніне көзімізді жеткізеді және соның әсерінен еліміздің алдында бірқатар мүмкіндіктер туғызады. Олар SWOT матрицасында келтірілген. Енді біздің мақсатымыз аталған мықты жақтарды пайдаланып, туып отырған мүмкіндіктерді жүзеге асыруға қол жеткізетін стратегия бойынша туризм саласын дамыту. Яғни, дамыту дегеніміз саланың алдында тұрған бірқатар мәселелер тізбегін шешу. Бұл мәселелер біздің әлсіз жақтарымыз болып табылады. Олар да SWOT матрицасында өзінің орнын тапты және ӘЖМ алаңында мүмкіндіктермен қиылысады. Осы алаңның мағынасы – мүмкіндіктерге қол жеткізу үшін әлсіз жақтарды жою керек. Сол мақсатта жүзеге асатын стратегиямен жұмыс істеуіміз қажет.

Сонымен қатар, туристік саланы мүлдем артқа қарай шегіндіріп тастай алатын бірқатар қауіптер де төніп тұр. Олар қатарына экология нашарлауы, саяси тұрақсыздық, экономикалық тұрақсыздық жатады. Аталған қауіптердің алдын алу үшін біз өзіміздің мықты жақтарымызды қолданып, олардың мүлдем көзін жоятын стратегия бойынша қызметті жүзеге асыру қажет. Бұл жағдай SWOT матрицасының МЖҚ алаңында туып отыр.

Туристік саланың төмен деңгейде болуының себептері мен оған төніп отырған қауіптері ӘЖҚ алаңында қиылысуда. Бұл алаңда біздің алдымызда тұрған мәселе - әлсіз жақтардан құтылу және қауіптерді әр қашанда қадағалау, өмірде өз көрінісін табуына жол бермеу. Сонда мықты жақтар әсерінен пайда болып отырған мүмкіндіктер жүзеге аысп, елімізге үлкен пайдасын әкелер еді.

Туристік кластер ядросы қызмет жабдықтаушылар болып табылады, басқа сөзбен айтқанда бұл шетел туристерін Қазақстанға шоғырландыру қызметтерін ұсынатын туристік агенттіктер. Қонақ үйлер, демалыс үйлері, көліук компаниялар да туристік бизнестің өте маңызды құраушылары болып табылады және туристік агенттіктермен ұсынылатын қызмет пекеттеріне енгізіледі.

Қызықтыру орындары туристік кластер картасының өте маңызды орнын алады, себебі олар тек туристер таңдауын ғана емес, сонымен қатар әрбір елдің ерекшеліктерін де көрсетеді.

Қазақстанның бәсекелестік артықшылығы өзгеше мәдениетінде (тарихи туризм), көркем жабайы табиғатында және спорттық туризм мен экстремалды туризм сияқты белсенді демалыс түрлерімен айналысуға мүмкіндіктің бар болуында жатыр.

Келушілер де туристік кластердің маңызды бөлігі, туристік кластер картасы тапсырыс берушінің қалауына байланысты өзгеріп отырады.

Туристік қызметтердің жанама жабдықтаушылары мейрамханалар мен туристердің қауіпсіздігімен айналысатын мекемелер. Қазіргі таңда аталған сектордың туристік агенттіктермен байланысы қажетті деңгейдік емес.

Туристік кластер дамуының қажетті құраушысының бірі білім беру мекемелері, салалық ассоциациялар және мемлекеттік мекемелер. Білім беру мекемелері туристік кластерге қажет мамандары даярлаумен шұғылданады.

Туризм индустриясын дамыту мақсатында біртұтас мемлекеттік саясат жасалған. Білім беру, мәдениет және денсаулық сақтау министрлігінің туризм және спорт комитеті Республиканың заң базасына сүйеніп, 2030 жылға дейін саланың дамуының стратегиялық бағдарламасын және «Жібек жолының тарихи орталықтарын өркендету» мемлекеттік бағдарламасын жасады.

Елбасымыздың жолдауында ең бірінші мәселе болып туризм мәселесі қойылды. Бұл стратегияда туризмнің даму жолдары мен көздерін қарастырып, оның іске асуын қадағалау керектігі жазылады [5].

Қазақстан өзінің туристік өнімімен халықаралық нарыққа шыққанына көп уақыт болған жоқ. Сол себептен, қазақстандық туристік өнімі өмір сүру шеңберінде енгізу кезеңінде тұр. Бұл кезеңде маркетинг шараларын өте белсенді түрде қолдану керек, дәлірек айтсақ, туристік өнімі жайлы әлуетті туристерді ақпараттандыру деңгейін көтеру керек, яғни Қазақстан туризм үшін өте қолайлы жер деген ойды тұтынушылар санасында жайғастырып, туристік өнімнің имиджін құруымыз қажет. Ішкі туризмнің тұтынушылары болып табылатын республикамыздың азаматтарының да қазақстандық туристік өнім жайлы ақпараттану деңгейі жоғары емес. Қазіргі таңда алыс шетелге шығуға мүмкіндігі жоқ, бірақ көршілес елдерге туристік сапармен баруға жағдайлары келетін халық үлесі елеулі болып отыр. Осы тұтынушылардың өзіміздің туристік өнімізге қызығушылықтарын арттырып, тартып алуымызға қазіргі таңда өте қолайлы жағдай туып отыр. Көршілес мемлекеттерде саяси жағдайдың тұрақсыздығы біздің ішкі туризм көрсеткіштеріне оң әсерін тигізе алады. Сондықтан, қазіргі уақытта туристік ел ішінде белсенді түрде дәріптеуіміз қажет болады.

Сонымен қатар шетелдік партнерлар ақпатар көзі болуы мүмкін. Олар бәсекелестер жіберген туристік лектерілңкөлемі кандай екенін және олар қандай қаладан келгендігі, қандай қосымша қызметтермен пайдаланғандағы жайлы ақпарат беруі мүмкін.

Бәсекелестер туралы ақпарат жиналып, талданып есеп түрінде туристік фирма басшылығына беріледі. Өйткені, туристік фирмалардың мақсаты бәсекелестерге қарағанда жақсырақ жұмыс жасау болып табылады, олар бәсекелестерінің кемшіліктерін табу арқылы өзінің жұмыс ында оларды болдырмауға тырысуы қажет. Бәсекелестерге қатысты тур фирмалардың белгілі бір стратегия, бағалық саясат және маркетинг кешенінің бір құралы қолданылады [6].

Агенттік тораппен жұмыс жасау маркетинг бөлімінің маңызды мәселесі болып табылады. Агеттік торапқа турфирмамен келісім шартқа отырған барлық турагенттіктер, жеке кәсіпкерлер және ұйымдар кіреді. Маркетинг бөлімінің агенттік торапқа жауап беретін қызметкерлері агенттер туралы көрсеткіштер базасын жүргізуі тиіс.

Агенттік тораптың мүшелеріне турфирманың ұсынатын қызметтерінің пакеттері жіберіледі (каталогтар, брошюралар және олардың электрондық түрі т.б.). Агенттер барлық керекті ақпаратпен қамтылуы тиіс.

Сонымен қатар, маркетинг бөлімінің қызметкерлері агенттердің жұмысы нәтижелері туралы есеп жүргізіп отыруы тиіс.

Агенттік тораптың мүшелерінің жұмысын ынталандыру мақсатында бонустар жүйесі енгізілуі тиіс, әрбір жіберілген турист белгілі бір ұпай әкеледі. Ұпайлардың белгілі бір мөлшері бонустық жүйенің бірінші, екінші және үшінші орындарға шығуға мүмкіндік береді. Бұл коммисиондық марапаттаудың 3 деңгейін қарастыруға мүмкіндік береді. Төменгі деңгейдегі коммисиялық марапаттау 5 - 7 %, ең жоғары деңгейде - 10 - 12 %. Бонустарды санау және коммисиондық марапаттау мөлшерін орнату маркетингтік бөлімнің қызметіне кіруі керек.

Турөнімді жылжытудың негізгі құралының бірі болып, халықаралъқ көрмелер мен кездесулерге қатысу болып табылады. Олар турөнімге ғана емес және турфирмаға назар аударуға мүмкіндік береді. Маркетингтік бөлімнің мұндағы қызметі болып жатқан, болашақта болатын кәсіби көрмелер туралы ақпарат жинау болып табылады. Осыған байланысты екі стратегиялық бағыт орнатылады - біреуі әлуетті агенттерді бірге жұмыс істеуге тарту («ризһ») және екіншісі тұтынушыларға бағытталған («pull»). Кәсіби көрермендер көрменің үшін бірінші күн арналады [7].

Көрмеге турфирманың өнімін көрсететін жарнамалық материал дайындалады. Көрмеге дайындалу кезінде шетел тілдерінде визиттік карточкаларды қажетті көлемде дайындайы қажет. Ең негізгісі жарнамалық стендті жасауы қажет.

Туристік көрмелерге қатысудың екі мақсаты бар: 1) партнерлік байланыстарды және агенттік торапты кеңейту; 2) өзінің өнімдеріне түпкілікті тұтынушыларды тарту.

Стендте жұмыс істеу үшін турфирма ең көзге түсімді, әрі пысық қызметкерлерін қояды. Олар шетел тілдерін білуі қажет. Стенд - турфирманың қызметі жайлы толық мәлімет беретін витрина.

Туроператорлармен жұмыс істеуге агенттерді тартудың тағы бір құралы презентацияларды ұйымдастыру. Презентация кәсіби көрме жұмыс істеп жатқан күндері, аумақтардағы жаңа филиалдардың ашылуына байланысты немесе туристік мерзімнің ашылуымен байланысты ұйымдастырылады. Презентацияны ұйымдастырумен маркетинг бөлімі айналысады. Презентация салтанатты түрде мейрамханаларда, клубтарда жүргізіледі.

Ұйымдарға демеушілік көмек, Турфирмалар әртүрлі қоғамдық шараларда демеуші ролін атқаруы болады. Маркетинг бөлім елде, қалада қандай шаралар өтіп жатқандығын іздестіріп, ол жерлерге қатысу туралы шешім қабылдайды. Негізі қоғамдық өмірде мағызы бар және БАҚ - да үлкен резонанс алатын оқиғаларға демушілік жасайды.

Оперативті маркетинг. Турфирманың маркетингтік бөлімі агенттік торап арқылы және Интернет жүйесі арқылы жүргізілетін барлық сатулардың мониторингін жүргізеді. Сатулардың жүргізілуінің бағытын бақылау мақсатында есеп беру бланктары жасалады [7].

Жарнамалық қызмет. Турфирманың жарнамалық қызметін жүргізудің негізгі бағыттары болып жарнамалық стратегияны және медиажоспар жасау, медиажоспардың орындалуын бақылау, БАҚ - да жарнаманы ұйымдастыру, каталогтар жасау, пресс - конференцияларды жүргізу және т.б. жарнамалық әрекеттер.

Шетелде турөнімнің жарнамасымен тек турфирмалар ғана емес, сонымен қатар, федералды және жергілікті құрылымдар, қонақ үйлер, театрлар, мұражайлар, тематикалық парктер, мейрамханалар және басқалар. Мысалы, Голландиядағы қызғалдақтардың өскендері жайлы БАҚ - ғы күшті жарнама арқылы білуге болады. Аты әйгілі Кекенхоф өзінің ғажайып гүлдері бар брошюраларын элемнің түпкір - түпкіріне жібереді. Бұл брошюраларда парктың тарихы туралы, қандай көлікпен ол жерге жетуге болатындығы және бағаларының қандай екендігі туралы толық ақпарат бар. Қазіргі кездегі турфирманың қызметі нарықтық ортада жүргізіледі. Сұраныс пен ұсыныс қаңдары, еркін бәсекелестік турфирманы нарықтық ойынға бас ұруға әкеледі. Маркетинг фирмаішілік және сыртқы орта шындығымен байланыстыратын механизм болып табылады. Ол нарықтың конънктурасы, нарықтағы бәсекелестер, туристік лектерің бағыттары, туристік өнімнің өзгеруі, тұтынушылардың талғамы мен көзқарасының өзгерісі жайлы ақпапарат береді .

Туристік аймақтың тартымдылығын анықтайтын факторларға келесілерді жатқызуға болады: 1) аймақтың қолайлығы; 2) табиғаты және климаты; 3) келушілерге тұрғылықты халықтың қатынасы; 4) аймақтың инфрақұрылымы; 5) бөлшек сауда жағдайы; 6) баға деңгейі; 7) спорттық және білім беру мүмкіншіліктері; 8) мәдени және әлеуметтік сипаттар.

Сондай - ақ, туристердің ағымының төмендеуіне әсер ететін басқа да мәселелер бар:

1 виза мәселелерімен байланысты қиыншылықтар. Визасыз кіріп – шығуға болатын елдер елдер бар. Біз үшін осындай әкімшілік рәсімнің жеңілдеуі өте маңызды.

2 Қазақстан Республикасының туризм агенттігі «Hot Lіne» құру ісімен айналысуда. Егер турист кез - келген аймақта туристік сапармен жүрген кезде төтенше жағдай болса, арнайы жүйе арқылы қажетті көмек жөнінде ақпарат беруге мүмкіндік туады. Бұл әрине мәселенің ұшығуының алдын алады.

3 тұрақты негіздегі авиарейстің жеткіліксіздігі

4 көрсетілген қызметтердің бағасының деңгейін олардың сапасына сай болмауы (орналастыру, тамақтану, көлікпен қамтамасыз ету және т.б.

5 салық саясаты туризмнің дамуына кедергі жасайды, фирма туристерді жіберу немесе қабылдаумен айналыстынына қарамастан туристік қызметке қосымша құн салығы салынады.

6 Туризм саласы дамыған елдердің тәжірибесі көрсеткендей тек шетелдік туристерді қабылдайтын туристік фирмалар ғана ел экономикасына пайда әкеледі [8].

Қазақстан Республикасында кәсіпорындардың жұмыс жасауына, туризмнің дамуына әр түрлі себептерін ашып көрсетілді.Сонымен қатар жарнаманың орны ерекше екенінде ұмытпаған жөн.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі

1. Рекламное агентство. [электронық ресурс] - 2012. URL: http://www.semstar.com/almaty/330.html (дата обращения 02.02.2017).

***2.** Маркетинг в туризме [электронық ресурс] - 2012. URL: http://tourlib.net/books_tourism/papiran.htm (дата обращения 02.02.2017).*
3. Безрутченко Ю.В. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме: Учебное пособие, 2-е изд.(изд:2) / Ю.В. Безрутченко. - М.: ИТК Дашков и К, 2016. - 232 с.
4. Абабков Ю.Н. Маркетинг в туризме: Учебник / Ю.Н. Абабков, М.Ю. Абабкова, И.Г. Филиппова; Под ред. проф. Е.И. Багданова. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 214 с.
5. Дурович А.П. Маркетинг в туризме: Учебное пособие / А.П. Дурович. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2012. - 316 с.
6. Котлер Ф. Маркетинг. [электронық ресурс] – 2010. URL: www.marketing.by/../0034347/ (дата обращения 1.02.2017)
7. Бутко И.И. Маркетинг в туризме: Учебное пособие, 2-е изд. / И.И. Бутко, В.А. Ситников, Е.А. Ситников. - М.: ИТК Дашков и К, 2014. - 416 с.
8. Есімжанова С.Р. Маркетинг. Оқулық. / С.Р Есімжанова– Алматы: Эко-баспасы, 2005. – 255с

УДК 339.138 (574)
МРНТИ 06.71.51

А.С.Смагулов[1]
Н.С. Мойтапова[1]

[1] *Абай атындағы Қазақ Ұлттық Педагогикалық Университеті* **,** *Алматы қ., Қазақстан*

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНЫҢ ҚЫЗМЕТ КӨРСЕТУ САЛАСЫНДАҒЫ МАРКЕТИНГТІК ҚЫЗМЕТТІ ҰЙЫМДАСТЫРУ

Аңдатпа

Мақалада нарықтық экономикада маркетингтің рөлі, яғни кәсіпорындағы маркетингтің рөлін және Қазақстан Республикасының қызмет көрсету саласындағы маркетингтік зерттеулерді талдау, маркетингті қалай ұйымдастыру мен жоспарлау керек екендігін қарастырылған, сондай ақ кәсіпорындағы маркетингтік қызметті ұйымдастыру.

Қазақстан Республикасындағы маркетингтің қызметін ашу, атқаратын қызметін талдау, маркетингке әсер ету бағыттары мен әдістерінің жиынтығын біріктіретін маркетинг кешенін әзірлеуді талдап қарастырылған. «Қазпочта» Акционерлік қоғамының құрылымын, оның нарықтағы рөлі мен ерекшеліктері, сонымен қатар қызмет көрсету саласын дамытудағы басты жолдары және Қазақстандағы қызмет көрсетуді дамытуға әсер ететін негізгі эканомикалық факторлары көрсетілген.Тұтынушылардың қажеттіліктерін білу жолдары,«Қазпочта» Акционерлік қоғамының маркетинг қызметін ұйымдастыруды жетілдіру, маркетингтік ортасын әзірлеуоның нарықтық мүмкіндіктерін талдауды анықтайтын факторлар айқын анықталған.

Түйін сөздер: Нарықтық конъюнктура, маркетинг, ақпараттық – консалтинг, сауда-делдал,бәсекеге қабілеттілік,экономиканың дамуы.

А.С.Смагулов[1]
Н.С. Мойтапова[1]
[1] *Казахский Национальный Педагогический Университет имени Абая ,г.Алматы, Казахстан*

ОРГАНИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ УСЛУГ В СФЕРЕ УСЛУГ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

Аннотация

На сегодняшний день, сфера услуг в нашей стране по интенсивности роста по количеству возникновения новых услуг рынка потребителей, их нужд и опережает по адаптации производственной сферы.. В статье рассматриваются вопросы организации маркетинговых услуг в сфере услуг, роль маркетинга в Республики Казахстан. Обзор структуры АО «Қазпочта», его роли и особенности на рынке. Подготовка маркетинговой среды и определение рыночных возможностей предпринимательства в сфере услуг. А также, анализ спроса оказываемых услуг, прогноз возможных изменении и подготовка целевого рынка. В связи с этим для разработки политики и стратегии обслуживания предприятий сферы услуг возрастает роль маркетинга услуг как инструмента реализации услуг.

Анализ подготовки маркетингового комплекса, который объединяет направлении и методы маркетингового влияния.

Ключевые слова: рыночная конъюнктура, маркетинг, информационный консалтинг, торговый посредник, конкурентноспособность, развитие экономики

Smagulov A.S.[1]
Moytapova N.S.[1]
[1]*Kazakh National Pedagogical University named after Abai, Almaty, Kazakhstan*

ORGANIZATION OF MARKETING SERVICES IN THE FIELD OF SERVICES OF REPUBLIC OF KAZAKHSTAN.

Abstract

Today,the service sector in our country in growth rate, the number of the emergence of new service industry market customers and their needs in adapting overtaking on.The paper deals with the organization of marketing services in the field of services, the role of marketing in the Republic of Kazakhstan. Overview of the structure of Joint stock company «Қazpochta», its role and features on the market. Preparation of marketing environment and the definition of market opportunities in the service business. Also, analysis of the demand of services, forecast possible changes and preparation of the target market.

Analysis of the training of the marketing mix that combines the direction and methods of marketing influence.

Keywords: market conjuncture,marketing, information consulting, reseller, competitiveness, economic development

Маркетингтік қызметті ұйымдастыру кәсіпорындағы қызмет көрсету саласы мен оның ішкі ұйымдастырушылық жағдайына байланысты болады. Кәсіпорынның маркетингтік қызметін ұйымдастырудың басы ерекшеліктері ол – еңбастысы кәсіпорынның маркетингтік қызметтерінің өте жақсы ұйымдасқандығы. Нарықтық экономикасы дамыған елдерде маркетинг кәсіпорынның нарықтық және өндірістік стратегиясын анықтайтын басқарудың басты пердесі ретінде қаралады. Осы жағдайға байланысты ол нақты тұтынушылардың, нақты зерттеу мен болжау негізінде мол табыс табуға, сыртқы шығарушы кәсіпорынның ішкі және сыртқы нарықтың қазіргі жағдайын және оның болашағын білуге бағытталады. Сонымен бірге, кәсіпорынның маркетинг бәсекелесін зерттеу, баға саясатын қамтамассыз ету, өнім өткізу мен жарнамалауды ынталандыру, тауарларды өткізуді тиімді ұйымдастыруды жолға қою сияқты тағы басқа да шаралар жатады.

Дүниежүзінде қызмет көрсету саласы экономиканың ең жылдам дамушыларының бірі болып табылады. Өсу қарқыны бойынша және қызметтердің жаңа түрлерінің пайда болуы бойынша — экономиканың бұл саласы өндірістік саланы басып озуда, осығанорай қызмет көрсету саласы – жұмыс істеу тағайындалуы осы қоғамдық өндіріс жүйесінде, өндірісте және қызметтерді өткізумен қатар халыққа жағдай жасаумен көрсетілетін қызметтің салаларыаясы мен түрлерінің жиынтығын көрсетеді [1].

Қазақстан Республикасындағы қызметтер саласының жылдам дамуы 1990 жылдары бастау алған. Қызмет көрсету саласының индустриалды дамыған елдердегі олардың күйімен салыстырғанда

қалыс қалатынына қарамастан, соңғы онжылдық ішінде қызмет көрсету саласы экономиканың дербес секторына айналды.

Бүгінгі таңда қызмет көрсету саласы дамыған елдер экономикасындағы тез дамып келе жатқан секторлардың бірі. Индустриалды дамыған елдердің жалпы ұлттық өнімінде қызмет көрсету үлесі 2/3-тен 3/4-ке дейін жетеді. АҚШ-тағы бұл сала болжам бойынша жақын жылдары барлық жаңа жұмыс орындарының 90%-ын қамтамасыз ету керек.

Қазақстанда қызмет көрсетудің жаңа түрлері пайда болып, осы сектор үдемелі қалыптасуда. Олардың ішінде, ең дамығандары сауда,делдалдық, ақпараттық-консалтингтік, қонақүйлік, туристік, банктік, сақтандырушылық, зейнеткерлік және дәстүрлі емес әлеуметтік сипаттағы қызметтер болып табылады.

Қазақстан экономикасындағы қызметтердің келешегі шағын және орта бизнестің, қоғамдық тамақтану мен қонақ үй шаруашылығы саласындағы бірлескен кәсіпкерліктің, делдал-коммерциялық қызмет, көтерме және бөлшек сауданың жаңа нышандарының, халықаралық туризмнің дамуына байланысты. Осыған орай, қызмет секторы кәсіпорындарының саясаты мен стратегиясын әзірлеп, іс жүзіне асыру құралы ретінде қызмет көрсету маркетингінің рөлі арта түсуде.

Қызмет көрсету саласының қарқынды дамуы және осы нарықтағы бәсекелестіктің өршуі қызмет көрсету маркетингінің пайдаболуына әкеп соғады. Оның тәсілдері мен әдістері, қағидалары тауарлар маркетингімен ұқсас болғанымен, кейбір айырмашылықтары да бар. Мәдени ортаның факторлары қызмет көрсету аясында көптеген проблемаларды туғызуға қабілетті. Мәдени айырмашылықты бағаламау, мысалы, АҚШ пен Франция арасындағы, өз уақытында Уолт Дисней компаниясы үшін проблема болып табылды.

Қызмет көрсету саласының кәсіпорындары үшін нарықтық экономикаға өту стратегиялық міндет болып нарықтағы тұрақтылықты сақтау болып табылады. Қазіргі халыққа қызмет көрсету кәсіпорындарымен қоса оларға бәсекелестік жасайтын, қызмет көлемін өсіретін жаңа қызметтер кәсіпорындарының қалыптасуы өте маңызды.

Осыған сәйкес Қазақстан Республикасындағы қызмет көрсету саласының даму мүмкіндіктері мен келешектерін қарастырамыз.

1. Ақылы қызмет жүйесінің қарқынды дамуын атап өту керек. Ақылы қызмет көрсетудің беталысының күшеюі байқалады және онда денсаулық сақтаудың, білімнің, мәдениеттің, өнердің, тұрғын үй-коммуналдық шаруашылық пен байланыстың қызметінің үлесі артты.

2.Шаруашылықты жүргізудің нарықтық жүйесінің қалыптасу жағдайларында, байланыстырушы буын ретінде, сауданың рөлі артады. Осы саладағы тауар айналымының, нарықтың тауарлармен толығуымен және халықтың сатып алу қабілеттілігінің құдырауы, өсу қарқынының азаюына қарамастан, шаруашылықтың бұл саласындағы келешегі зор болады және маңызды мүмкіндіктерге ие.

3. Статистикалық деректерді талдаулар негізінде, демалыстың жан-жақты дамыған индустриясын жасау есебінен санаториялық-курорттық қызмет көлемінің өсуінің маңызды келешегі туралы қорытынды жасауға болады.

4. Көрсетілетін қызметтер құрылымында радикалдық ығысулар өтуде. Шешімдер қабылдауда және кәсіпкерлік тәуекелдікті төмендету үшін ақпаратты қажетсінудің артуымен, ақпараттық және кеңес беруші қызметтердің үлесі жоғарылайды.

5. Ары қарай кеңею, жаңа қажетсінулердің пайда болуы және жұмысшы күшін өндірістік сектордан босату оның қызмет көрсету секторының ағылуына жағдай жасайды, ол елдің экономикасындағы қызмет көрсету саласының үлесін кеңейтеді [2].

Маркетинг қызметі — бұл тапсырыс берушілердің мұқтаждары мен қажетсінулерін айқындауға бағытталған, қызметтерді әзірлеу, жылжыту және өткізу процесі. Ол тұтынушыларға кәсіпорын қызметін бағалауға және дұрыс таңдау жасауға көмекке береді.

Қызмет нарығы басқа нарықтарға ұқсас. Қызмет нарығының тауарлар нарығынан айырмашылығы қызмет ерекшеліктерімен шартталады: олардың сезілмейтіндігі, сақтауға жарамсыздығы, өндірістің және тұтынудың үздіксіздігі.Қызмет көрсетумен айналысатын кәсіпкерлер үшін, тиімді маркетингті жүзеге асыру үшін олардың дербестігін ескере отырып, қызметтің табиғаты мен мәнін түсіну керек.

Қазақстан Республикасының қызмет көрсету саласындағы маркетингтік қызметті ұйымдастыру барысында «Қазпочта» АҚ кәсіпорнын мысалға алсақ болады [3].

Кәсіпорын болашақта өзінің қызмет салаларының жетілуі үшін әр түрлі шетелдік техникамен техналогиялардың көмегіне жүгініп отыр. Кәсіпорын өзін нарықта бірінші орында ұстауы, ол тек кәсіпорынға ғана байланысты емес, яғни білікті мамандардың да болуы. «Қазпочта» АҚ өз қызметін атқару барысында қызметкерлердің қауіпсіздігін де қамтамассыз етіп отырады. Кәсіпорынның маркетингтік қызметін ұйымдастырудың жетілдіру бағыттары, ол почта, банктік қызмет нарығында өзінің жетік қызмет көрсету және ерекше стратегиялық жоспарымен алға ұмтылуы. Әмбебап почта қызметі,бүкіл әлемдегі адамдар арасында тиімді байланыс жасау мақсатында әмбебап қызметінің бағасы бойынша сапалы әрі қол жетімді жаппай байланыс ұйымдастыруы. Қызмет сапасы және почта желісінің тиімділігі, клиенттерге сенімді және қол жетерлік почта қызметін көрсету үшін оның қауіпсіздігін қамтамассыз ету кезінде халықаралық почта желісінің сапасын жақсарту және тиімділік деңгейін көтеру. Нарық және нарықтарды терең зерттеу және оардың дамуына жәрдемдесу жолымен клиенттердің сұранысын қанағаттандыру.

Қазпочта почталық қызметпен қатар почтаның пайдалылығын және тұтынушыларға қызмет көрсету сапасын көтеруге мүмкіндік берген қаржылық қызметтерді көрсетеді. Қазпочта Банк қызметін (несие беруден басқа), оған қоса брокерлік және дилерлік қызмет көрсетуге берілген, ҚР Ұлттық банкінің лицензиясы негізінде өз клиенттеріне көрсететін қызмет түрлерін едәуір кеңейтті.

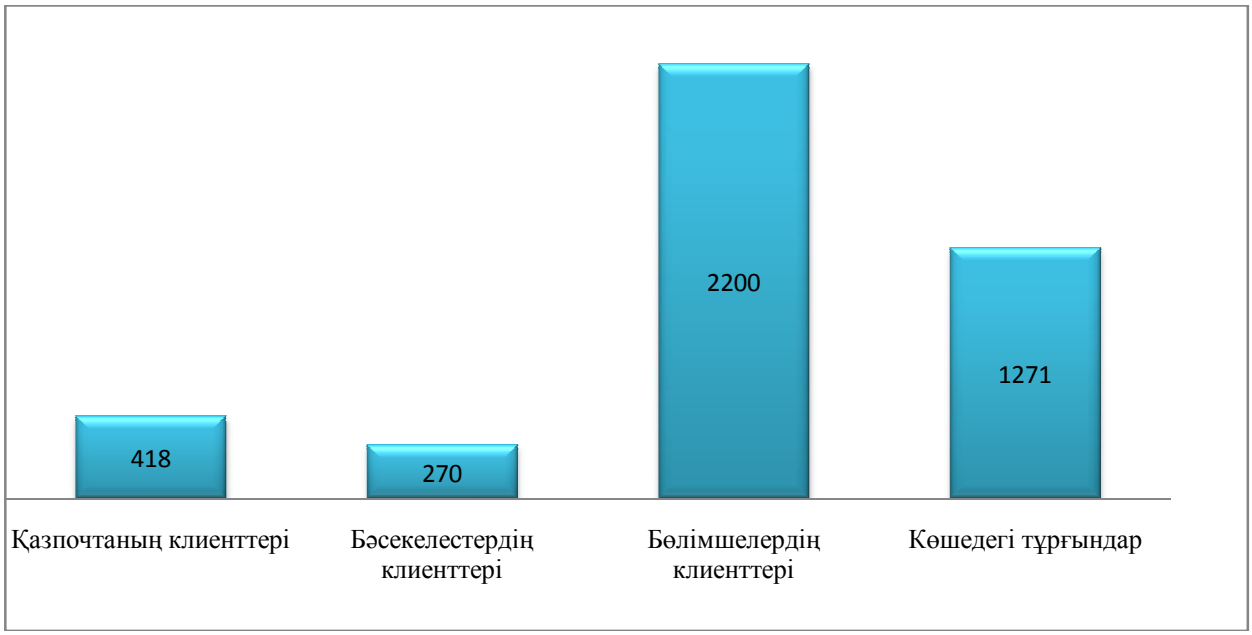
Қазақстан почтасы өз қызметінде логистикалық құрамды үлкен тірек етуді жоспарлап отыр. Сонымен қазіргі почта хаттарды, жүктерді, ақпараттық және қаржылық ағындарды жеткізу сияқты функцияларды ойдағыдай іске асырып келеді.

«Қазпочта» АҚ маркетингтік қызметтерінің бірі, Курьерлік, қаржылық және почта нарығындағы маркетингтік зерттеулер. Маркетингтік зерттеудің мақсаты Қазақстан Республикасындағы болашағы үлкен бизнесті бағалау арқылы Қазақстандағы курьерлік, қаржылық және почта нарығын қарастырып өту.

Зерттеу барысында эксперттік сұрау әдісі ұйымдастырылған және жүргізілген, қоғамдық тұтынушылардан, бәсекелестерден және тұрғындардан анкета алу әдісін қолданады. Ақпараттарды жинау, екінші ретті мәліметті жинау, берілген статистикалық мәліметтер(дұрыс сандық ипаттамалар) нарықта зерттелді.

Сондай-ақ, жай болжанатын таңдау сертификациясында қолданған. Негізгі таңдауға респонденттердің географиялық орнын анықтау көмектесті [4].

4159 респонденттер санының көбі почталық қызмет, бандерольдарды және жіберулер, үлкен көлемдегі жүктер, қаржылық қызметтер туралы Қазақстан Республикасының аумағында қолданысқа түсетін жеке және заңды тұлғалардың қолданатыны жөнінде сұралған.

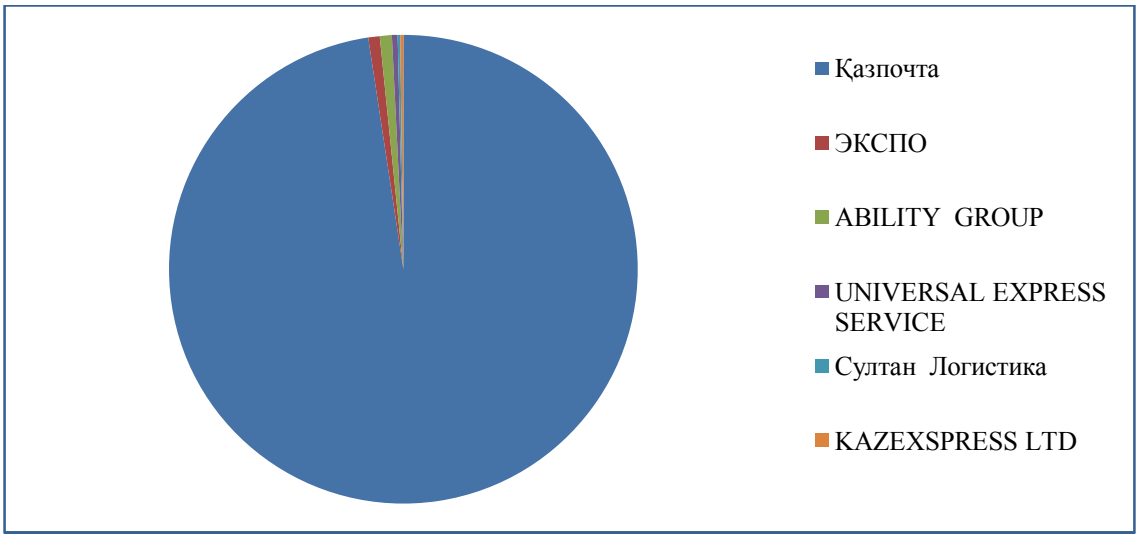


Сурет1 – «Қазпочта» АҚ-ның курьерлік, қаржылық және почта нарығынның негізгі көрсеткіштері

Бұл суретте жеке және заңды тұлғалардыңжасалған қызмет әсерлері қарастырылған. Ең көп өсу аймағы жеке тұлғаларға бөлімшелердің клиенттері арқылы қызмет көрсетудің жоғарғы нәтижесін көрсетеді.

Қазақстан Республикасының банктік заңнамасы қарастыратын операцияларды жүзеге асыру лицензиясы, сонымен қатар бағалы қағаздар нарығында номиналды ұстаушы ретінде клиенттер шотын басқару құқығымен брокерлік-дилерлік қызмет ету және трансфер-агенттік қызмет лицензияларына сәйкес «Қазпочта» АҚ кең ауқымда қаржылық қызмет көрсетуді жүзеге асырады:

- депозиттер;
- заңды тұлғалар / жеке тұлғаларға банктік шот ашу және жүргізу;
- ақшааударымдары;
- банкноттар, монеталар мен құндылықтарды инкассациялау және жіберу;
- бюджеттік мекемелердің қызметкерлеріне еңбекақы мен басқа да төлемдерді төлеу;
- зейнетақы, жәрдемақы және өзге әлеуметтік төлемдер төлеу;
- салық және басқада төлемдерді қабылдау;
- коммуналдық төлемдерді қабылдау;
- төлем карточкалары қызметін көрсету;
- валютаны сату / сатып алу операциялары бойынша (Қазақстан Республикасы валютасы, еркін конверттелетін және жұмсақ валюталар);
- қолма-қол шетел валютасымен байланысты айырбас операцияларын ақшаны клиентке жеткізуге дейін ұйымдастыру;
- нарыққа ақша тарту мен орналастыру;
- құнды қағаздарды номиналды ұстау мен брокерлік қызмет көрсету бойынша қызмет крсету;
- трансфер-агенттік қызметтер.



Сурет 2– «Қазпочта» АҚ – ң нарықтағы үлесі

Бұл суретте Қазпочтаның алатын үлесі – 97,7%, Экспо – 0,8 %, ABILITY GROUP - 0,8 %, Universal Exspress Service - 0,4 %, Сұлтан Логистикасы - 0,2 %, KAZEXPRESS LTD - 0,2 % болып отыр.

Қазпочтаның маркетингтік бөлімшесі өз ісінің маманы болып табылады. Кәсіпорындағы маркетинг бөлімшесі күнделікті тұтынушылармен жұмыс жасап, олардан анкета, сұрақ-жауап алып кәсіпорынның белгілі кемшіліктері мен жетістіктерін бағалайды. «Қазпочта» АҚ маркетингтік орталығы өте тығыз байланысқан бір жүйе, кәсіпорын өз жұмысымен табысын арттыру үшін алдын ала болжам жасап, дүние жүзілік дағдарыстан құтылудың болжамдарын жасаған. Қазіргі кезде

«Қазпочта» АҚ алға жылжу мақсатымен, өзінің бәсекелестері ортасында және де бірнеше шет елдік бәсекелестерінің де алдын алуда.

Кесте 1 - «Қазпочта» АҚ-ның 2012-2015жж. банк атқаратын қызмет түрлерінің қаржылық көрсеткіштерінің нарықтағы үлесі %-бен

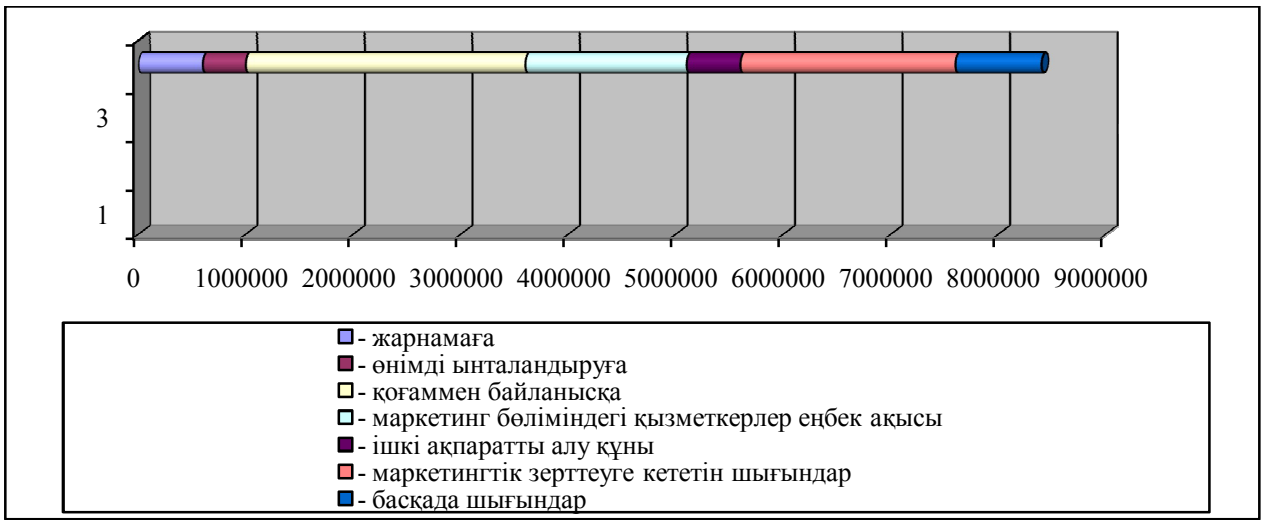
№	Қызметтің аты	2012	2015
1	Депозиттер	0,4	0,6
2	Коммуналдық қызмет төлемдері	25	27
3	Салықтық төлемдер	25,2	27
4	Жалақыны төлеу	4,3	4,4
5	Зейнетақы мен жәрдемақыларды төлеу	49	53
6	Шығарылған карточкалардың көлемі	0,3	0,5

Кесте2- «Қазпочта» АҚ-ның 2012-2015жж. почталық қызметтердің нарықтағы лесі %

№	Қызметтің аты	2012	2015
1	Хаттық корреспонденция	99	99
2	Кезекті басылымдар	97	97
3	Жіберулер (посылкалар)	95,1	98,5
4	EMS-қызметтері	14,3	20

Осы берілген екі кестеге тоқтала кетсек, «Қазпочта» АҚ маркетингтік ортасы тек осымен ғана шектеліп қоймайды. Кәсіпорында көптеген қызмет түрі кездеседі,соған байланысты «Қазпочта» АҚ өзінің қызметкерлерінің сапалы жұмыс істеуіне қажетті жағдайларымен қамтамассыз еткен. Осы портфельдік анализ – кәсіпорынның өсу қарқынының және әрбір қызмет көлемін бизнес бағытқа өзгерту туралы қаржылық көмек беру портфелдік қызмет шегінде көрсетілді.

«Қазпочта» АҚ маркетингтік қызметін ұйымдастырудың стратегиялық жоспары бойынша,компанияның бюджетін дайындау. Ал бюджеттік қызметті бюджеттік комитет басқармасы шешеді. Бюджеттік комитетте кәсіпорынның қаржылық саясатын реттеу және іске асыру мақсатында құрылады. Негізінде ең керекті тапсырмаларды және басқа да бюджетке байланысты мәліметтерді өңдеу және іске асырумен айналысады.



Сурет 3 – «Қазпочта» АҚ-ның қызмет салаларының көрсеткіштері

Берілген суретте «Қазпочта» АҚ-ның қызмет көрсету салаларына байланысты ең төменгі шығындар көрсеткіші. Бұл суретте млн.теңгемен есептелген. Компания даму стратегиясын мақсат етіп, келешекте Қазақстанның почта қызметі нарығында өз орнын ұстана бермекші [5].

Жоғарыда айтылғандай, кәсіпорынның маркетингтік қызметін ұйымдастырудың маңыздылығы,оның компанияға маркетингтік әдіс-тәсілдермен нарықтық экономика жағдайында тұрақтылықты сақтай отырып,кәсіпорынның табыстылығын жоғары дәрежеге жеткізуі. Алайда, бұл кәсіпорынның маркетингтік қызметінің ұйымдастырылмауынан және маркетингтік қызметтердің жартылай маңызды бағаланбауы, жоғары білікті мамандардың жетіспеушілігінің әсерінен.

Кәсіпорынның маркетинг бөлімінде қарапайым өтімділік бөлімдердің өзгертулері көзге көрінбейді, сондықтан да қызметкерлер үшін біліктіліктің маңызы болмай қалған. Кәсіпорын әрқашанда бағалардың арақатынасын, сапаны, қызмет пен нарықта сату көлемін, қандай тенденциялар мен сыйымдылықты, бәсекелестердің іс әрекетін және де көптеген мәліметтерді жинап, өңдеп, шешім қабылдап, ұтымдылықты жоғарылатып, кәсіпорынның ішкі және сыртқы нарығын қатаң қадағалап отырады.Осы мәліметтерді өңдеп, сараптама жасаудың арқасында қызметкерлер мен клиенттер арасындағы қарым қатынасты жақсартып, нарықтағы үлкен сұранысқа ие болып отыр. Кәсіпорындағы маркетингтік қызметті ұйымдастыру үлкен маңызды жұмыстардың бірі,өйткені маркетингтің өзі бірнеше салалар мен бөлімдерден тұрады. Сондықтанмаркетингтің ұйымдастыру қызметі – маркетинг бойынша өздеріне жүктелген қызметтерді орындайтын бөлімдер мен бөлімшелердің жиынтығы.Маркетингті ұйымдастырудың әр түрліформалары бар,оларды таңдауға кәсіпорын мақсаттары, ресурстары, басқарудың қалыптасқан құрылымы, өндірілген өнімніңнарықтық және маркетингтік ортаның ерекшеліктері сияқты маңызды факторлар әсер етеді.

Кәсіпорынның маркетингтік қызметін ұйымдастырудың маңыздылығы қысқаша айтқанда, ол ең бастысы кәсіпорын маркетингтік әдіс тәсілдерді дұрыс қолданып, сапалы жұмыс жасауы. Маркетинг негізінде, бір-бірін толықтыратын тәсілдемелер жиынтығы, яғни жан-жақты нарықты зерттеу, нарыққа белсенді ықпал ету, қажеттілікті және тұтынушының артықшылығын қалыптастыру. Өндіруші мен тұтынушыны байланыстыру және олардың бір-бірін табуға жәрдемдесу,бұл кез келген маркетинг қызметінің басты мақсатына жатады.

Маркетинг саласындағы танымал мамандардың бірі П.Друкер «Маркетинг маманын өндіріс циклінің соңына емес, басына қою керек, маркетинг бизнестің әр кезеңінде бірігіп, кірісуі қажет» деп айтқан. Сол сияқты кәсіпорынның маркетингтік қызметін ұйымдастырудың маңызы да осында, кәсіпорында жаңа тауарды шығарудан бастап, тұтынушыға өткізуге дейінгі барлық маркетинг кешенінің функцияларын орындайтын маркетингті басқару құрылымын құру қажет. Бұл құрылым кәсіпорын қызметінің тиімділігіне бағытталып, ары қарай қарқынды дамуына жағдай жасауы тиіс. Қазақстандық бірқатар өнеркәсіптік кәсіпорындардың маркетингтік қызметін талдау барысында олардың негізінен жедел маркетингті қолданатынын көрсетті. Бұл – нақты нарықтық жағдайда маркетинг құралдарын басқару, фирманың тауар, баға, өткізумен қатар коммуникация саясатын ұйымдастыру.

Қызмет көрсету саласының қарқынды дамуы және осы нарықтағы бәсекелестіктің өршуі қызмет көрсету маркетингінің пайдаболуына әкелді. Оның тәсілдері мен әдістері, қағидалары тауар маркетингімен ұқсас болғанымен кейбір айырмашылықтары да бар.

Қазақстан экономикасындағы қызметтердің келешегі шағын және орта бизнестің, қоғамдық тамақтану мен қонақ үй шаруашылығы саласындағы бірлескен кәсіпкерліктің, делдал-коммерциялық қызмет, көтерме және бөлшек сауданың жаңа нышандарының, халықаралық туризмнің дамуына байланысты. Қызмет көрсету саласының қарқынды дамуы және осы нарықтағы бәсекелестіктің өршуі қызмет көрсету маркетингінің пайдаболуына әкелді.

Маркетингтің Қазақстандағы дамуы жалпы әлемдік тенденцияларға сәйкес, ол әсіресе, оның коммерциялық емес өрісте қалыптасуымен айқындалады. Коммерциялық емес ұйымдарға – мемлекеттік, аймақтық, муниципалды мекемелер, қоғамның құқық қорғау, денсаулық сақтау, ағарту, білім беру, ғылым және мәдениет аумағындағы қажеттіліктерін қамтамасыз ететін және клиенттерді өздеріне үйіруге ұмтылатын мекемелер жатады.

Міне, қысқаша айтар болсақ «Қазпочта» АҚ үлкен тарихы, жетістіктері, құлдыраулары, қайта көтерілулері осындай. Менің ойым бойынша Қазақстан нарығында «Қазпочта» АҚ монополист деп айтар едім,өйткені бұл кәсіпорын басқа компанияларға қарағанда көптеген қызмет салаларын дамытып, өзінің қызметтерінің сапалы болуын және де үлкен сұранысқа ие екендерін дәлелдеді.

Қорытындылай келе, тақырыптың өзектілігі мен маңыздылығы кәсіпорындағы маркетингтік қызметті ұйымдастыру, сондай-ақ «Қазпочта» АҚ-ның мысалға келтіре отырып, маркетингтің

қызметі мен оны қалай ұйымдастыруға болатындығын әр түрлі мәліметтермен және өз мысалдарымды ала отырып толықтырдым.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі

1. С. Н. Нысанбаев, Г. А. Садыханова. Маркетинг негіздері: оқулық / С. Н. Нысанбаев, Г. А. Садыханова. - Алматы :Қазақуниверситеті, 2002. - 200 б.
2. С. Сатыбалдыұлы. Маркетинг және менеджмент негіздері: оқулық / С. Сатыбалдыұлы. - 2-ші бас. - Астана : Фолиант баспасы, 2011. - 320 с.
3.Электронды жүйеден алынған мәлімет www.kkb.kz*. [Электрон.ресурс] – 2015. – URL: http://www.qazkom.kz/ (дата обращения: 07.03.2017)*
4. С. Р. Есімжанова Маркетинг: оқу құралы / Есімжанова С. Р. - 2-ші бас. толық. өңделген. - Алматы : ЭКО Баспа үйі, 2005. - 448 с.
5.«Қазпочта» АҚ – ң маркетинг бөлімінің мәліметтеррі [электрондық ресурс]. URL https://post.kz/info/7/o-kompanii/cat/7/o-nas *(өтініш берілген күн 20.01.2017)*

УДК 658,5; 658.012.2
МРНТИ 06.81.12

А.С.Смагулов[1]
Д.А. Кунболатов [1]

[1]Абай атындағы Қазақ Ұлттық Педагогикалық Университеті,
Алматы қ., Қазақстан

КӘСІПОРЫНДАРДА БӘСЕКЕГЕ ҚАБІЛЕТТІЛІКТІ АРТТЫРУ ЖОЛДАРЫ

Аңдатпа

Кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігі «тауарлардың бәсекеге қабілеттілігі» түсінігімен салыстырғанда күрделірек және жалпылай түсінікте болып табылады. Кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігі – белгілі бір кезең ішінде кәсіпорын қызметінің соңғы қол жеткізген нәтижесін бағалау көмегімен анықталатын интегралдық сандық сипаттама. Бұл элементтер жүйесі болып табылады және оның әрқасысы белгілі бір затты бағалаудағы сандық (мысалы, баллдық) көрініске ие. Кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігі әр түрлі жүзеге асыратын қызметтерден артықшылықтары бойынша негізгі бәсекелестермен салыстыру есебімен жүзеге асырылады. Атап айтқанда: экономикалық, қаржылық, инвестициялық, кадрлық, имидждік және т.б.

Кәсіпорын қызметін дамыту мен оның тиімді, сенімді өнім өндіруін қалыптастырудың басты шарты болып оның бәсекеге қабілеттілігін қалыптастыру мен қолдау табылады. Кәсіпорынның өнім мен қызмет көрсету сапасын арттыру әр кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігінің артықшылығымен ерекшеленеді.

Тәжірибеде баға мен жоспарлау кәсіпорынның көрсететін қызметі оның шығаратын тауарының сапасы бәсекегеқабілеттілік деңгейімен анықталады. Бұл түсініктер бір-бірімен тікелей байланысты болып, бір-бірін толықтырып отырса да, басқару механизмі әр түрлі мәнге ие.

Ұйымның бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз ету үш деңгейді қамтиды: жедел, тактикалық және стратегиялық.

*Түйін сөздер***:** бәсеке, нарық, бәсеке қабілеттілік, фирма, элемент, баға, сапа, жарнама.

А.С.Смагулов[1]
Д. А. Кунболатов [1]
[1] Казахский Национальный Педагогический Университет имени Абая,
г.Алматы, Казахстан

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ

Аннотация

Конкурентоспособность предприятия является более сложным и обобщающим понятием по сравнению с понятием «конкурентоспособности товара». Конкурентоспособность предприятия-интегральная числовая характеристика, с помощью которой оцениваются достигнутые предприятием конечные результаты его деятельности в течение определенного периода. Это система элементов, каждый из которых предназначен для отражения числовой (например, балльной) оценки определенного вида потенциала**.** Конкурентоспособность предприятия обеспечивается за счет приобретаемых им разного рода преимуществ по сравнению с основными конкурентами, а именно: экономических, финансовых, инвестиционных, кадровых, имиджевых и т.п.

Основным условием эффективного и надёжного сбыта продукции и услуг предприятия в перспективе является формирование и поддержание его конкурентоспособности, выпуск продукции и услуг, обладающих конкурентными преимуществами.

В практике оценки и планирования следует различать конкурентоспособность товаров и услуг и конкурентоспособность предприятия. Хотя эти понятия тесно связаны и взаимодополняют друг друга, тем не менее механизмы управления имеют различия, что предопределяет дифференцированный подход к их планированию.

Обеспечение конкурентоспособности организации предполагает три уровня: оперативный, тактический и стратегический.

*Ключевые слова***:** конкурент, рынок, конкурентоспособность, фирма, элемент, оценка, качество, реклама.

Smagulov A.S[1]
Kunbolatov Doszhan[1]

[1]*Kazakh National Pedagogical University named after Abai, Almaty, Kazakhstan*

WAYS TO IMPROVE THE COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES

Abstract

The competitiveness of companies is more complex and generalizing the concept than the concept of "competitiveness of the goods." The competitiveness of the enterprise-integrated numerical characteristic by which estimated now reached the final results of its operations for a certain period. It is a system of elements, each of which is designed to reflect the numeric (eg, point) assess a certain kind of building. The competitiveness of enterprises is provided by various kinds of purchased them advantages in comparison with the main competitors, namely economic, financial, investment, human, image, etc.

The basic condition for an effective and reliable marketing of products and services of the enterprise in the long term is to develop and maintain its competitiveness, the release of the products and services that have a competitive advantage.

In practice, assessment and planning is necessary to distinguish the competitiveness of goods and services and the competitiveness of enterprises. Although these concepts are closely related and complement each other, however the control mechanisms are different, which determines a differentiated approach to their planning.

Ensuring the competitiveness of the organization involves three levels: operational, tactical and strategic.

Keywords: competitor, market, competitive, company, element, evaluation, quality, advertising.

Егеменді ел болып, тәуелсіздігімізді алып нарықтық экономикаға көшуімізге байланысты ел экономикасы түбегейлі өзгерістерге ұшырады. Әсіресе еліміздің экономикалық өміріндегі шаруашылық қатынастар жүйесіндегі терең әрі ауқымды өзгерістер көрініп, еркін бәсеке, бәсеке қабілеттілік, еркін сауда, жеке меншік билігі т.б. осы секілді ұғымдар ене бастады. Ал өз кезегінде

ұйымдық-құқықтық формалардың яғни әртүрлі шаруашылық жүргізуші субъектілердің жұмыс жасауы, қызмет көрсетуі, өнім өндіруі – бәсеке және бәсеке қабілеттілік ұйымдарын одан әрі өрбіте түсті.

Жоғары тұрақсыз және сыртқы орта факторларының анықталмағандық жағдайында ұзақ мерзімдік перспективада кәсіпорынның әрі қарай гүлденіп, өркен жаюының кепілдігін қамтамасыз ететін бәсеке қабілеттілік пен бәсеке қабілетті басқару жүйесі, сондай-ақ бәсеке қабілетті стратегия тиімді басқарудың мақсатты құралы ретінде әртүрлі функционалдық бағыттағы және әртүрлі бизнес аясында жұмыс істейтін, тауарлар өндіріп, қызмет көрсететін ұйымдар үшін әсіресе өзекті болып отыр.

Қазіргі кезде көптеген кәсіпорындар үшін кәсіпорынның бәсеке қабілеттілігін арттыру ең негізгі мәселе болғандықтан көпшілік тарапынан осы бір мәселеге көп көңіл аударуда. Ол сату нарықтары, өткізу көлемдері, қосымша табысты табуды көздейтін өндірушілердің экономикалық стратегияларының басты ажырамас құралына айналды. Осыған сәйкес кәсіпорындар әрі шығарылатын өнімдердің бағаларын төмендету арқылы әрі нарықта бар өнімдерден сапалық көрсеткіштері жағынан ерекшеленетін өнімдерін өндіру арқылы бәсекелестерді ығыстыруға және нарықтағы жағдайларын нығайтуға ұмтылуы керек.

Бәсеке қабілеттілік ұғымы көпжақты болып, кәсіпорын іс-әрекетінің тауар секілді құрамдас бөліктерін сондай-ақ оның негізгі сипаттамалары болып табылатын сапа және өндіріс технологиясын қамтиды. Сонымен қатар ғылыми әдебиеттерде ұлттық экономиканың және аймақтық бәсеке қабілеттілігі ұғымдары қолданылады. Әр ұғымның құрылымы объектінің бәсеке қабілеттілігі оның бәсеке қабілеттілігі элементерінен және мақсатқа жетуде олардың өзара ұйымдасуынан тұратынын негіздейді.

Кәсіпорының бәсеке қабілеттілігі – қатысты өлшем, өйткені ол сату уақыты мен нарықта бәсекеге түсетін ұйымдардың салыстырмалы нәтижелерінде көрінуі мүмкін.

Осы арада кәсіпорының бәсеке қабілеттілігі – бұл экономикалық, техникалық, ұйымдастырушылық мүмкіндіктердің жиынтығы.

Кәсіпорының бәсеке қабілеттілігі – бұл бәсекелестік күрес жағдайында өзінің алып отырған нарықтық үлесін сақтап қалуға немесе кеңейтуге жеткілікті әлеуеті.

Кәсіпорының (фирманың) бәсеке қабілеттілігі – кәсіпорынның ұлттық, халықаралық нарықтағы жағдайын анықтайтын кешенді экономикалық көрсеткіштерін және потенциялын қамтиды.

Байқалғанындай бәсеке қабілеттілігінің екі жағы бар. Бұлардың біреуі оның элементі және құраушы бөліктері (тауардың жоғары сапасы, тауардың қосымша қызметі, барлық қызмет көрсету мерзіміндегі нақты қызметі т.с.с) және нақты жағдайдағы тауар сату міндеттерінің нақты шешімі (жеке қабілеттіліктері бар нақты сатып алушы, оның мүмкіндігі және өзіндік талғам шкаласы бойынша нарықта бәсекелесуші кәсіпорындардың ішінен ұнайтынын шешуі, сатушының жеке қасиеттері). Бәсекелелік күрестегі жеңіс бәсеке қабілеттілік нәтижесін бейнелейді. Ал бәсеке қабілеттілік пен бәсекенің қатынасын потенциал – потенциялды қолдану қатынасы ретінде сипаттауға болады.

Әдетте бәсеке қабілеттілік бейімділік және жаңашылдық секілді екі ажырамас бөліктерден тұрады. Бейімділікті икемдеу қасиеті, кәсіпорының сыртқы ортамен қатынасының формасы және ұйымшылық қайта құрудың үрдісі ретінде түсінеміз. Өз кезегіндегі жаңашылдықты жаңару мүмкіндігі және минималды өзіндік құн, технологиялық, ритмділік критерилері бойынша ұйымшылдық процестерді қайта құру ретінде ұғынамыз. Егер де бейімділік кәсіпорынның сыртқы орта өзгерістерінде деген реакциясын көрсетсе, онда жаңашылдық өз іс-әрекетінде шешім қабылдау және жаңа элементтерді игерудің негізінде өзгерген іс-әрекет бағытын сипаттайды.

Бәсеке қабілеттіліктің екі қасиетін қалыптастыруда кәсіпорындар ұйымның жекелей элементтеріне сүйенеді. Жеке тұғыдан алғанда бейімділік қасиеті ұйымның әркелкі өнімдер өндіретін технологиялық құрал-жабдықтары және тұтастай алғанда техникалық базасы болмайынша қалыптаспайды.

Бәсеке қабілеттілік ұғымының екінші қасиеті болып табылатын жаңашылдық жаңалықтың екі түрін игеру мүмкіндігіне сүйенеді. Бір тұсы бұл өндірістің техника-технологиялық жаңартылуымен байланысты техникалық жаңалық болып табылады. Мұның құрамына құрал-жабдықтар мен

аппаратура, өндірістің техникалық құралдары және НИОКР-ді техникалық қамтамасызету, сондай-ақ, өнімдерді өндіру технологиясы аясындағы жаңалықтарды игерудің әдістері мен тәсілдері кіреді [1].

Жаңашылдықтың келесі ажырамас бөлігіне — әлеуметтік жаңалықтар жатады. Мұндай жаңалықтың техникалық базасы ретінде игерілген әлеуметтік технологиялардың жиынтығы қарастырылады.

Кәсіпорының бәсеке қабілеттілігінің деңгейіне негізінен мынандай басты факторлар әсер етеді:

– өндірістік технологияны жетілдіру дәрежесі мен ғылыми-техникалық деңгейі;

– жаңа өнер табулар мен жаңашылдықтарды қолдану;

– қәзіргі заманға сай автаматтандырылған және роботтандырылған өндіріс құралдарын енгізу.

Сонымен бейімділік пен жаңашылдық ұйымның бәсекеқабілеттілік қасиетін қалыптастыруға қажетті және жеткілікті жағдайларды айқындайды.

Бүгінгі таңдағы маңызды мәселелердің бірі – кәсіпорынның бәсеке қабілеттілігін жоғарылату мәселесін шешетін және сол ұйымның нарықтық орта элементтерімен бәсеке қабілетті басқару жүйесін құру. Осы орайда шаруашылықтың жаңа жағдайларында нарықтық қатынастарға бейімделген басқару жүйесін құру процесін жеделдеткен жөн. Сонымен қатар бәсеке қабілетті басқару жүйесінің ақпараттық қамтамасыз етілуін және стратегиялық бағыт-бағдарын күшейте түсу керек.

Кәсіпорынның бәсеке қабілетті басқару жүйесі негізінде кәсіпорынның потенциалды мүмкіндіктерін және сыртқы орта талаптарын ескере отырып, ақпараттық технология негізінде өздерінің міндеттерін арнайы функцияландырылған әдістер мен тәсілдер арқылы орындайтын органдар жиынтығы түсініледі. Бәсеке қабілетті басқару жүйесі – бұл қоршаған орта факторларының ықпалы негізінде өзін-өзі реттеу қабілеті бар күрделі ағза.

Кәсіпорынның бәсеке қабілетті басқару жүйесінің ең негізгі қағидасы – бұл кәсіпорынның қызмет етуі мен дамуының стратегиясы және мақсаттарды таңдаудағы негізделген өндірісті басқару жүйесінің бағыт-бағдары негізінде жаңа технология мен жаңа өнім енгізу, кәсіпорынның материалдық- техникалық базасын ескере отырып оның потенциалды мүмкіндіктерін бағалау және бәсекелестік ортаның жағдайын болжау негізінде қызметтердің перспективалы бағыттарын анықтау түсініледі.

Кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігі белгілі бір фактордардың ықпалымен калыптасады. Олардың арасындағы негізгілері:

- Баға;
- Сапалық;
- Жаңалық;
- Жарнама;
- Пайдалану сенімділігі;
- Көркемдеу;
- Буып-түю, т.б.

Нарықтағы әрбір тауар қоғамдық қажеттіліктерін қанағаттандыру көрсеткішіне тексеру өтеді: әрбір сатып алушы оның жеке қажеттілігін толығымен қанағаттандыратын тауарды сатып алады, ал барлық сатыпалушылар бәсекелес тауарларға қарағанда қоғамдық қажеттіліктерге сәйкес келетін тауарды сатып алады. Сондықтан өнімнің бәсекеге қабілеттілігін (яғни, бәсекелестік нарықта коммерциялық тиімді өткізудің мүмкіншілігі) бәсекелестердің тауарларын бір-бірімен салыстыру негізінде ғана анықтауға болады. Басқаша айтқанда, бәсекеге қабілеттілік нақты бір сату уақытына байланысты салыстырмалы түсінік. Әрбір сатып алушыда өз қажеттіліктерін қанағаттандырудың бағалаудың жеке критериі бар болғандықтан, мұнда бәсекеге қабілеттілік жеке сипатка ие болады. Сондықтан, бәсекеге қабілеттілік тұтынушы үшін қызуғышылық туғызатын (берілген қажеттіліктерді қанағаттандыруына кепіл береді) қасиеттермен ғана анықталады. Бұл қызығушылықтың шегінен шыққан өнімнің барлық қасиеттері бәсекеге қабілеттілікті бағалағанда белгілі бір жағдайда оған қатысы жок деп есептеледі. Нормалар, стандарттар мен құқықтардың шамадан тыс асуы (мемлекеттік талаптардан басқа) өнімнің бәсекеге қабілеттілігін жаксартып қана коймай, керісінше оны түсіреді,

өйткені ол сатып алушының құндылығын көбейтпей, бағаның өсуіне әкеледі; сондықтан ол өнім тұтынушыға тиімсіз болып көрінеді [2].

Нарыққа жаңа бәсекелестердің енуі барысында белгілі бір тосқауылдар болуы мүмкін. Олардың негізгілері:

• өндіріс қажеттіліктерінің үнемделуі;

•өнімнің жіктелуі мен сатып алушылардың да сол кезеңдегі шығындары;

• тарату каналдарының салыстырмалы жетіспеушігі;

• саладағы артықшылықтардың болуымен белгіленетін тосқауылдар.

Нарықта әрекет етуші компаниялар арасында бәсекелестіктің қарқандылығы мынандай факторлармен анықталады:

• бәсекелестердің сан жағынан көп болуы және олардың күштерінің теңдігі;

• саланың салыстырмалы баяу өсуі;

•үстеме шығындар немесе тауарлы-материалдық корлар құны түріндегі тұрақты шығындардың жоғары деңгейі;

• дифференциацияның жоқтығы (және тиісінше - конверсия шығындары);

• қуаттардың секірмелі өсімі;

• жоғары деңгейге шығу тосқауылдары.

Бәсеке сипаттамалары және оларды анықтайтын факторларды шартты түрде микродеңгейлі (өнімнің сапасы мен бағасын көрсететін), мезодеңгейлі (салалардың қолда бар өндірістік қорларын тиімді қолданудың көрсеткіштерін жақсартатын) және макродеңгейлі (шаруашылық жүйелердің жалпы қалпын, олардың балансын, инвестициялық климатын, салық тәртібін, тариф кедендік саясатын және т.б. көрсетеді) болып бөлінеді.

Өнімнің бәсекеге қабілеттілігін жоғарылату жолдарын жобалау оның нақты және уақытылы бағалауына тікелей байланысты. Өнімнің бәсекеге түсу қабілеттілігі талданатын өнімнің параметрлерін салыстыру базасының параметрлерімен салыстыру арқылы бағаланады. Салыстыру базасының орнына әдетте нарықтағы ұқсас тауар немесе тұтынушының қажеттілігі алынады. Ал ұқсас тауар ретінде сатылу көлемі максималды және болашағы жарқын тауар алынады. Егер өнімнің параметрлерінің физикалық өлшемі боласа, онда оған балмен бағалау әдістері қолданылады.

- Бәсекеге кабілеттілікті бағалаудың негізгі критерийлері:
- өнімнің жаңалық дәрежесі;
- өндірілу сапасы;
- өнім туралы ақпаратты тарату үшін материалдық базасының болуы;
- өткізуді ынталандыру бойынша шаралар; өткізу динамикасы;
- өнімнің нарықтық талаптарына ыңғайлану мүмкіндігі;
- қаржылық жағдайы.

Бәсекеге қабілеттілікті анықтайтын барлық факторларды мына топтарға бөліп көрсетуге болады:

• Өнім және қызмет сапасы;

• Өнім және қызмет бағасы;

• Персоналдың квалификациялық деңгейі;

• Өндірістің технологиялық деңгейі;

• Қаржыландыру көздерінің қол жетерлігі;

• Нарықтың қанықкандығы, сұраныс және ұсыныс. Енді бұл факторларды ашып талдайық.

Өнім сапасы. Сапа - өнімнің ең маңызды сипаттамасы. өнім белгілі бір сапаға ие болғаннан кейін ғана аналогтар қатарында лайықты оры алуы мүмкін. Сапаның түсінігіне мыналар кіреді: ұзақ уақыт бойы қолдану, сенімділік, нақтылық, қолданудағы қарапайымдылығы, сонымен қатар ақаулардың болмауы. Бірақ әрбір өнімге сапаның аталған қасиеттер сай келе бермеуі мүмкін. Мысалы, бір рет қолда-натын стақаннан ұзақ уақыт қолдануын талап ете алмаймыз. Сондықтан, сапаның стандарттарға сәйкес келу деген маңызды көрсеткіші бар. Бұдан басқа өнім тұтынушылардың мына қажеттіліктерін қанағаттандыруы тиіс:

- Физикалық;
- Техникалық;
- Сенімділік;
- Эксплуатациялық;

- Эстетикалық;
- Қауіпсіздік;
- Экологиялық;

• Шығынды (эксплуатациямен байланысты шығындар), т.б.

Баға қалыптасу стратегиясын таңдағанда белгілі бір өнім үшін қандай мақсат қойылатынын анықтау керек. Негізінде келесі мақсаттар қойылады:

• Фирманың өміршеңдігін қамтамасыз ету, мысалы, қатал бәсекелестік кезінде;

• Ағымдағы пайданы максимилизациялау;

• Көрсеткіштік үлесі бойынша нарықты жаулап алу;

• Өнім сапасының көрсеткіштері бойынша жаулап алу, яғни белгілі бір өнімнің имиджін қалыптастыру. Бұл жағдайда баға жоғары болады.

Бағаның өзгеруі факторлар эсер ететін уақыттың ұзақтығына қарай үш кезеңге бөлінеді:

• Баға қозғалысының ұзак мерзімдік тенденциясы ғылыми-техникалық жетістіктердің, мемлекеттік және монополиялық саясаттың, табиғи құбылыстардың әсері нәтижесінде тауардың және ақша құнының өзгеруін көрсетеді;

• Қыска мерзімдік бағаның өзгеруі әр түрлі маусымдық және кездейсоқ факторлардың әсерінен туындайды.

Ішкі нарықтағы бағаларға ақшаның сатып алу қабілетінің өзгеруі, ал сыртқы сауда бағаларына ұлттық ақшаның валюталық курсының өзгеруі әсер етеді.

Бәсекелік саясатта тауарға қатысты, ең алдымен, оның функционалдық тағайындалуын, сенімділік, қолдануындағы ыңғайлылық, сыртқы келбетің эстетикалығы және басқа сипаттамалары, яғни берілген тауардың үлгі тауарларға қарағандағы тұтынушының қажеттіліктерін қанағаттандыру мүмкіндіктері назарға алынады. Берілген тауардың жиынтық қасиеттерін қосатын тауардың мұндай тұтынушылық құндылықтарын қалыптастыру нарықта өмір сүріп қалудың маңызды шарты болып табылады. өндіруші бәсекеге қабілетті тауарды өндіргенде әртүрлі стратегияны қолданылады:

- Бәсекелестер тауарынан айырмашылығы бар кәсіпорын тауарына тұтынушының назарын аудару;
- Өндіріске айқындалған тауарлардан барлық тұтынушылар үшін тартымды бір тауарды таңдап, соның негізінде нарықты жаулап алу;
- Кәсіпорынның өндірістік бағдарламасынан экономикалық тиімсіз тауарды уақытылы алып тастау;
- Ескі және жаңа тауарлармен жаңа нарыққа шығудың амалын табу;
- Сатып алушының жаңа қажеттіліктері мен талғамдарына сәйкес өндірілетін тауардың модификациясын жасау;
- Сатылатын тауарлардың сервистік қызмет жүйесі және жалпы өткізуді ынталандыру жүйесін жетілдіріп дамыту.
- Өнімнің бәсекеге қабілеттілігін арттыру жолдары қатарына төмендегілерді жатқызуға болады:
- қосылған құн тізбегі бойынша өнім шығаруды дамыту жолдарын айқындау. Яғни, өнімнің шикізат түрінен дайын өнімге айналуына дейінгі өндірістік процесті ұйымдастыруды қамтамасыз ету;
- нан өнімдері тамақ өнімдерінің басқа да түрлері сияқты белгілі бір мөлшерде құнарлылық,энергетикалық құндылылық көрсеткіштеріне, пайдалану уақытына сай жарамдылық, сақталу мерзімі, дәмдік сипаттарына тәуелді.

Осыған орай, дамыған елдерде қолданылып жүрген, өнімнің осы қасиеттерін жетілдіруге немесе жақсартуға мүикіндік беретін, инновациялық сипаттағы технологияларды пайдалану жолдарын қарастыру.

Инновациялық процестерді жетілдірудің жолы ретінде аймақтық ғылыми-өндірістік жүйені құруды ұсынуға болады. Бұл жүйе белгілі бір өңірдің (мәселен, Алматы облысының) нан өндіретін кәсіпорындары мен осы салаға қатысы бар ғылыми зерттеу мекемелері кіреді. Бұл мекемелердің өзара тығыз жұмысы әлемдік нан өндірісінің техникалық мүмкіндіктерін, өнімдерінің дайындалу ерекшеліктерін зерттеуге, жаңа жетістіктерді айқындауға және мүмкіндігінше сол пайымдаулардың

нәтижелерін өндіріске енгізуге ықпал етеді. Аталған жағдай саланың өндірістік, экономикалық және ғылыми- техникалық мүмкіндіктерін пайдалана отырып, бәсекеге қабілетті өнім шығаруға итермелейді. Нан өндіруші кәсіпорындардың қолдауымен ғылыми мекемелер өз зерттеулерін жүргізе отырып, маңызды ұсыныстарын тәжірибе жүзінде іске асыруға мүмкіндік алады.

Сонымен, нан өнімдерінің сапасын арттыру осы сала өндірісінің даму тұрақтылығы мен әлемдік нарыққа шығу мүмкіндігінің кепілі болатынын ескере отырып, бұл бағытта келесі нақты қадамдар шешімін табуы тиіс деп санаймын:

- Отандық тауар өндірушілер өнімнің сапасын халықаралық стандарттарға сәйкестендіру;
- Сыртқы нарыққа отандық тауарларды шығару және олардың бәсекеге қабілеттілігін қалыптастыру мақсатында мемлекеттік сапа жүйесін жетілдіру. Бұл жағдайда, Жапония және Еуропа мемлекеттерінің осы салаға қатысты тәжірибелерін негізге алу;
- Тамақ өнімдерінің адам өміріне қауіпсіздігін, оның сапалық талаптарын ғылыми тұрғыдан негіздеу;
- Нан саласына қатысты өндірістік және ғылыми-зерттеу мекемелерінің ортақ жүйесін құру;
- Құрамында витаминдері, майлы қышқылдары, минералдық заттары бар өнімдер шығаратын технология дайындау;
- Отандық қалыптасқан дәстүр бойынша халықтың тұтыну ерекшеліктеріне сай таза өнімдер шығару үрдісін ұстану;
- өнімнің биологиялық құрамын табиғи түрінде сақтау үшін ғылыми негізделген жолдары мен әдістерін іздестіру;
- өнімнің органолептикалық қасиеттерін жақсарту мақсатында қажетті табиғи қоспаларды пайдалану;
- өнімнің сапасын көтеруде және адам өміріне қауіпсіздігін қалыптастыруда стандарттау мен сертификаттау талаптарын жетілдіру бойынша ұсыныстар жасау;
- өнімді дайындау мен өңдеуде отандық және шетелдік жаңа, озат техника мен технологияларды пайдалану;
- тұтынушылардың әртүрлі деңгейлеріне сай өнімнің жаңа түрлерін шығару арқылы ассортиментті кеңейту;
- инновациялық озық үлгідегі құрал-жабдықтар мен қондырғыларды енгізуге қажетті қаржыларды тарту жолдарын іздестіру және белсенділік таныту.

Кәсіпорының бәсеке қабілеттілігін жоғарылату стратегиясының жүйесін келесідей үлгіде көрсетуге болады:

1. Кәсіпорының сыртқы ортада жүзеге асыратын атап айтқанда тауарлық, баға белгілеу, жабдықтаушылармен қарым-қатынас, ақша және бағалы қағаздар нарығындағы іс- әрекет, трансакциялық шығындарды төмендету, сыртқы экономикадағы қызмет стратегиясы.
2. Кәсіпорының ішкі ортасында жүзеге асырылатын, яғни өндіріс шығындарын төмендету, инвестициялық қызмет, қызметкерлерді ынталандыру, ақпаратпен қамтамасыз ету стратегиялары.

Кәсіпорының тауарлық стратегиясы келесілерді қарастырады:

– кәсіпорынның спецификасына жауап беретін, тауарлар мен қызмет көрсетулердің потенциалды нарығын қалыптастыру және зерттеудің тәсілдері мен ережелері;

– кәсіпорынға неғұрлым тиімді шаруашылық жүргізудің стратегиялық

аймақтарын іздеудің әдістерін;

– кәсіпорынның сыртқы тиімділігін қамтамасыз ететін аймақтарды басқару әдістерін.

Ал тауарлы стратегияның негізгі міндеттеріне төмендегілер жатады:

– стратегиялық перспективті міндеттерін өзіндік ресурстар және нарықтық потенциялды мүмкіндіктермен үйлесуі;

– тауар (технологиялар) сұранысының өмірлік циклдерін талдау;

- кәсіпорынның бәсекеқабілеттілігін жоғарлатуды қамтамасыз ететін тауар ассортиментін әзірлеу.

Бәсекеге қабілеттілікке жетудің ең оңай жолы – ұйым өзі бәсекелестерінің әлсіз тұстарын немесе артықшылықтары жоқтығын анықтап, басымдығын нығайту. Яғни, кәсіпорын бәсекелестері сондай табысқа ие болмаса, бәсекеде жауап бере алмаса, біраз шығынға ұшырайды.

Кәсіпорын айтарлықтай жеңіске ие болмаған күнде де қолда бар ресурстарға, нақты тәжірибеге сүйене отырып, өз стратегиясын әзірлеуі керек. Қолда бар ресурстар мен біліктілікті қолданбайтын стратегияны құру әрқашан тиімсіз болмақ [3].

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі

1. *Н.Назарбаев **«Қазақстан жаңа жаһандық нақты ахуалда: өсім, реформалар, даму»** Қазақстан халқына Жолдауы [Электрон.ресурс]. – 2015. – URL: http://bookchamber.kz/stst_2015.htm (дата обращения: 30.11.2015)*
2. *Оразалин, К. Ж. Кәсіпорын экономикасы: тәжірибе сабағына арналған оқу құралы / К. Ж. Оразалин. - Алматы : ТОО "Издательство LEM", 2007. – оқу құралы*
3. *Ниязбекова, Р. Қ. Кәсіпорын экономикасы: оқу құралы / Р. Қ. Ниязбекова, Б. А. Рахметов, П. Т. Байнеева. - Алматы : Экономика, 2008. – 169 б.-*

УДК 005.95
МРНТИ 06.81.65

К.К.Курманалиев[1]
А.Е.Исмагулова[1]

[1] Казахский Национальный Педагогический Университет имени Абая, г.Алматы, Казахстан

ПРОЦЕСС РАЗРАБОТКИ СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация

В данной статье рассматривается необходимость стратегического планирования в управлении персоналом организации на современном этапе. В работе показано, что разработка стратегии управления персоналом и последующая систематическая ее реализация позволят предприятию повысить эффективность использования своего трудового потенциала, соответственно, более полно реализовать конкурентные преимущества, а в долгосрочной перспективе – станут фактором ускорения экономического развития.Разработка стратегии управления персоналом в организации включает ряд методов, которые применяются на протяжении всего существования предприятия с целью улучшения кадровой политики. В данной статье предлагаются пошаговые действия, необходимые для разработки стратегии управления персоналом, которая будет в полной мере соответствовать ожиданиям организации;в каждом из них желательно активное участие руководителей высшего звена.Целью процесса реализации стратегии является обеспечение скоординированной разработки и реализации стратегических планов структурных подразделений организации в целом и системы управления персоналом.

*Ключевые слова***:**персонал,управление персоналом, стратегия управления персоналом, реализация стратегии управления персоналом, стратегический контроль, кадровая политика.

К.К.Курманалиев[1]
А.Е.Исмагулова[1]

[1] Абай атындағы Қазақ Ұлттық Педагогикалық Университеті Алматы қ., Қазақстан

ҰЙЫМ ҚЫЗМЕТКЕРЛЕРІН БАСҚАРУ СТРАТЕГИЯСЫН ДАЙЫНДАУ ҮРДІСІ

Аңдатпа

Осы мақалада замануи кезеңдегі ұйым қызметкерлерін басқарудағы стратегиялық жоспарлау қажеттілігі қарастырылады.Жұмыста қызметкерлерді басқару стратегиясын дайындау және оны одан кейінде жүйелі түрде орындау кәсіпорынның еңбек әлеуетінің пайдалану тиімділігін көтеретіні, сәйкесінше бәсекелестік артықшылықтарды толық жүзеге асыратыны, ал ұзақ мерзімді болашақта – экономикалық дамуды жылдамдату факторы болатыны көрсетілген. Қызметкерлерді басқару стратегиясын дайындауға қызметкерлер саясатын жақсарту мақсатында кәсіпорынның бүкіл қызмет ету мерзімі бойы қолданылатын бірнеше әдістері кіреді. Осы мақалада ұйымның үмітіне толық мөлшерде сәйкес келетін қызметкерлерді басқару стратегиясын дайындау үшін қажетті қадамдық әрекеттер ұсынылады; оның әрқайсысында жоғары топтағы басқарушылардың белсенді қатысуы маңызды.Стратегияны жүзеге асыру үдерісінің мақсаты жалпы ұйымның құрылымдық бөлімшелерінің стратегиялық жоспарларын және қызметкерлерді басқару жүйесін құруды және іске асыруды қамтамасыз ету болып табылады.

Түйін сөздер: қызметкерлер, қызметкерлерді басқару, қызметкерлерді басқару стратегиясы, қызметкерлерді басқару стратегиясын орындау, стратегиялық бақылау, қызметкерлер саясаты.

Kurmanaliev K.K.[1]
Ismagulova A.Y. [1]

[1]*Kazakh National Pedagogical University named after Abai, Almaty, Kazakhstan*

PROCESS OF DEVELOPMENT OF HUMAN RESOURCE MANAGEMENT STRATEGY OF THE ORGANIZATION

Abstract

This article discusses the issues of strategic planning in the management of the organization's personnel at the present stage. The paper shows that the development of a personnel management strategy and its subsequent systematic implementation will increase the efficiency of using its labor potential, thus, more fully realize competitive advantages, and in the future - accelerate economic development. The development of the HR strategy in the organization includes a number of methods that are applied throughout the life of the enterprise in order to improve the personnel policy. This article proposes step-by-step actions necessary to develop HR strategies that will fully meet the expectations of the organization; in each of them, active participation of top managers is desirable.The purpose of process of realization of strategy is ensuring the coordinated development and implementation of strategic plans of structural divisions of the organization in general and personnel management system.

Keywords: personnel, personnel management, personnel management strategy, implementation of HR strategies, strategic control, personnel policy

Общеизвестно, сколь важное значение имеет управление людьми для организаций – больших и малых, коммерческих и некоммерческих, промышленных и действующих в сфере услуг. Без людей нет организации. Без нужных людей ни одна организация не сможет достичь своих целей и выжить. Несомненно, что управление человеческими ресурсами является одним из важнейших аспектов теории и практики управления.

Процесс разработки стратегии управления персоналом организации. Управление трудовыми ресурсами включает в себя следующие этапы (рис. 1):

1. Планирование ресурсов: разработка плана удовлетворения будущих потребностей в людских ресурсах.

2. Набор персонала: создание резерва потенциальных кандидатов по всем должностям.

3. Отбор: оценка кандидатов на рабочие места и отбор лучших из резерва, созданного в ходе набора.

4. Определение заработной платы и льгот: разработка структуры заработной платы и льгот в целях привлечения, найма и сохранения служащих.

5. Профориентация и адаптация: введение нанятых работников в организации и ее подразделения, развитие у работников понимания того, что ожидает от него организация и какой труд в ней получает заслуженную оценку.

6. Обучение: разработка программ для обучения трудовым навыкам, требующимся для эффективного выполнения работы.

7. Оценка трудовой деятельности: разработка методик оценки трудовой деятельности и доведения ее до работника.

8. Повышение, понижение, перевод, увольнение, разработка методов перемещения работников на должности с большей или с меньшей ответственностью, развития их профессионального опыта путем перемещения на другие должности или участки работы, а также процедур прекращения договора найма.

9. Подготовка руководящих кадров, управление продвижением по службе: разработка программ, направленных на развитие способностей и повышение эффективности труда руководящих кадров.

10. Формирование организационной культуры, которая определяет межличностные отношения между работниками, администрацией и общественными организациями [1].

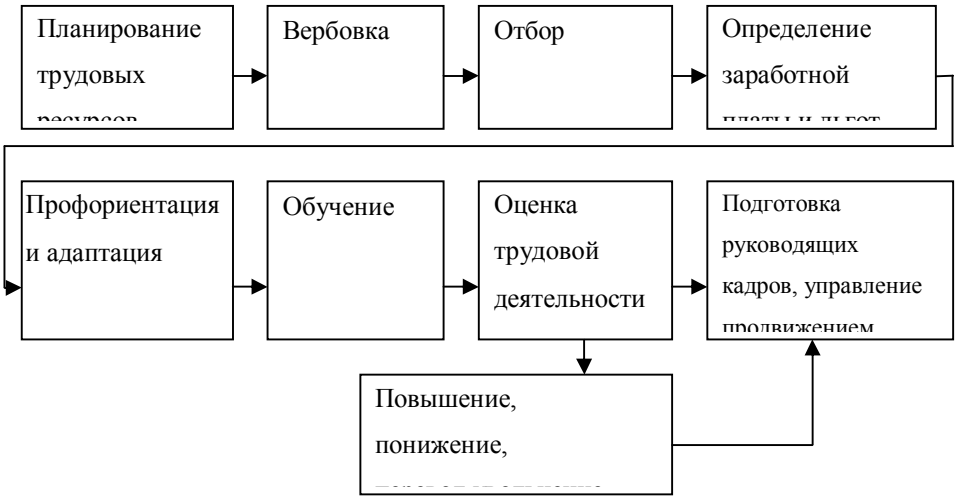


Рисунок 1 - Процесс управления трудовыми ресурсами [1]

Управляя человеческой составляющей своего бизнеса, руководители часто концентрируют внимание на одном-двух «измерениях» и упускают из виду остальные. Если менеджеру нужна организация, которая действительно ценит качество и клиента, он должен не только переобучить персонал, но и пересмотреть организационную структуру, системы общения, оценки и поощрения. Система заработной платы и поощрений представляет собой классическую проблему в данной области. Часто компании используют системы оплаты труда, привязанные к объему произведенной продукции. Если менеджер хочет превратить такую компанию в организацию, которая делает упор на качество продукции, необходимо изменить систему оплаты. В противном случае возникнет противоречие между тем, что говорит о качестве продукции генеральный директор, и тем, что поощряет делать работников система оплаты труда.

Разработка кадровой стратегии состоит из семи шагов (табл. 1), и в каждом из них желательно активное участие руководителей высшего звена. Это гарантирует соблюдение баланса между кадровыми менеджерами-практиками и стратегами компании, столь необходимого для получения эффективных результатов [2].

Этап	Содержание этапа
Шаг 1.	Уясните стратегию вашего бизнеса. Проанализируйте информацию о персонале компании и его квалификации. Четко выделите основные движущие силы вашего бизнеса, например: технология, сбыт, издержки, новинки, развитие рынка.

Шаг 2.	Сформулируйте миссию компании или заявление о намерениях применительно к человеческой составляющей вашего бизнеса. Объясните, как вы собираетесь заинтересовать персонал, какую систему ценностей компании вы предлагаете. По примеру других компаний, при составлении плана стратегии постарайтесь учесть «человеческий фактор».
Шаг 3.	Проведите простую, но исчерпывающую оценку вашей организации. Воспользуйтесь SWOT-анализом компании (Strengths - сильные стороны, Weaknesses - слабые стороны, Opportunities - благоприятные возможности, Threats - опасности). Это несложный, но эффективный метод. Обязательно проверьте верность выводов, сделанных на основе SWOT-анализа. Сконцентрируйтесь на сильных и слабых сторонах персонала компании. Рассмотрите имеющиеся проблемы с квалификацией и потенциальными возможностями работников. Проведите тщательное исследование внешнего окружения вашего бизнеса и рыночной ситуации. Четко выделите благоприятные возможности и опасности, относящиеся к персоналу. Затем на основе этого анализа надо оценить потенциал отдела кадров компании. Проведите SWOT-анализ этого подразделения: детально рассмотрите текущие направления его деятельности, качество работы и компетентность сотрудников.
Шаг 4.	После детального анализа персонала и деятельности отдела кадров проведите COPS-анализ: Culture – культура, Organization – организация, People – люди, Systems – системы управления персоналом. Проанализируйте: имеющееся положение дел, желаемое положение дел.
Шаг 5.	Вернитесь к стратегии бизнеса и рассмотрите ее с точки зрения SWOT- и COPS-анализов. Постарайтесь понять, насколько реально добиться поставленных стратегических задач при имеющихся в вашем распоряжении кадрах. Сопоставив результаты SWOT- и COPS-анализов со стратегией бизнеса, определите важнейшие проблемы персонала, т.е. те проблемы, которые оказывают основное влияние на реализацию стратегии бизнеса. Ранжируйте первоочередные проблемы персонала по степени важности.
Шаг 6.	Для каждой первоочередной проблемы четко изложите варианты действий руководства. Создавайте, думайте, творите – не довольствуйтесь очевидным. Это важный шаг, поскольку люди часто цепляются за привычное, вместо того чтобы бросить вызов стереотипам. Подумайте о последствиях тех или иных действий. После того как вы проделали весь этот путь, можно выработать общий план и поставить задачи для каждого направления работы отдела кадров. Разработайте план действий в отношении первоочередных проблем. Помните, стратегия – это выбор и сосредоточенность. Поставьте четкие цели и сроки решения ключевых задач.
Шаг 7.	Следите за выполнением разработанных планов и оценкой результатов. Конечная цель разработки кадровой стратегии состоит в том, чтобы поставленные цели не противоречили друг другу в рамках общего бизнес-плана. Кроме того, надо следить за тем, чтобы основные функции отдела кадров дополняли друг друга, например, системы заработной платы и поощрения должны составлять единое целое с планами обучения и развития карьеры. Очень мало пользы в обучении людей, если потом их ждет разочарование, когда они обнаружат, что компания не способна обеспечить им служебный рост и развитие.

Таблица 1 - Процесс разработки кадровой стратегии [2]

Наиболее полно кадровая стратегия предприятий была проработана в США. Американский опыт с успехом используется и модернизируется в других странах. В Казахстане практика стратегического планирования работы с персоналом еще только получает распространение. Как и в других сферах HR-менеджмента, представительства зарубежных компаний были первыми, кто начал создавать кадровую стратегию. Постепенно все больше внимания к этой области планирования стали проявлять и казахстанские организации.Кадровая стратегия вызывает повышенный интерес не только с точки зрения практического подхода к управлению бизнесом, но и с позиций теории. Так в Европе приблизительно с середины 80-х годов прошлого века бурно обсуждается взаимосвязь стратегий бизнеса и управления персоналом. В частности, на первый план выходит вопрос о том, должна ли кадровая стратегия быть проекцией бизнес-стратегии или наоборот. Таким образом, выделяется четыре концепции планирования работы с персоналом на предприятии [3]:

А) кадровая стратегия зависит от бизнес-стратегии;

Б) бизнес-стратегия зависит от кадровой стратегии;

В) кадровая стратегия и бизнес-стратегия не зависимы друг от друга;

Г) кадровая стратегия и бизнес-стратегия определяются интерактивно.

Тип А. Стратегия работы с персоналом и бизнес-стратегия взаимозависимы.

В настоящее время признанием пользуются три теории, описывающие данный тип кадровой стратегии. Это «лучшие практики» Пфеффера, «стратегия согласия» Уолтона и «интегрированная кадровая стратегия фон Экардштайна». Концепция «лучших теорий» Пфеффера предполагает семь методов, обеспечивающих взаимосвязь кадровой и бизнес-стратегии:гарантия долгосрочной занятости сотрудников,строгий отбор персонала,использование командного метода работы,зависимость оплаты труда от его результатов,развитая система тренингов,незначительные статусные различия,интенсивность предоставления информации коллективу.

Теория фон Экардштайна основывается на том, что существует некий единый взгляд на кадровые вопросы в организации, выраженный «ответственным за персонал». Такая стратегия создается на длительный период и требует согласованности на многих уровнях: кадровой и бизнес-стратегии, различных инструментов управления человеческими ресурсами, интересов ответственных лиц и персонала. Человек в ее рамках рассматривается как ресурс, который необходимо не только правильно применять, но и развивать [3].

«Стратегия согласия» Уолтона рассматривает человека в качестве инструмента, и поэтому его работа нуждается в оптимизации. Стиль организаций, использующих ее, определяется девизом «hireandfire» («нанять и уволить»). В связи с этим требования к персоналу низки, а подход к его отбору поверхностен. Недостаток квалификации компенсируется строгой дисциплинарной системой и надзором. Данная стратегия не предполагает проявление инициативы, а направлена скорее на автоматическое выполнение персоналом заранее предписанных правил. Низкий уровень требований к сотрудникам не предполагает повышение их профессионального уровня. Важнейшим мотивирующим инструментом являются деньги [3].

Тип Б. Кадровая стратегия, зависящая от бизнес-стратегии (marketbasedview).

Многие практики придерживаются точки зрения, что это наиболее эффективная форма организации работы с персоналом. Таким образом, они выделяют кадровую стратегию как средство достижения бизнес-целей, причем с учетом потребностей каждого подразделения в отдельности и компании в целом. Объясняется это тем, что требования различных отделов к сотрудникам могут значительно различаться. Концепция зависимости кадровой от бизнес-стратегии имеет некоторые недостатки. Прежде всего, она предполагает необходимость быстрой адаптации методов работы с персоналом к изменениям в ведении бизнеса. Однако зачастую бывает так, что приходится не просто управлять имеющимися ресурсами по-другому, а обращаться к новым возможностям. Если необходимый потенциал не удается найти в самой компании, то используются его внешние источники, то есть рынок труда. Другой отрицательной стороной подобной организации процессов является высокая вероятность перехода сотрудников в оппозицию новому курсу руководства[3].

Тип В. Бизнес-стратегия, зависящая от кадровой (resourcebasedview).

Применение данной стратегии объясняется тем, что у работодателя не всегда есть возможность найти мотивированный персонал с нужной квалификацией на рынке труда, а его развитие внутри

организации требует времени. Поэтому новые направления ведения бизнеса лимитированы потенциалом нынешних работников. Такое ограничение особенно важно в тех случаях, когда руководство считает основным ресурсом сумму знаний сотрудников. Положительным моментом здесь является то, что стратегические планы, построенные на реально доступных человеческих ресурсах, более осуществимы, чем предполагающие привлечение внешних источников. Главный недостаток стратегии состоит в том, что бизнес-планы компании ограничены и привязаны к управлению кадрами компании.

Тип Г. Интерактивное определение кадровой стратегии.

Многие авторы рассматривают возможность интеграции бизнес-стратегии и планирования работы с сотрудниками. Так, Генри Минцберг ввел понятие «стратегии зонтика». По его представлению, предпринимательская стратегия как «зонтик» ограничивает зону деятельности сотрудников организации. В ней развивается и кадровая стратегия. Одновременно политика по управлению персоналом оказывает влияние и на ведение бизнеса, не ограничиваясь функцией предоставления необходимых человеческих ресурсов. Американская школа кадрового менеджмента предлагает исходить при стратегическом планировании из следующих факторов:сильные и слабые стороны предприятия,возможности (шансы) и риски рынка.Подобная система предполагает гибкость кадровой политики, идентификацию сотрудников с компанией, широкое участие персонала в разработке ее стратегии [3].

Реализация стратегии управления персоналом является важной стадией процесса стратегического управления. Для ее успешного протекания руководство организации должно следовать следующим правилам:

- цели, стратегии, задачи по управлению персоналом должны быть тщательно и своевременно доведены до всех работников организации с тем, чтобы добиться с их стороны не только понимания того, что делает организация и служба управления персоналом, но и неформального вовлечения в процесс выполнения стратегий, в частности выработки у сотрудников обязательств пред организацией по реализации стратегии;

- общее руководство организации и руководители службы управления персоналом должны не только своевременно обеспечить поступление всех необходимых для реализации ресурсов (материальных, оргтехники, оборудования, финансовых и др.), но и иметь план реализации стратегии в виде целевых установок по состоянию и развитию трудового потенциала и фиксировать достижение каждой цели.

Реализация стратегии управления персоналом включает два этапа: внедрение стратегии и стратегический контроль за ее реализацией и координация всех действий по результатам контроля.

Этап внедрения включает в себя:разработку плана внедрения стратегии управления персоналом;разработку стратегических планов подразделений системы управления персоналом в целом;активизацию стартовых мероприятий по внедрению стратегии.

Цель этапа стратегического контроля - определить соответствие или отличие реализуемой стратегии управления персоналом состоянию внешней и внутренней среды; наметить направления изменений в стратегическом планировании, выборе альтернативных стратегий[1].

Итак, каждая организация имеет несколько возможностей стратегического планирования работы с персоналом. Дискуссия о преимуществах той или иной модели интересна, прежде всего, с теоретической точки зрения. На практике часто наблюдается использование руководством отдельных элементов нескольких систем для адаптации кадровой стратегии к требованиям предприятия. Одна из этих систем, как правило, при этом берется за основу.

Список использованной литературы

1. МесконМ.Х., АльбертМ., ХедоуриФ. Основы менеджмента: учебное пособие / Л. И. Евенко. - 3-е изд. - М.: Дело, 2000. - 704 с.

*2. Томас М. Разработка кадровой стратегии в семи шагах [Электронный ресурс] – 2005. - URL:*http://www.elitarium.ru/2005/04/01/razrabotka_kadrovojj_strategii_v_semi_shagakh.html *(дата обращения: 11.03.2017).*

3. Налетова И.А. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: учебно-методическое пособие. - М.: ИНФРА-М, ФОРУМ, 2006. - 128с.

УДК 336; 336.11
МРНТИ 06.73.02

К.У.Кошкарбаев [1]
Д.Т.Джаксылыкова [1]

[1]*Казахский Национальный Педагогический Университет имени Абая,*
г.Алматы, Казахстан

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИСЛАМСКОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ

Аннотация

История исламской банковской системы, в том виде, в котором мы ее знаем, начала развиваться во второй половине прошлого столетия. Одним из наиболее важнейших вкладов в историю исламского банкинга явилось то, что Мит Гамбр доказал обществу, что существует альтернатива традиционной банковской системе. Успех альтернативного банка в области обслуживания депозитных вкладов и финансирования клиентов доказали, что морально-этические принципы могут быть применимы и взяты на вооружение современными банками.

Исламская финансовая система - финансовая система, которая не предполагает взимание процента. Принципы исламского финансирования основаны на доверии, справедливости, определенности, честности, и транспарентности между участниками. Исламская финансовая система имеет четкую социальную направленность в соответствии с морально-этическими принципами.

Любой институциональный сектор функционирует только при наличии установленных законов, правил и положений, которые призваны его регулировать. Правила, регулирующие исламское финансирование заключены в своде исламского права – шариате. Одной из наиболее важных характерных черт исламского финансирования является то, что это финансирование на основе реальных активов. В статье рассматриваются вопросы исламского финансирования

В статье рассмотрены основные принципы исламского финансирования, используемые в мировой практике. Также рассмотрены виды финансовых инструментов, применяемые в исламском финансировании и этические нормы, опираясь на которые построена исламская финансовая система.

Ключевые слова: исламское финансирование, банк, исламская банковская система, правила, общество.

К.У.Кошкарбаев [1]
Д.Т, Джаксылыкова[1]

[1]*Абай атындағы Қазақ Ұлттық Педагогикалық Университеті,*
Алматы қ., Қазақстан

ИСЛАМДЫҚ ҚАРЖЫЛАНДЫРУДЫҢ ТЕОРИЯЛЫҚ АСПЕКТІЛЕРІ, ҚАЗАҚСТАН.

Андатпа

Ислам банк жүйесінің тарихы, біз білетін түрінде, өткен жүзжылдықтың екінші жартысында дами бастады. Ислам банкингінің тарихына елеулі үлес қосқан Мит Гамбр болды. Ол қоғамға дәстүрлі банк жүйесінің баламасының бар екенін дәлелдеп берді. Депозиттік салымдар мен клиенттерді қаржыландыру саласындағы баламалы банктердің жетістігі адамгершілік -этикалық принциптердің қолданысқа жарайтындығын растап, қазіргі заманғы банктермен қабылдануының мүмкін екендігін дәлелдеген.

Ислам қаржы жүйесі – пайыз алуды көздемейтін қаржы жүйесіне жатады. Исламдық қаржыландыру сенімділік, әділдік, адалдық және тараптар арасындағы ашықтық принциптеріне негізделеді. Ислам қаржы жүйесі моральдық және этикалық принциптеріне сәйкес нақты әлеуметтік бағытта жұмыс істейді.

Кез келген институционалдық сектор оны реттеуге арналған заң белгіленген қағидалар мен ережелерге ғана сай жұмыс істейді. Исламдық қаржыландыруды реттейтін ережелер ислам заңының жиынтығы – шариғат негізінде жасалған. Исламдық қаржыландырудың ең маңызды ерекшеліктерінің біріне нақты активтердің негізінде жүргізілетін қаржыландыруды жатқызамыз.

Мақалада әлемдік тәжірибеде пайдаланылатын исламдық қаржыландырудың негізгі принциптері сипатталған. Исламдық қаржыландыруда қолданылатың қаржы құралдарының түрлері және исламдық қаржы жүйесінің негізі ретінде қарастырылған этикалық стандарттары талқыланады

Түйін өздер: исламдық қаржыландыру, банк, исламдық банк жүйесі, ереже , қоғам.

Koshkarbaev K.U[1]
Dzhaksylykova D.T.[1]
[1]*Kazakh National Pedagogical University named after Abai, Almaty, Kazakhstan*

THEORETICAL ASPECTS OF ISLAMIC FINANCE, KAZAKHSTAN.

Abstract

The history of the Islamic banking system, in the form in which we know it, began to develop in the second half of the last century. One of the most important contributions to the history of Islamic banking was the fact that Mit Gambre proved to the public that there is an alternative to the traditional banking system. The success of the alternative bank in the field of servicing deposits and financing clients proved that moral and ethical principles can be applied and adopted by modern banks.

The Islamic financial system is a financial system that does not involve the collection of interest. The principles of Islamic finance are based on trust, fairness, certainty, honesty, and transparency between the participants. The Islamic financial system has a clear social orientation in accordance with moral and ethical principles.

Any institutional sector functions only if there are established laws, rules and regulations that are designed to regulate it. The rules governing Islamic financing are in the code of Islamic law - Sharia. One of the most important features of Islamic financing is that it is financing based on real assets.

The article considers the main principles of Islamic finance used in world practice. Also considered are the types of financial instruments used in Islamic finance and ethical norms, based on which the Islamic financial system is built.

Keywords: Islamic finance, bank, Islamic banking system, rules, society.

История исламской банковской системы, в том виде, в котором мы ее знаем, начала развиваться во второй половине прошлого столетия. Успешное развитие исламской банковской системы можно считать с создания египетского сберегательного банка Mit Ghamr, а также Лембага Табун Хадж в Малайзии в 1963 году. Расположенный в дельте Нила, сберегательный банк Мит Гамбр, предоставлял банковские услуги, такие как сберегательные счета, долевое участие в акционерном капитале, прямые инвестиции и социальные услуги. Несмотря на то, что данные услуги рассматривались как основные банковские услуги, обоснованным было удовлетворять банковские потребности окружающего общества. Помимо того, что данный банк помогал защищать потребителей от ростовщиков, Мит Гамбр так же был способен вселить чувство сопричастности среди своих потребителей. Данный фактор содействовал успеху банка.

Одним из наиболее важнейших вкладов в историю исламского банкинга явилось то, что Мит Гамбр доказал обществу, что существует альтернатива традиционной банковской системе. Успех альтернативного банка в области обслуживания депозитных вкладов и финансирования клиентов доказали, что морально-этические принципы могут быть применимы и взяты на вооружение современными банками. Малайзия, первая страна, взявшая на себя инициативу системного исследования вопроса о построении современной финансовой модели, соответствующей принципам шариата, и по сей день занимает лидирующие позиции на рынке исламских финансовых инструментов.

Исламская финансовая система - финансовая система, которая не предполагает взимание процента. Принципы исламского финансирования основаны на доверии, справедливости, определенности, честности, и транспарентности между участниками.

Главными принципами исламской финансовой системы являлись:

1. Деньги не могут и не должны возникать из денег, то есть приращение капитала не может происходить в сфере денежного оборота.
2. Доход инвесторов должен быть связан с инвестициями в торговлю и производство (реальный сектор экономики). Совершаемые сделки должны быть обеспечены реальными активами.
3. Отношения между участниками должны строиться на основе партнерства с разделением рисков и доходов.
4. Деньги не являются товаром, они лишь мерило стоимости [1].

Любой институциональный сектор функционирует только при наличии установленных законов, правил и положений, которые призваны его регулировать. Правила, регулирующие образ жизни мусульман, заключены в своде исламского права – шариате. Эти законы имеют четыре источника, которые представлены ниже:

Первый – священная книга Коран, который является подлинным и неизменным источником духовных знаний.

Вторым источником данных законов являются хадисы. Это краткие рассказы о высказываниях и поступках пророка Мухаммеда, или эпизоды, связанные с ним, которые составляют основу сунну Пророка.

Третий источник, формирующий шариатское право, называется «иджма». Иджма – это выработанные авторитетными исламскими учеными решения для конкретного вопроса или случая. В исламской традиции ученые, имеющие право делать самостоятельные выводы из Корана и сунны, называются муджтахидами.

Четвертый источник называется «кыяс». Первоначальное значение этого термина происходит от слов «измерять» или «проводить аналогию между двумя вещами».

Исламские финансовые отношения содержат следующие основные запреты:

- Риба (Riba – ростовщичество) – запрет на ссудный процент с долга, т.е. любой выплаты, превышающей предоставленный риск;
- Гарар (Gharar – неопределенность) – запрет на намеренный риск, выходящий за пределы необходимого, и неопределенность в контракте;
- Мейсир (Maisir – азарт) – получение прибыли в результате случайного стечения обстоятельств;
- Халяль (Halal) – запрет сделки, связанной с запрещенными видами деятельности (табачная, алкогольная продукция, оружие и боеприпасы, противоречащих исламским финансовым принципам) [2].

Отличительной чертой исламского финансирования является наличие совета по принципам исламского финансирования (Шариатский совет). При каждом исламском финансовом институте и проведении исламской финансовой операции присутствует совет. Шариатский совет существует для того, чтобы решать, соответствуют ли деятельность и операции исламских финансовых институтов принципам исламского финансирования.

Исламская финансовая система имеет четкую социальную направленность в соответствии с морально-этическими принципами. Исламская экономика рассматривается учеными Востока со времен расцвета Халифата. Исламская экономика – это часть общественного устройства, где законы были определены божественным замыслом и переданы человечеству через цепочку пророков: Авраама, Моисея, Иисуса и пророка Мухаммеда. Другое название исламской экономики– «таухидная экономика».

Ислам не отрицает рыночные силы и рыночную экономику. Даже стимул к получению выгоды приемлем в разумных пределах. Частная собственность не отрицается полностью. Различие между традиционной и исламской экономикой в том, что в капитализме стимул к получению выгоды или частной собственности дал потенциал для принятия экономических решений. Их свобода не контролируется каким-либо Божественным руководством. Если и существуют некоторые ограничения, они наложены человеком и всегда могут быть изменены посредством демократического

законодательства, которое не принимает на себя никаких полномочий какой-либо Божественной силы. Такое отношение дозволило ряд действий, которые вызывают дисбаланс в обществе.

Одной из наиболее важных характерных черт исламского финансирования является то, что это финансирование на основе реальных активов. Обычные капиталистические концепции финансового дела заключаются в том, что банки и финансовые учреждения продают и покупают только деньги и монетарные обязательства. Единобожие, с другой стороны, не признает деньги в качестве предмета торговли. Деньги не имеют никакой собственной ценности, это лишь средство обмена.

Основные преимущества исламского финансирования:

- разделение рисков между участниками сделки;
- запрет на использование метода процентной ставки;
- обеспечение финансовых потоков реальными активами,в следствии чего уменьшаются спекулятивные сделки.

Таким образом, в отличие от обычных финансовых учреждений, альтернативное финансирование всегда основывается на реальных активах, в процессе купли-продажи которых образуется реальная добавленная стоимость.

Рассмотрим эти инструменты путем авансового финансирования (на основе салам и истисна) создаются реальные активы. В случае истисна, финансирование направляется на производство инфраструктурных активов, за отсроченную продажу которых заказчику финансист возвращает свои деньги и фиксированную прибыль.

Инструменты иджара и мурабаха также полностью обеспечены активами, и финансирование посредством этих инструментов явно отличается от финансирования на основе процентов по следующим причинам:

- в традиционном финансировании финансист передает деньги клиенту в виде процентной ссуды, после чего он не знает как эти средства используются клиентом. В случае с мурабаха, наоборот, наличные деньги финансистом клиенту не предоставляются;
- одним из основных требований к обоснованности мурабаха является то, что товар приобретается финансистом, а это означает, что он принимает на себя риск по товару перед продажей его клиенту. Прибыль является вознаграждением за риск, который финансист берет на себя. Такая операция не является займом, основанным на получении процентов;
- при займе, приносящем процентный доход, сумма, подлежащая возврату заёмщиком увеличивается. В мурабаха цена продажи после согласования фиксирована. В результате если покупатель (клиент банка) не платит вовремя, продавец (банк) не может запросить более высокую цену из-за задержки в урегулировании вопросов оплаты сборов. Это обусловлено тем, что в шариате не существует концепции временного измерения денег;
- при лизинге финансирование осуществляется путем предоставления операционных активов, имеющих право пользования. Риск, связанный с покупкой и дальнейшей арендой имущества, возлагается на арендодателя на всём протяжении срока аренды, в том смысле, что если лизинговый актив полностью уничтожен и без присутствия фактов неправильного применения или халатности со стороны лизингополучателя, то убытки несет арендодатель.

В Казахстане в отношении продуктов исламского банкинга действует отдельный налоговый режим, предусматривающий налоговые стимулы эквивалентно традиционным финансовым операциям.

Установлены основные требования к деятельности исламских банков и к выпуску исламских ценных бумаг (запрет взимания вознаграждения в виде процентов, финансирования деятельности, противоречащей нормам ислама, в обязательном порядке наличие Совета по принципам исламского финансирования в исламских банках и создание исламской специальной финансовой компании при выпуске исламских ценных бумаг).

Зарубежные ученые Грейс и Икбал разделяют исламские финансовые инструменты на транзакционные контракт, связанные с осуществлением сделок, и контракты, в которых банк выступает как финансовый посредник. Транзакционные контракты связаны с производством в реальном секторе и включают торговлю, обмен и финансирование экономической деятельности.

Посреднические контракты облегчают эффективность и прозрачность исполнения транзакционных контрактов.

Существуют пять категорий инструментов:

1) инструменты, основанные на разделении прибылей и убытков;
2) инструменты, основанные на купле-продаже;
3) инструменты, которые включают в себя сборы и комиссию;
4) инструменты, включающие в себя бесплатные услуги;
5) вспомогательные услуги[2].

Базовыми инструментами, которые используются большинством исламских банков и регламентированы международными стандартами, являются:

а) продукты, основанные на партнерстве (или «разделении прибыли/и убытков», иначе, долевое финансирование): мудараба и мушарака;

б) продукты, основанные на участии в сделках купли-продажи (иначе, долговое финансирование): мурабаха, иджара (лизинг), салам, истисна;

в) продукты, основанные на оплате комиссий банка: вакала (агентское соглашение).

Мудараба представляет собой партнерство между двумя или более сторонами для ведения бизнеса или торговли, где одна сторона (рабб аль-маль) предоставляет средства, а другая (мудариб) предоставляет свои знания и опыт для управления капиталом инвестора. Инвестор в процесс ведения бизнеса не вовлечен, и в конце оговоренного срока предприниматель должен вернуть инвестору основную вложенную сумму и его долю прибыли.

Контракты мудараба могут заключаться как между банком и предпринимателем, так и между вкладчиками и банком. Как правило, договор мудараба не имеет временных рамок, однако, согласно некоторым школам исламского права, мудараба может быть заключена на определенный срок. Прекращение действия договора может быть осуществлено любой из сторон в любое время, при условии оповещения другого партнера.

Согласно международным стандартам AAOIFI, мушарака (шарика, ширкат) – это договор партнерства, который означает соглашение между двумя и более сторонами об объединении активов, обязательств и трудовых ресурсов в целях извлечения прибыли. Наиболее распространенным и базовым видом мушарака является договорное партнерство ширкатуль-амваль. В соответствии с договором два или несколько лиц объединяют свои вклады в общий проект и создают компанию из принципа долевого участия. Соглашение о распределении прибыли должно быть заключено в начале действия договора, иначе договор не является действительным согласно нормам исламского права. Механизм распределения прибыли между участниками и доля каждого из них определяется сторонами на основе взаимной договоренности[1].

Согласно международным стандартам AAOIFI, мурабаха представляет собой сделку, при которой банк или иной финансовый посредник приобретает необходимый клиенту актив у продавца и продает его клиенту с отсрочкой платежа. Данная сделка предполагает продажу товара по цене, по которой товар был приобретен, с определенной согласованной наценкой. Эта наценка может составлять процент от цены закупки или определенную денежную сумму[1]. Традиционно такой вид сделок применяется в финансировании торговых операций. Применение мурабахи с целью финансирования частных приобретений аналогично потребительскому кредитованию.

Салам – это сделка, где покупатель платит продавцу заранее оговоренную стоимость товара, который продавец обещает поставить через определенный промежуток времени. Это покупка с авансовым платежом. Встречается, главным образом, в аграрном и других производственных секторах.

Истисна - Производственный контракт с прогрессивным финансированием или контракт приобретения товара согласно спецификации или заказу, где стоимость оплачивается постепенно, в соответствии с выполненными работами. Выплаты производятся при приближении строительства или производства к завершению.

Согласно международным стандартам AAOIFI, сукук – это сертификаты одинаковой стоимости, представляющие собой доли без возможности их выделения в натуре в праве на материальные активы, праве пользования, праве на услуги или праве собственности на активы (имущество) определенных проектов или определенной инвестиционной деятельности. Такое право

реализуется на практике после получения стоимости сукук, закрытия подписки и использования средств, полученных для той цели, для которой осуществлялась эмиссия сукук. Цель сукук – привлечь средства инвесторов для финансирования проекта на возвратной и платной основе. Выпуск должен быть структурирован таким образом, чтобы, с одной стороны, защитить инвесторов и обеспечить для них согласованную доходность вложений, а с другой – удовлетворять требованиям шариата.

Общим для сукук и секьюритизации, является SPV – специальная проектная компания. Именно это юридическое лицо или траст, как правило, выпускает сертификаты сукук, отвечает по ним перед держателями, распределяет финансовые потоки между ними и инвестирует полученные от держателей сертификатов средства согласно эмиссионной документации наиболее распространенные виды сукук: сукук аль-мудараба – структура используется для привлечения средств многочисленных мелких инвесторов, сукук аль-мушарака [3].

Кард аль хасан представляет собой беспроцентный кредит, который обязывает заемщика вернуть кредитору лишь основную сумму займа. Но заемщик имеет право по своему усмотрению оплатить прямые издержки кредитору, добавив их к основной сумме кредита. Эта форма займа не приносит никакого дохода и разрешена шариатом, она нацелена на достижение социальной и экономической справедливости. Исламские банки могут предлагать такой вид займа в следующих ситуациях:

– эта услуга может быть предоставлена в случае, если банковские кредиты зачастую структурируются по принципу мушарака, так как данный принцип предполагает получение большего процента от дохода самим банком, нежели его клиентами. Кард аль хасан может предлагаться в качестве финансирования оборотного капитала;

– эта услуга может быть предоставлена клиентам, которые испытывают финансовые трудности, для образовательных целей, для женитьбы.

– эта услуга может быть предоставлена клиентам, имеющим большие депозитные вклады в банках.

Вадиа – это выполнение доверительных функций; договор между владельцем имущества и второй стороной, согласно которому владелец имущества дает согласие передать на хранение и использование свои активы[3]. Согласно договору вадиа, владелец имущества назначает доверенное лицо, которое выступает хранителем и гарантом его имущества. Доверенное лицо может быть назначено либо самим владельцем активов, либо членами его семьи. В случае, если доверенное лицо отказывается возвращать имущество и отрицает сам факт получения его на хранение, ему предъявляется обвинение в незаконном хранении чужого имущества, и он понесет полную ответственность за свои действия. В исламской банковской системе вадиа является сберегательным депозитом, который позволяет клиенту хранить свои деньги в банке, и только получив разрешение владельца депозита, банк может использовать данный вклад на свой страх и риск.

Вакала – это агентский договор, при котором агент представляет интересы заказчика в каком-либо деле или сделке и получает оплату за выполнение услуги[3]. Этот договор может быть использован для того, чтобы дать возможность одной стороне (агенту) представлять интересы другой в качестве доверенного лица. При заключении контракта вакала агент получает фиксированную плату, а не участвует в прибылях и убытках, как при заключении контракта мудараба. Иначе, это аналог представительства в традиционной финансовой системе.

Если говорить о страховании, то суть исламского страхования такафул существенно отличается от схемы традиционного коммерческого страхования. Слово «такафул» происходит от арабского слова «кафала», означающее «взаимно гарантировать» или «взаимная забота друг о друге». Юристы и богословы считают, что концепция такого страхования реализуется за счет следующих факторов: страхователи объединяются между собой для общего блага; каждый страхователь платит необходимую сумму в качестве вклада в помощь нуждающимся; потери делятся и обязательства распределяются в соответствии с кооперацией сообщества; в отношении подписки и компенсации элемент неопределенности исключается. В основе данной модели страхования лежит концепция табарру.

Табарру в переводе с арабского означает «дар», «пожертвование». Каждый страхователь должен иметь искреннее намерение оказать помощь другим участникам договора такафула, если они столкнутся с определенными рисками. Каждый страхователь осуществляет добровольный взнос в

качестве дара (табарру) в общий фонд на безвозмездной основе с искренним намерением оказать помощь другим участникам в случае возникновения страхового случая[3].

Таким образом, в основе исламского финансирования лежат основные правила шариата, которые являются незыблемыми для каждого правоверного мусульманина, нарушение которой является очень большим преступлением.

Список использованной литературы

1. Yerlan A.Baidaulet. Kazakhstan: Ambitious for Setting up a Regional Hub for Islamic Finance in CIS// Chapter 14 / Willey's Islamic Finance Book, London, 2014г.

2. Баймуратов У. Исламские финансы приняли вызов // «Деловой Казахстан» 14 марта 2011г. № 4.- С. 18-22

3. Бибинур А. Учебник-монография "Исламские финансы и банковская система мира: философия, принципы и практика", 2012г. [Электронный ресурс]. – 2012. – URL: http://www.islamisemya.com/kultura/kultura/knigi/3386-uchebnik-monografiya-qislamskie-finansy-i-bankovskaya-sistema-mira-filosofiya-printsipy-i-praktikaq. (дата обращения: 23.02.2017)

УДК 311.216; 336.717.6
МРНТИ 06.35.31

Л.Р. Еспергенова[1]
Т. Б. Әбілқасым[1]

[1]Абай атындағы Қазақ Ұлттық Педагогикалық Университеті, Алматы қ., Қазақстан

ҰЙЫМ ҚОРЛАРЫНЫҢ ЕСЕБІН ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ҚАРЖЫЛЫҚ ЕСЕПТІҢ СТАНДАРТТАРЫНА СӘЙКЕСТІРІЛІП ЖҮРГІЗУ МӘСЕЛЕЛЕРІ

Аңдатпа

Баршаңызға белгілі, өндіріс үрдісіне қажетті бірден-бір жағдай жұмысшылардың еңбек құралы мен еңбек затын қолдана отырып, жаңа дайын өнім шығару болып табылады. Тауарлы материалдық қорлардың бухгалтерлік есебін халықаралық стандартқа сәйкестендіріп жүргізу кәсіпорындағы маңызды мәселелердің бірі.

Кәсіпорындағы тауарлы материалдық қорлардың есебі халықаралық қаржылық есептің № 2 «Қорлар» стандартына сәйкес жүргізіледі және бұл стандартта стандарттың қолданылу аясы, тауарлы материалдық қорлардың өзгерісі, олардың өзіндік құны мен бағасы, шығысты тану, есептілікте көрсету анықталған. Аталмыш стандартты шаруашылық жүргізуші субъектілер ХЕҚС негізінде дайындалған қаржылық есептілікті құру және ашу кезінде қолданады.

Мақаланың өзектілігі барлық өндірістік кәсіпорындардағы қаржылық есептіліктің халықаралық стандартқа сай рәсімделуі, оның ішінде қорларды бағалау және бірнеше әдіс бойынша дұрыс есебін жүргізуді анықтау болып табылады. Аталмыш мақалада кәсіпорынның бухгалтерлік есебіне шолу жасай отырып, қорлар есебін халықаралық қаржылық есептіліктің стандартына сәйкестендіріп жүргізу тәртібі жан жақты қарастырылған.

Бұл мақалада тауарлы-материалдық қорлардың есебін, оны бағалауды қаржылық есептің халықаралық стандартына сәйкестендіріп жүргізу ерекшеліктері мен мәселелері және оны шешу жолдары қарастырылған.

Түйін сөздер: Халықаралық қаржылық есеп беру стандарттары, тауарлы материалдық қорлар, шикізаттар, материалдар, дайын өнім, шығын, түсім, ФИФО, арнайы сәйкестендіріп есептеу, орташа өзіндік құнды есептеу, нақты құн, өзіндік құн, өткізудің өзіндік құны, ықтимал таза құны.

Л.Р. Еспергенова[1]
Т. Б. Әбілқасым[1]

[1] *Казахский Национальный Педагогический Университет имени Абая,г.Алматы, Казахстан*

ВОПРОСЫ ОРГАНИЗАЦИИ УЧЕТА ЗАПАСОВ КОМПАНИИ , В СООТВЕТСТВИИ С МЕЖДУНАРОДНЫМИ СТАНДАРТАМИ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ

Аннотация

Актуальность рассматриваемого вопроса обусловлена тем, что запасы являются одним из важных составляющих деятельности каждого предприятия и для эффективного использования материальных запасов необходимо ведение своевременного и качественного их учета.

Организация учета товарно-материальных запасов, в том числе основные понятия, методы оценки, порядок формирования себестоимости, порядок и методы списания закреплены и должны вестись в соответствии с международным стандартом финансовой отчетности № 2 «Запасы». Данный стандарт должен применяться как при учете запасов, так и при формировании финансовой отчетности компаний.

Учет и отражение в финансовой отчетности результатов использования запасов в соответствии с МСФО позволять повысить качество и эффективность предоставляемой бухгалтерской информации, что поспособствует росту уровня деятельности предприятий и их позиционированию на международной арене. В статье дан краткий обзор порядка ведения учета материальных запасов на предприятии в рамках МСФО.

В данной статье рассматриваются вопросы и особенности оценки и учета запасов в соответствии с международными стандартами финансовой отчетности. Также рассмотрены основные направления совершенствования учета запасов.

Ключевые слова: МСФО, товарно-материальные запасы, сырье, готовая продукция, расход, приход, ФИФО, расчет сплошной специфической идентификации, расчет средневзвешенной стоимости, себестоимость реализации, возможная чистая стоимость реализации.

Espergenova L R[1]
Abilkasym T. B.[1]
[1]*Kazakh National Pedagogical University named after Abai, Almaty, Kazakhstan*

THE ORGANIZATION OF INVENTORY OF THE COMPANY , IN ACCORDANCE WITH INTERNATIONAL FINANCIAL REPORTING STANDARDS

Abstract

The urgency of the issue due to the fact that stocks are one of the important components of each enterprise and for the efficient use of inventory is necessary to conduct timely and quality of their accounting.

Organization of accounting of inventory, including the basic concepts, evaluation methods, formation costs, write-off procedure and methods are fixed and must be conducted in accordance with International Financial Reporting Standard number 2 "Inventories". This standard should be applied as in accounting reserves and the formation of the financial statements.

Accounting and reflected in the financial statements using the results of inventories in accordance with IFRS to enhance the quality and efficiency of the accounting information that will contribute to the growth of the level of activity of the enterprises and their positioning in the international arena. The article gives a brief overview of the order of accounting of inventory in the company as part of the IFRS.

This article discusses the issues and characteristics of assessment and stock-keeping in accordance with the International Financial Reporting Standards. Also, the basic directions of improvement of accounting reserves.

Keywords: IFRS, inventory, raw materials, finished products, consumption, parish, FIFO, a continuous calculation of the specific identification, the calculation of the weighted average cost, cost of sales, the possible net realizable value.

Он жылдан астам уақыт бұрын бухгалтерлік есепті қаржылық есептің халықаралық стандартына сәйкес жүргізіп, көшіру туралы шешім қабылданған еді. ХЕҚС қабылдау Қазақстан мемлекеті үшін оңай болған жоқ, көптеген қиындықтар кездесті: ХЕҚС көшу туралы мемлекеттік бағдарламалар қабылданды, министрліктер мен ведомстволарға сәйкес материалдар дайындау бойынша тапсырмалар берілді. 2006 жылы ХЕҚС ресми аудармасы пайда болды, ол бірнеше жыл қолданыста болды. Қазіргі уақытта біз 2011 жылы шығарылған ХЕҚС үлгісін пайдаланудамыз.

Кәсіпорындағы тауарлы материалдық қорлардың есебі халықаралық қаржылық есептің № 2 «Қорлар» стандартына сәйкес жүргізіледі және бұл стандартта стандарттың қолданылу аясы, тауарлы материалдық қорлардың өзгерісі, олардың өзіндік құны мен бағасы, шығысты тану, есептілікте көрсету анықталған. Аталмыш стандартты шаруашылық жүргізуші субъектілер ХЕҚС негізінде дайындалған қаржылық есептілікті құру және ашу кезінде қолданады.

№ 2 «Қорлар» ХЕҚС (IAS) сәйкес қор ретінде танылады:

- Қалыпты қызмет барысындағы сатуға арналған қорлар;
- Сату үшін өндірісте тұрған қорлар;
- Қызмет көрсетуге немесе өндірісте пайдалануға арналған материалдар мен шикізат түріндегі қорлар[1].

Осы анықтаманы негізге ала отырып, тауарлы материалдық қорларды келесі топтарға жіктеуге болады:

- Шикізаттар мен материалдар;
- Дайын өнім;
- Қайта сатуға арналған тауарлар;
- Аяқталмаған өндіріс;
- Басқа да көмекші қорлар.

Өндіріспен айналысатын кәсіпорындар, әдетте, есепте материалдардың төрт тобын ғана қолданады: «Шикізаттар мен материалдар», «Аяқталмаған өндіріс», «Дайын өнім», «Басқа да қорлар».

Кәсіпорындар көп жағдайда қорларды өздерінің қажеттіліктерін қанағаттандыру үшін пайдаланады, ал, бұл өз кезегінде сәйкес есепті кезеңде есептен шығару үшін оларды активті шотта есепке алу қажеттілігін туындатады, тіпті жоспарлы түгендеу жүргізуге себепші болады. Мысал ретінде сирек және қымбат бағаға сатып алынатын кеңсе жабдықтарын айтуға болады. Бұл жағдайда, қорлар «Басқа да қорлар» сәйкес активті шоттарында есепке алынады.

Бухгалтерлік есепте қорлармен байланысты екі мәселе бар:

- Қорлардың есебі;
- Қорларды бағалау.

Әрқайсысын жеке қарастырып көрейік.

Қорлар, басқа да кез келген актив сияқты, танудың тек төмендегідей белгілері болғанда ғана есепке алынады:

- Аталмыш актив бойынша болашақта экономикалық олжа алу мүмкіндігі;
- Есеп объектісін өндіру немесе сатып алу кезіндегі нақты шығындарды бағалау мүмкіндігі.

Экономикалық олжа орын алады, егер:

- Қорларды сату ұйғарылса және бұл жағдайда пайда қорларды өткізуден түскен табыс болып табылса;
- Шикізаттар мен материалдар, сонымен қатар, дайын өнім өндірісі бойынша шығындарды қалыптастыруға арналған аяқталмаған өндіріс активтері, бұл жағдайда кәсіпорын пайдасы болашақта дайын өнімді өткізуден түскен түсім болып табылады;
- Қорлар басқа активтерге айырбастау немесе субъектінің міндеттемелерін өтеу үшін қолданылуы мүмкін, бұл жағдайда пайда нақты ақша қаржыларын үнемдеу, міндеттемелердің азаюы немесе басқа активтердің келіп түсуі болып табылады.
- Қорлар, сонымен қатар, дивидент ретінде төлем жасау үшін де қолданылуы мүмкін және т.б[2].

Дегенмен де қорлардың сипаты мен қолдану бағыты әртүрлі; олардың бір категориясы сатуға арналған (мысалы, тауарлар мен дайын өнім), қорлардың басқа бөлігі өндіріске арналған (мысалы,

шикізаттар мен материалдар), қорлардың кейбір түрлері күрделі шығындарға арналған (мысалы, шаруашылық тәсілмен құрылыс салуға бағытталған құрылыс материалдары).

Егер кәсіпорын қорларды сатып алуда шығынға ұшыраса және аталмыш қорларды пайдаланып немесе өткізе алмаса (мысалы, жарамдылық мерзімі өтіп кеткен немесе бұзылған қорлар, қорлар ұрланса), онда бұл шығындар есепте басқа да шығыстар ретінде бейнеленеді.

Қорларды алғашқы тану кезінде төмендегілерді анықтап алу қажет:

- Қорлардың есепте көрсетілетін құны;
- Қорларды есепте көрсету уақыты.

Қорларды алғашқы тану өзіндік құны бойынша анықталады, өзіндік құнға қорлардың ағымдағы жай күйі мен орналасқан жеріне келтіруді қамтамасыз етуге бағытталған сатып алу шығыны, қайта өңдеу және басқа да шығындар кіреді.

Қорлардың өзіндік құнына келесі шығындар кірмейді:

- Материалдардың, жұмыс күшінің және басқа да жоспарланбаған өндірістік шығыстар бойынша мөлшерден артық (яғни кәсіпорыннмен бекітілген шығындар мөлшерінен жоғары шығындар) шығындар;
- Егер технологиялық үрдіспен сақтау қарастырылмаса, онда өндірістік циклдің жекелеген кезеңдері арасындағы қорларды сақтау шығындары;
- Дайын өнімді өндіру қалдықтарының қайтарылуы;
- Жалпы және әкімшілік шығыстар;
- Өткізумен байланысты шығындар.

Ал қорларды есепке алу уақыты төмендегідей:

- Сатып алынған тауарға меншік құқығы көшкен кезде немесе
- Оларды нақты алған уақытында.

ХЕҚС (IAS) 15 бойынша тауарды сатудан түскен түсім төмендегі шарттар толықтай қанағаттандырылған кезде ғана түсім ретінде танылады:

- Компания тауарды иеленумен байланысты сатып алушыға болмашы тәуекелділік пен сыйақыны аударған кезде;
- Компания сатылған тауар бойынша иелену құқы бар кездегі басқаруға қатыспаған жағдайда және сатылған тауарларды бақыламаса;
- Түсім сомасы сенімді өлшенсе;
- Келісімге байланысты компанияға экономикалық олжаның келу ағымының туындауы мүмкін болса;
- Келісімге байланысты күтілетін немесе болған шығындар сенімді түрде өлшенген болса.

Бұдан шығатын қорытынды, егер сатушы үшін тауарды сату шарты орындалатын болса, онда сатып алушы үшін де аталмыш шарттар сатып алынған тауарды тану белгілері болып табылады. Сәйкесінше, сатып алушы қорларды тануды есепте көрсетеді, егерде:

- Қорларды иеленуге байланысты болмашы тәуекел мен сыйақы оған аударылған болса;
- Сатып алынған тауарды басқара алатын болса;
- Тауарды иелену бойынша компанияға келетін экономикалық олжа ағымының туындау мүмкіндігі болса;
- Сатып алынған тауардың құны сенімді бағаланған болса[3].

Салық кодексінің 237 бабында 2014 жылдың 1 қаңтарынан бастап өткізу бойынша айналымды жүргізу мен тауарды сатып алушыларға жеткізу уақыты нақты көрсетілген.

Кәсіпорында қорларды бағалаудың басты міндеті есепті кезеңде (өткізудің өзіндік құны) қорлардың өткізілген көлемін және есепті кезеңнің соңында қанша қор қалғандығын анықтау болып табылады. Қорларды бағалаудың жалпы қабылданған келесі әдістері бар:

- Арнайы сәйкестендіріп есептеу әдісі;
- Алғашқы сатып алу бағасы бойынша бағалау әдісі (ФИФО);
- Орташа өзіндік құнды өлшеу әдісі[1].

Арнайы сәйкестендіріп есептеу әдісі- арнайы тапсырыстар мен жобаларға арналған өзара алмастыруға келмейтін тауарлар мен қызметтер болып табылатын қор бірлігінің өзіндік құнын есептеу.

ФИФО (FIFO first-in first-out) әдісі – алғашқы сатып алу бағасы бойынша өзіндік құнын анықтау. ФИФО әдісі, әдетте, тұрақты баға мен бір өндірістік циклде қорлар айналымының жоғары жылдамдығында қолданылады.

Орташа өзіндік құнды өлшеу (average cost method) әдісі- есепті кезеңде есептелетін қорлардың әрбір бірлігі аталмыш кезеңде біркелкі орташа құнға негізделіп есептеу әдісі[4]. Аталмыш әдіс көтерме сауда операцияларын жүзеге асыратын кәсіпорындар үшін тиімді.

$$\text{Орташа өзіндік құн} = \frac{\text{есепті кезеңнің басындағы қор құны} + \text{келіп түскен қор құны}}{\text{есепті кезеңнің басындағы қор саны} + \text{келіп түскен қор саны}}$$

Кәсіпорын құрамы мен пайдалану тәсілі ұқсас барлық қорлар үшін өзіндік құнды есептеудің бір ғана әдісін қолдануы қажет. Осы әдістер бойынша қорларды бағалауды нақты мысал түрінде қарастырып көрейік.

Кәсіпорын жыл көлемінде келесі қорларды сатып алды:

	Бірлік саны, дана	Қордың бірлік бағасы, тенге	Жалпы құны, тенге
20 қаңтар	250	3 720	930 000
5 наурыз	150	4 650	697 000
25 маусым	320	5 580	1 785 600
20 қараша	250	5 952	1 488 000
барлығы	970		4 900 600

Түгендеу нәтижесі бойынша есепті кезеңнің соңында қоймада 260 қор бірлігі қалды, қорларды өткізуден түскен табыс есепті кезеңде 3 920 480 тг.

ФИФО әдісі:

1. Өткізуден түскен табыс- 3 920 480 тг;
2. Өткізуге дайын қордың өзіндік құны- 4 900 600 тенге;
3. Есепті кезең соңындағы қорлар - 250×5 952 тг =1 488 000 тг, 10×5 580тг=55 800 тг ;

Барлығы – 1 543 800 тг.

4. Өткізілген қордың өзіндік құны- 3 356 800 тг;
5. Өткізуден жалпы табыс – 563 680 тг.

Орташа өзіндік құнды өлшеу әдісі:

1. Қор бірлігінің орташа құны – (4 900 600 тг \ 970) =5 052 тг
2. Өткізуден түскен табыс- 3 920 480 тг;
3. Өткізуге дайын қордың өзіндік құны- 4 900 600 тенге;
4. Есепті кезең соңындағы қорлар - 260×5 052= 1 313 520 тг ;
5. Өткізілген қордың өзіндік құны- 3 586 920 тг ((970-260)× 5 052тг);
6. Өткізуден жалпы табыс – 333 560 тг.

Арнайы сәйкестендіріп есептеу әдісі:

Есепті кезең соңындағы түгендеу мәліметтері бойынша қоймада 260 қор бірлігі қалды, оның 25 бірлігі екінші партиядан, 55 бірлігі үшінші партиядан, 180 бірлігі төртінші партиядан.

1. Өткізуден түскен табыс- 3 920 480 тг;
2. Өткізуге дайын қордың өзіндік құны- 4 900 600 тенге;
3. Есепті кезең соңындағы қорлар – 25×4 650тг =116 250тг; 55×5 580тг = 306 900тг; 180×5 952тг =1 071 360 тг . Барлығы – 1 494 510тг.
4. Өткізілген қордың өзіндік құны- 3 406 090 тг;
5. Өткізуден жалпы табыс – 514 390 тг.

Қорлардың өзіндік құнын бағалау әдістерін салыстыру (тенге):

	ФИФО	Орташа өзіндік құнды есептеу	Арнайы сәйкестендіріп есептеу

Өткізуден табыс	3 920 480,0	3 920 480,0	3 920 480,0
Өткізуге дайын қордың өзіндік құны	4 900 600,0	4 900 600,0	4 900 600,0
Есепті кезең соңындағы қорлар	1 543 800,0	1 313 520,0	1 494 510,0
Өткізілген қордың өзіндік құны	3 356 800,0	3 586 920,0	3 406 090,0
Өткізуден жалпы табыс	563 680,0	333 560,0	514 390,0

Кесте мәліметтерінен көрініп тұрғандай, соңғы келіп түскен қорлардың құны жоғары болған сайын, кәсіпорынның жалпы табысының көлемі де ұлғаяды. Арнайы сәйкестендіріп есептеу әдісі нақты шығындарға негізделеді, ал, қалған екі әдіс өзіндік құнның қозғалысы туралы ақпаратты болжауға бағытталды. Сондықтан, бағалау әдісін таңдап алу бағаның бір бағыттағы (бағаның көтерілуі немесе төмендеуі) ұзақ уақыт тербеліс кезеңінде маңызды мәнге ие болады.

Төменде екі әдісті пайдаланудың артықшылықтары мен кемшіліктері кесте түрінде көрсетілген.

Әдіс түрлері	Артықшылықтары	Кемшіліктері
Орташа өзіндік құнды өлшеу	- қолдануда қарапайым; - бухгалтерия персоналының жоғары біліктілігін талап етпейді; - баға тербелісін оңтайландырады.	-бағаның жоғары тербелісінде қолдануға жарамсыз.
ФИФО	- инфляция кезеңінде табысқа жоғары баға береді; - баланста көрсетілген қорлардың қалдық құны ағымдағы нарықтық құнға жақын; - қорлар құнын есептен шығару олардың нақты пайдаланылуымен сәйкес келеді.	- пайда көрсеткіштеріне экономикалық даму циклінің әсері жоғарылайды.

2 «Қорлар» ХЕҚС (IAS) 9 тарауға сәйкес қаржылық есептілікті құру кезінде қорлар ең кемі екі деңгей бойынша: өткізудің өзіндік құны мен ықтимал таза құнында өлшенуі тиіс. Яғни, кәсіпорын төменгі баға тәртібі бойынша қаржылық есептілікте қорларды көрсетуі тиіс.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі

1. *«Босалқылар» 2 (IAS) Қаржылық есептілітің халықаралық стандарты [Электронный ресурс]. – 2014.-URL: online.zakon.kz/. (дата обращения 25.01.2017)*
2. *ҚР «Бухгалтерлік есеп және қаржылық есеп беру туралы» Қазақстан Республикасының 2007 жылғы 28 ақпандағы N 234 Заңы. 28.12.16 ж өзгерістермен.[Электронный ресурс]. – 2016. - URL: ћttp://adilet.zan.kz (дата обращения 25.01.2017).*
3. *Кеулимжаев К.К., Ажибаева З.Н., Қаржылық есеп: оқу құралы/ Кеулимжаев К.К., Ажибаева З.Н. – Экономика баспасы, 2001ж. – 188 б.*
4. *Жантаева А.А., Кәсіпорынның қорларын есепке алудағы проблемалар// «Бухучет на практике» - 2014. - № 6 (127) . – С.16-19*

УДК 330.1; 330.8
МРНТИ 06.03.07

Р.Б. Азбергенова[1]

[1] *Казахский Национальный Педагогический Университет имени Абая, г.Алматы, Казахстан*

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ КАЗАХСТАНА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНОЙ КОНКУРЕНЦИИ

Аннотация

Перевод экономики Казахстана на инновационный путь развития является одним из основных приоритетов государственной политики, направленной на обеспечение устойчивости национальной экономики в условиях глобальной конкуренции.

Конкурентоспособность национальной экономики напрямую зависит от прироста инновационного потенциала в обществе. Это означает, что экономический рост должен осуществляться главным образом за счёт индустриально-инновационных достижений, внедрения НТП, применения компьютерных, ресурсосберегающих технологий.

Несмотря на определенный потенциал в сфере человеческого капитала и научных разработок, развитие инновационных процессов в Казахстане находится на низком уровне. Малочисленны инновационные разработки предприятий, слаба патентная активность, наука продолжает функционировать в рамках традиционной (индустриальной) модели, оторванной от бизнеса и образования. Необходимо стимулировать не только предложение, но и спрос на инновации, развивать конкурентные механизмы.

Поддержку инновационной активности нужно направлять в те сектора, которые способны или уже участвуют в международной конкуренции и международной кооперации. Нужно активно привлекать в РК транснациональных игроков на рынке инноваций, развивать механизмы сетевого взаимодействия. Статья посвящена вопросам инновационного развития.

Ключевые слова: модель экономического роста, инновации, конкурентоспособность, инновационная активность, национальная инновационная система, технологическая модернизация

Р.Б. Азбергенова[1]
[1]*Абай атындағы Қазақ Ұлттық Педагогикалық Университеті, Алматы қ., Қазақстан*

ҒАЛАМДЫҚ БӘСЕКЕЛЕСТІК ЖАҒДАЙЫНДА ҚАЗАҚСТАН ЭКОНОМИКАСЫНЫҢ ИННОВАЦИЯЛЫҚ ДАМУЫ.

Аңдатпа

Жаһандық бәсеке жағдайында Қазақстан экономикасының дамудың инновациялық жолына өтуі ұлттық экономиканың тұрақтылығын қамтамасыз етуге бағытталған мемлекеттік саясаттың негізгі басымдылықтарының бірі болып табылады.

Ұлттық экономиканың бәсекеқабілеттілігі қоғамдағы инновацияның әлеуетінің өсіміне тікелей байланысты. Бұл дегеніміз экономикалық өсу басты орында индустриалды-инновациялық жетістіктер, ҒТП енгізу, компьютерлік, ресурс үнемдеуші технологияларды пайдалану есебінен жүзеге асырылуы тиіс. Адами капитал мен ғылыми жобалар саласындағы белгілі әлеуетке қарамастан Қазақстанда инновациялық процестердің дамуы төменгі сатыда. Кәсіпорындардың инновациялық

жобаларының аздығы, патентті белсенділіктің әлсіздігі, ғылымның кәсіп пен білім беруден алшақтап, дәстүрлі (индустриалды) үлгінің шеңберінде қалып қоюы бар. Инновацияға деген ұсынысты ғана емес, сонымен қатар сұранысты да арттырып, бәсекелік механизмді дамыту қажет.

Инновациялық белсенділікті халықаралық бәсекеде және халықаралық кооперацияға қатысуға қабілетті секторларға бағыттау керек. ҚР инновация нарығындағы трансұлттық ойыншыларды белсенді түрде тартып, өзара желілік механизмдерді дамыту абзал. Мақала инновациялық даму мәселелріне арналған.

Түйін сөз: Экономикалық өсу үлгісі, инновациялар, бәсекеқабілеттілік, инновациялық белсенділік, ұлттық инновациялық жүйе, технологиялық жаңғырту.

R.B. Azbergenova[1]
[1]*Kazakh National Pedagogical University named after Abai, Almaty, Kazakhstan*

INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE ECONOMY OF KAZAKHSTAN IN THE CONDITIONS OF GLOBAL COMPETITION

Abstract

The transfer of Kazakhstan's economy to the innovative way of development is one of the main priorities of state policy aimed at ensuring the stability of the national economy in the conditions of global competition.Competitiveness of the national economy directly depends on the growth of innovative potential in the society. This means that economic growth should be carried out mainly through industrial and innovative achievements, the introduction of scientific and technological progress, the use of computer, resource-saving technologies.Despite a certain potential in the sphere of human capital and scientific developments, the development of innovative processes in Kazakhstan is at a low level. Innovative development of enterprises is low, patent activity is weak, science continues to operate within the framework of a traditional (industrial) model, detached from business and education. It is necessary to stimulate not only the supply, but also the demand for innovations, to develop competitive mechanisms.

The support of innovation activity should be directed to those sectors that are able or already participate in international competition and international cooperation. It is necessary to actively attract multinational players in the market of innovations to Kazakhstan, and to develop mechanisms of network interaction. The article is devoted to the issues of innovative development.

Keywords: economic growth model, innovations, competitiveness, innovative activity, national innovation system, technological modernization

Перевод экономики Казахстана на инновационный путь развития является одним из основных приоритетов государственной политики, направленной на обеспечение устойчивости национальной экономики в условиях глобальной конкуренции. В Послании Президента Республики Казахстан Н.А. Назарбаева народу Казахстана «Третья модернизация Казахстана: глобальная конкурентоспособность» было отмечено, что «необходимо создать новую модель экономического роста, которая обеспечит глобальную конкурентоспособность страны. Мы должны культивировать новые индустрии, которые создаются с применением цифровых технологий. Это важная комплексная задача. Необходимо развивать в стране такие перспективные отрасли, как 3D-принтинг, онлайн-торговля, мобильный банкинг, цифровые сервисы, в том числе в здравоохранении и образовании, и другие. Эти индустрии уже поменяли структуру экономик развитых стран и придали новое качество традиционным отраслям» [1].

Ключевым в определении состояния конкурентоспособности страны становится система показателей (индикаторов), которые используются для его оценки. Индекс глобальной конкурентоспособности (The Global Competitiveness Index) – это глобальное исследование и сопутствующий ему рейтинг стран по показателю экономической конкурентоспособности. Индекс призван помочь государствам, которые стремятся к устранению препятствий на пути их экономического развития и конкурентоспособности, так как именно на основе этого индекса можно

проводить анализ проблемных моментов в экономической политике стран и разработать стратегии по достижению устойчивого экономического роста.

Индекс глобальной конкурентоспособности составлен из 114 переменных, которые объединены в 12 следующих показателей: качество институтов, инфраструктура, макроэкономическая стабильность, здоровье и начальное образование, высшее образование и профессиональная подготовка, эффективность рынка товаров и услуг, эффективность рынка труда, развитость финансового рынка, уровень технологического развития, размер внутреннего рынка, конкурентоспособность компаний, инновационный потенциал [2].

Таблица 1 - Рейтинг глобальной конкурентоспособности

Рейтинг	**Индекс**	**Страна**	**Рейтинг**	**Индекс**
2015-2016 гг.			**2014-2015 гг.**	
1	5.76	Швейцария	1	5.7
2	5.68	Сингапур	2	5.6
3	5.61	США	3	5.5
4	5.53	Германия	5	5.5
5	5.50	Нидерланды	8	5.5
6	5.47	Япония	6	5.5
7	5.46	Гонконг	7	5.5
8	5.45	Финляндия	4	5.5
9	5.43	Швеция	10	5.4
10	5.43	Великобритания	9	5.4
42	**4.48**	**Казахстан**	**50**	**4.4**
45	4.44	Россия	54	4.4
140	2.84	Гвинея	144	2.8

Источник: http://gtmarket.ru/news/2015/09/30/7246

Рейтинг глобальной конкурентоспособности за 2015-2016 гг. (таблица 1) возглавила Швейцария, которая занимает первое место уже седьмой год подряд. Второе место, как и в прошлом году, занимает Сингапур, а третье – Соединённые Штаты, которые по-прежнему остаются мировым лидером в обеспечении инновационных продуктов и услуг. Казахстан расположился на 42 строчке, опередив при этом Россию на 3 пункта.

В докладе ООН 2015 года представлены список стран и территорий мира, упорядоченных по индексу развития человеческого потенциала. Рейтинг охватывает 188 государств и территорий, из которых Казахстан занимает 56 позицию.

Индекс человеческого развития 2015 года отражает прогресс в области развития, достигнутый за последние годы, и позволяет увидеть актуальные тенденции в отдельных государствах. Новое исследование показывает, что уровень человеческого развития продолжает расти, но темпы его повышения снизились во всех регионах мира и прогресс весьма нестабилен. Так, в странах Северной Африки, Ближнего Востока, Азиатско-Тихоокеанского региона, а также в Латинской Америке и Карибском бассейне среднегодовые темпы роста человеческого развития снизились почти вдвое. Наиболее резкий спад значений ИЧР произошёл в регионе Северной Африки и Ближнего Востока, где продолжаются вооружённые конфликты. В целом, темп прогресса в отношении ИЧР заметно выше в группе стран с низким и средним уровнем человеческого развития, что указывает на постепенное сужение разрыва между странами с более высоким и более низким уровнем человеческого развития [3].

В 2015 году рейтинг национальных достижений возглавляет Норвегия, которая занимала первое место с 2001 по 2006 год, затем уступила его Исландии, однако в 2008 году вернулась на вершину списка и всё это время продолжает лидировать. ИЧР Норвегии равен 0,944.

В десятку лидеров рейтинга стран с очень высоким уровнем развития также вошли: Австралия, Швейцария, Дания, Нидерланды, Германия, Ирландия, Соединённые Штаты Америки, Канада и Новая Зеландия.

Из числа государств бывшего СССР в группе стран с высоким уровнем ИЧР, наряду с Россией, находятся: Беларусь (также 50 место), Казахстан (56), Грузия (76), Азербайджан (78), Украина (81) и Армения (85). Другие постсоветские государства включены в группу стран со средним уровнем развития: Молдова (107 место - самый низкий показатель в Европе), Туркменистан (109), Узбекистан (114), Кыргызстан (120) и Таджикистан (129). Из всех государств бывшего СССР только страны Балтии смогли войти в первую группу государств с очень высоким уровнем человеческого развития: Эстония занимает 30 место, Литва - 37, Латвия - 46.

Замыкают рейтинг неблагополучные государства с самым низким уровнем развития. Все страны последней пятёрки расположены в Африке к югу от Сахары: Бурунди, Чад, Эритрея, Центрально-Африканская Республика и Нигер (последнее место с ИЧР 0.348). В этих государствах чрезвычайно низкая продолжительность жизни - от 40 до 50 лет, крайне неблагоприятная социально-экономическая среда, низкая грамотность населения - умеют читать и писать не более 30% всех жителей, а доход на душу населения - менее $ 1 000 на человека в год. Несмотря на частичный прогресс, достигнутый в последние годы, эти страны по-прежнему страдают от бедности, ограниченных возможностей в сфере образования, а также низкой продолжительности жизни, в значительной степени обусловленной смертностью от болезней, таких как малярия и СПИД. В ряде стран эти проблемы усугубляются разрушительными последствиями вооружённых конфликтов.

Конкурентоспособность национальной экономики напрямую зависит от прироста инновационного потенциала в обществе. Это означает, что экономический рост должен осуществляться главным образом за счёт индустриально-инновационных достижений, внедрения НТП, применения компьютерных, ресурсосберегающих технологий.

Несмотря на определенный потенциал в сфере человеческого капитала и научных разработок, развитие инновационных процессов в Казахстане находится на низком уровне. Малочисленны инновационные разработки предприятий, слаба патентная активность, наука продолжает функционировать в рамках традиционной (индустриальной) модели, оторванной от бизнеса и образования. Необходимо стимулировать не только предложение, но и спрос на инновации, развивать конкурентные механизмы.

Поддержку инновационной активности нужно направлять в те сектора, которые способны или уже участвуют в международной конкуренции и международной кооперации. Нужно активно привлекать в РК транснациональных игроков на рынке инноваций, развивать механизмы сетевого взаимодействия.

Становление современной модели экономики в развитых и быстроразвивающихся странах в значительной мере обусловлено изменением роли инноваций. Формирование инновационных экономик стало результатом как ускорения прогресса науки и технологий вследствие глобализации научного обмена, так и фундаментальных изменений в мировом разделения труда, в то время как технологии промышленной сборки активно осваиваются менее развитыми странами, сами технологии все более превращаются в товар, производимый пока преимущественно развитыми странами.

Для развитых стран инновационная экономика является единственным способом выправить отрицательный баланс в торговле с развивающимися странами. Во многих странах были приняты планы восстановления экономики, предусматривающие стимулы для использования новых технологий и инноваций.

С другой стороны, рост конкуренции между производителями промышленной продукции также подстегивает спрос на новые технологии в целях снижения издержек и повышения качества продукции, становится необходимым элементом поддержания конкурентоспособности. Этим определяется значение формирующихся инновационных секторов и роль стимулирования инноваций в экономиках стран с развивающимися рынками.

Инновационное развитие экономики складывается в целом из двух тенденций:

-формирования собственно инновационного сектора в экономике, т.е. формирования рынка технологий, при этом рынок технологий должен с самого начала создаваться как часть международного и быть способным производить эксклюзивную продукцию;

-роста склонности компаний, работающих в традиционных отраслях, к инновациям в интересах повышения своей конкурентоспособности.

Инновационная деятельность должна присутствовать на любом производственном предприятии. Это объясняется тем, что без современных технологий, увеличения ассортимента и повышения качества выпускаемой продукции предприятие не сможет повысить свою конкурентоспособность на рынках. Более того, для поддержания конкурентоспособности необходимо, чтобы инновационная деятельность стала постоянным процессом, а не разовым мероприятием.

Понятие инновационной деятельности неразрывно связано с понятием инновационной активности. По материалам статистического агентства Республики Казахстан инновационная активность предприятий по регионам в 2016 году согласно данным рисунка 1 выглядит следующим образом.

Рисунок 1 - Уровень инновационной активности предприятий
по регионам РК за 2016 г. (в %)

За последние годы в Казахстане созданы основные элементы инновационной инфраструктуры, однако добиться существенных сдвигов пока не удалось: инновационные процессы слабо влияют на развитие экономики.

Основные барьеры на пути инновационного развития экономики можно разбить на две группы:

-проблемы со стороны бизнеса (спроса),

-проблемы со стороны предложения, т.е. собственно сектора научных исследований и разработок.

Основные проблемы со стороны спроса связаны с недостаточной встроенностью бизнеса в международные рынки, недостаточной финансовой устойчивостью фирм и недостаточным уровнем внутренней конкуренции. Инновационная деятельность сводится преимущественно к приобретению машин и оборудования, а не проведения исследований и разработок и создания на этой основе заделов для разработки радикальных новшеств.

Можно также выделить ряд существенных недостатков национальной инновационной системы со стороны предложения. НИС в Казахстане характеризуется разрывами между наукой, образованием и бизнесом, слабым уровнем сетевой кооперации. Не получил развития институт инновационных рыночных посредников; отсутствуют либо не полностью сформированы устойчивые инновационные кластеры (отраслевые, региональные).

Отечественная наука продолжает функционировать в рамках традиционной (индустриальной) модели, не отвечающей современным реалиям. В результате, несмотря на то, что оказывается поддержка науки из средств бюджета, это не сказывается на динамике ее результативности в части прикладных и фундаментальных исследований. Наращивание бюджетных расходов на науку не сопровождается адекватным вкладом бизнеса.

Доля казахстанской наукоемкой продукции на мировом рынке практически равна нулю, а ведь, как известно, эта доля является обобщающим показателем эффективности научно-технической и инновационной деятельности. По сравнению с Казахстаном доля стран Европейского союза на мировом рынке наукоемкой продукции составляет 35%, США – 25%, Японии – 11%, Сингапура – 7%, Южной Кореи – 4%, Китая – 2% [4]. Одна из главных причин такого положения – практическое отсутствие заинтересованности бизнеса в развитии и внедрении результатов отечественной науки в производство, крайне малые инвестиции производственного и частного финансового секторов в науку и научно-инновационную деятельность. На решение данной проблемы направлен целый ряд системных инициатив Главы государства – Государственная программа форсированного индустриально-инновационного развития, программа по развитию инноваций и содействию технологической модернизации в Республике Казахстан, и многие другие.

Преимуществом НИС Казахстана остается качество человеческого капитала, однако нарастает разрыв между структурой и качеством подготовки профессиональных кадров и потребностями инновационной экономики. Налицо нехватка высококвалифицированных инженеров, инновационных предпринимателей и менеджеров, многие конкурентоспособные выпускники вузов, не находя применения в сфере науки и высоких технологий, переквалифицируются либо уезжают из страны.

Чтобы поднять уровень исследований и разработок, необходимо проведение государственной политики стимулирования по следующим направлениям:

- целенаправленное формирование рынка для продукций инновационных предприятий путем размещения на них государственного заказа;
- предоставление инновационным предприятиям, в том числе малым, производственных площадей, льготной инвестиционной поддержки, содействие в развитии бизнес-инновационных центров, технопарков, центров технологической поддержки, предоставления юридических, финансовых, маркетинговых, хозяйственных, и иных услуг; содействие в правовой и коммерческой защите интеллектуальной собственности;
- содействие формированию и расширению сети лизинговых компаний;
- проведение целенаправленной политики по разработке и производству малыми предприятиями новых видов продукции на основе наукоемких технологий;
- в целях снижения вероятности потери вложенных инвесторами средств в результате неудачной реализации инновационных проектов целесообразно осуществлять их страхование, в том числе за счет бюджетных инвестиций;
- льготное кредитование научно-технических разработок в долевое финансирование крупных проектов.

Таким образом, перспективность инновационного развития рассматривается, как долговременное направление структурной политики в области науки и бизнеса, и обеспечения перелива инвестиций в сферы инноваций.

Совершенствование работы по упомянутым направлениям даст возможность созданию и активному внедрению инноваций в Казахстане, что в перспективе позволит участвовать Казахстану в глобальной конкуренции.

Переход к инновационной экономике - абсолютный императив развития Казахстана на период до 2020 г. и далее. Стимулирование инновационной активности и формирование инновационного сектора необходимо как для поддержания конкурентоспособности товаров и услуг в условиях

глобального рынка, так и для перехода к следующей – инновационной стадии развития, позволяющей привести в соответствие качество человеческого капитала и структуру экономики, а также смягчить негативные факторы, ограничивающие потенциал роста экономики сегодня.

Список использованной литературы

1. Послание Президента Республики Казахстан Н.Назарбаева народу Казахстана. 31 января 2017 г. «Третья модернизация Казахстана: глобальная конкурентоспособность» [Электрон.ресурс] – 2017.- URL: http://www.akorda.kz/ru/(дата обращения: 26.02.2017)

2. Всемирный экономический форум: Рейтинг глобальной конкурентоспособности 2015–2016. [Электрон.ресурс] - Центр гуманитарных технологий. - URL: http://gtmarket.ru/news/2015/09/30/7246 (дата обращения: 26.01.2017)

3. Расчет ИРЛП [Электрон.ресурс]. - URL: http://hdr.undp.org/en/media/HDR_20072008_RU_Technical1.pdf. (дата обращения: 26.01.2017)

4. http://www.tengrinews.kz/ (дата обращения: 26.01.2017)

5. Программа по формированию и развитию национальной инновационной системы Республики Казахстан на 2005-2015 годы. - Астана, 2005 – 42 с

6. Ботеновская Е.С. Особенности инновационного развития Европейских стран с малой экономикой / Е. С. Ботеновская // Новости науки и технологий. - 2015. - № 1. - С. 34-42. - (Научные публикации). - Библиогр.: с. 42

7. http://www.stat.gov.kz (дата обращения: 26.01.2017)

8. Джеломанов Е.В.. Инновационная активность через призму интеллектуальной собственности / Е. Джеломанов // Наука и инновации. - 2015. - № 4. - С. 51-53. - (Синергия знаний). - Библиогр.: с. 53.

УДК 336.221 (262)
МРНТИ 06.73.15

Р.Е Джаншанло[1]
Р.Е Балденова[1]

[1]Казахский Национальный Университет имени аль-Фараби, г.Алматы, Казахстан

НАИБОЛЕЕ ЭФФЕКТИВНАЯ СТАВКА ПОДОХОДНОГО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ

Аннотация

На сегодняшний день особое внимание уделяют вопросам реализации регулирующей функции налогообложения, которая является механизмом выполнения социально-экономической политики государства. Особую актуальность имеет эффективная ставка корпоративного подоходного налога в Республике Казахстан, который имеет низкий уровень собираемости по сравнению с развитыми странами. В связи с развитием и повышением уровня доходов домашних хозяйств в последнее десятилетие налоговая сфера является особо привлекательной для совершения противоправных действий, таких как сокрытие доходов, использование различных схем ухода от налогообложения. Для того чтобы решить данный вопрос требуется постоянная корректировка налоговой политики, принятие оперативных решений по управлению налоговой системой на основе статистической информации, путем выбора наиболее эффективной ставки подоходного налогообложения.

Ключевые слова: ставка подоходного налогообложения, плоская или прогрессивная шкала налогообложения, социально-экономическая политика.

Р.Е Джаншанло[1]

Р.Е Балденова[1]
[1]*Әл – Фараби атындағы Қазақ Ұлттық Университеті, Алматы қ., Қазақстан*

ТАБЫСҚА САЛЫНАТЫН САЛЫҚТЫҢ ЕҢ ТИІМДІ МӨЛШЕРЛЕМЕСІ

Аңдатпа

Бүгінгі таңда мемлекеттің әлеуметтік-экономикалық саясатын орындау механизмі болып табылатын салық салудың реттеуші қызметін жүзеге асыру мәселелеріне ерекше назар аударылып отыр. Әсіресе, басқа дамыған елдермен салыстырғанда жинау деңгейі төмен болып келетін корпоративті табыс салығының тиімді мөлшерлемесі өзекті мәселелердің қатарында. Үй шаруашылықтары табыстары деңгейінің көтерілуі мен дамуының әсерінен соңғы онжылдықта салық сферасы табыстарды жасыру, салық салудан жалтару схемаларын пайдалану сияқты заңға қайшы әрекеттер жасауға қолайлы болып отыр. Аталған мәселені шешу үшін салық саясатын түзете отырып реттеу, табысқа салынатын салықтың тиімді мөлшерлемесін таңдау жолымен статистикалық ақпарат негізінде салық жүйесін басқару бойынша жедел шешімдер қабылдау керек.

Түйін сөздер: табыс салығын салу ставкасы, салық салудың жазық немесе прогрессивті шкаласы, әлеуметтік-экономикалық саясат.

RE Janshanlo[1]
R.E. Baldenova[1]
[1]*Kazakh National University named after al-Farabi, Almaty, Kazakhstan*

THE MOST EFFECTIVE RATE OF INCOME TAXATION

Abstract

Today special attention is paid to the implementation of the regulatory function of taxation, which is the mechanism for the implementation of the socio-economic state policy. The effective rate of corporate income tax in Kazakhstan, which has a low level of collection in comparison with developed countries, has a particular relevance. In connection with the development and increase in the level of household incomes in the last decade, the tax sphere is particularly attractive for committing unlawful actions, such as concealing income, using various schemes for avoiding taxation. In order to solve this issue, a constant adjustment of the tax policy, the adoption of operational decisions on the management of the tax system based on statistical information, by choosing the most effective rate of income taxation is required.

Key words: Income tax rate, flat or progressive scale of taxation, socio-economic policy.

На сегодняшний день экономистами развитых и развивающихся стран активно обсуждается вопрос о том, какая ставка подоходного налога наиболее эффективна: плоская или прогрессивная. Это связано с тем, что в условиях рыночной экономики налоги в социальной сфере выполняют функцию регулирования и в этих условиях выступают как средство для реализации государственной социальной политики.

Кузнецова И. Ю. [1] в своем исследовании пришла к выводу, что в развитых странах наблюдается рост взаимосвязи социальной политики государства с социальной направленностью налогообложения, так как их системы налогообложения носят ярко выраженный социальный характер, основанный на системе различных социальных льгот.

Рассмотрим преимущества и недостатки плоской и прогрессивной ставки налогообложения. Плоская шкала налога означает налог, взимаемый по единой ставке при любом уровне дохода. Этот метод исчисления подоходного налога все-таки в первую очередь выгодна богатым, нежели бедным. Конечно, в денежном эквиваленте даже 10% от дохода богатых - это могут быть суммы, выраженные в десятках тысяч долларов. Но в то же время, мы прекрасно понимаем, что выплачивать 10% куда как проще и «не так обидно», чем скажем 30% или даже 40%. Эта система налогообложения используется в основном в небогатых странах Европы и бывших советских республиках, а также в некоторых развивающихся странах. Плоская шкала подоходного налога существует в Албании, Болгарии, Гернси и Джерси (Нормандские острова), Гонконге, Грузии, Исландии, Казахстане, Киргизии, Латвии, Литве, Македонии, Монголии, России, Румынии, Украине,

Чехии, Эстонии. Плоская шкала подоходного налога также введена в крупных странах, где субъектам федерации предоставлена бюджетная свобода на региональном уровне, — например, в канадской провинции Альберта, а также в отдельных штатах США: Иллинойсе, Индиане, Массачусетсе, Мичигане и Пенсильвании.

К основным особенностям плоской шкалы налогообложения относятся:

1) Стимулируется экономический рост: если люди могут сохранить большую часть своего более высокого дохода, то они имеют больше стимулов к работе, таким образом стимулируется экономический рост.

2) Реально улучшается распределение доходов путем прямого перераспределения, за счет уменьшения размера теневой экономики, что приводит к увеличению поступлений в бюджет.

3) Увеличивается притока иностранных инвестиций и развитие экономики за счет простоты, справедливости и эффективности налогообложения.

Прогрессивная шкала налогообложения — система налогообложения, при котором установлена прямая зависимость увеличения налоговых ставок от роста уровня облагаемого дохода налогоплательщика. В большинстве развитых стран применяется именно этот метод подоходного налогообложения.

К основным преимуществам прогрессивной шкалы обложения относятся:

1) Формирует более благоприятную с социально-экономической точки зрения систему перераспределения доходов в обществе

2) Приводит к большей удовлетворенности государственными и общественными благами, что, в свою очередь, приводит к росту субъективного благосостояния

3) Регулирует перераспределение бюджетных средств между богатыми и бедными, тем самым укрепляя средний класс населения.

В научном мире мнения о наиболее эффективной ставке налогообложения расходятся в решении вопросов снижения неравенства в доходах (табл.1).

Таблица 1 - Результаты исследований ученых экономистов о наиболее эффективной ставке налогообложения

№	Экономисты исследователи	Результаты исследований
1	Alston и др., 1992; Ricketts и Shoesmith, 1992	Прогрессивное налогообложение, в совокупности с универсальными гарантируемыми пособиями по социальному обеспечению, играет, по крайней мере, некоторую роль в перераспределении доходов, даже при том, что такое перераспределение может повлечь за собой отрицательные эффекты, так называемый компромисс «справедливости и эффективности». [2]
2	Д. К. Джонстон (2005)	Выступает за прогрессивную шкалу налогообложения: чем богаче человек и чем выше его доход, соответственно этому и должен выплачивать налоги. [3]
3	Чичелёв М.Е. (2007)	Применение единой ставки налогообложения ведет к искажению характера налогового стимулирования. Именно прогрессивная шкала налогообложения позволяет сформировать более благоприятную с социально-экономической точки зрения систему перераспределения доходов в обществе. А для решения проблемы нищеты с точки зрения ученого необходимо повышение минимального размера заработной платы до трехкратной стоимости потребительской корзины, что позволит гарантировать социальную защиту сотрудников с низким уровнем дохода. [4]
4	В. Бобров (2012)	Система налогообложения строится таким образом,

		чтобы на плечи менее обеспеченных слоев общества переложить большую тяжесть налоговой нагрузки. Он полагает, что предложение об исчислении подоходного налога с общей суммы дохода со стабильной многолетней шкалой, требующей лишь ежегодной корректировки в зависимости от уровня средней заработной платы, соответствует всем необходимым критериям. [5]
5	Алексей Багаряков (2012)	98% населения не заметят или даже выиграют от внедрения прогрессивной шкалы, что позволит не допускать слишком большого разброса в доходах разных слоев населения, и тем самым будет способствовать появлению среднего класса
6	Y. Gorodnichenko, J. Martinez Vazquez, K. Sabirianova Peter	Принятие единой тарифной ставки подоходного налога не приводит к существенным увеличениям налоговых поступлений, как это первоначально ожидается, так как влияние на производительность труда, как показал анализ, является довольно маленьким [6]
7	Edgar K. Browning and Jacqueline M. Browning (1985) Pierre-Luc Thibault (2002) Г.Карагусова (2011)	Плоская шкала налогообложения имеет существенные преимущества. Они считают, что чем проще и понятнее ставка налога, тем она является более справедливой, доступной и эффективной для всех, тем самым привлекая к своевременной уплате [7,8,9],
8	D. Duncan и K. Sabirianova	Прогрессивный подоходный налог отрицательно сказывается на неравенстве доходов, особенно это сильно проявляется в странах с более развитыми демократическими институтами. В странах со слабым законом и порядком, введение прогрессивного налога может иметь низкий эффект, так как это может привести к увеличению степени уклонения от налогов. [10]

Исходя из выше изложенного материала можно сделать вывод о том, что плоская шкала налогообложения характерна для стран со слабой экономикой и слабой системой администрирования. Если экономика не развивается из-за вездесущего уклонения от налогов, что характерно для стран постсоветского пространства, то реформа подоходного налога через введение единой тарифной ставки может привести к существенному росту общей суммы собираемости налогов посредством повышения уровня правосознания и соблюдения налогового законодательства. Плоская шкала подоходного налогообложения способствует значительному сокращению уклонения от налогов среди налогоплательщиков, которые испытали ощутимое уменьшение в налоговых ставках.

Таким образом, система подоходного налогообложения населения должна обеспечивать баланс целей экономической и социальной политики государства, а критерием оценки эффективности подоходного налога выступает его способность решать задачу оптимального перераспределения доходов. Оптимальным решением является именно сбалансированная налоговая политика, когда государство свободно балансирует на гране фискальной политики и политики социально-экономического развития, что, безусловно, способствует росту человеческого капитала.

Список использованной литературы

1) Кузнецова И. Ю. Теоретико-методологические основы социальной направленности налогообложения: И. Ю. Кузнецова – РАГС при Президенте РФ. [Электронный ресурс].- 2007.- URL: http://economy-lib.com/ (дата обращения 21.01.2017)

2) Ricketts M, Shoesmith E (1992). British Economic Opinion: Positive Science or Normative Judgment. Am. Econ. Rev., 82(2): 210–215.

3) Johnston DC (2005). Taxes and Income Inequality «For tax Analysts». [http://www.tax.com/taxcom/features.nsf/Articles] accessed January 18 (2012): 12

4) Chichelev ME (2007). On the question of an alternative flat tax and progressive scale of individuals. [http://www.gossector.narod.ru] last accessed February 12(2012). Fin. J. 17: 4-13.

5) Владимир Бобров Проблемы подоходного налога в проекте налогового кодекса. Палата налоговых консультантов Казахстан. [Электронный ресурс].- 2012.- URL http://pnk.kz/index.php?module=page&id=12 (дата обращения 21.02.2017).

6) Костылева Л.В. Налогообложение как механизм регулирования неравенства населения. //Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 3 (15) 2011, 66-77 стр.

7) Gorodnichenko Y, Vazquez J M, Sabirianova KP (2009). Myth and Reality of Flat Tax Reform: Micro Estimates of Tax Evasion Response and Welfare Effects in Russia. J. Pol. Econ., 3(117): 504-554.

8) Browning EK, Jacqueline MB (1985). Why Not a True Flat Rate Tax. Cato J., 131: 629-650.

9) Thibault P (2002). Canada needs a flat rate income tax. Montreal, 102:137-139.

10) D.Duncan, K. Sabirianova (2008) Tax Progressivity and Income Inequality.// Working paper 2008-6-5 June 2008.- P 47

УДК 334.021:35
МРНТИ 06.56.31

Л.И.Жазылбек[1]
[1] Казахский Национальный Педагогический Университет имени Абая, г.Алматы, Казахстан

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В КАЗАХСТАНЕ

Аннотация

В Казахстане должен быть создан благоприятный инвестиционный климат с целью наращивания экономического потенциала. Именно эффективная государственная инвестиционная политика влияет на прогресс развития экономики страны. Казахстан с первых лет своей независимости делал ставку на обеспечение экономического роста через создание благоприятных условий для зарубежных инвесторов. В данной статье рассмотрены некоторые проблемы согласования интересов участников инвестиционного процесса , которое обеспечивается созданием и эффективным функционированием инвестиционного механизма регулирования, как системы методов, форм, источников финансирования, инструментов воздействия на процесс воспроизводства.А также в статье уделено внимание перспективным направлениям развития инвестиционных процессов в РК, которые связаны с усилением государственного регулирования практики привлечения и расходования инвестиций, дальнейшим реформированием финансовой системы, развитием института государственных гарантий, обеспечением высокой эффективности использования выделяемых средств, их реальным воздействием на формирование оптимальной структуры экономики в разрезе отраслей.

Ключевые слова: инвестиции, инвестиционный процесс,инвестиционный климат,ЕБРР, портфельные инвестиции,государственное регулирование.

Л.И.Жазылбек[1]
[1]*Абай атындағы Қазақ Ұлттық Педагогикалық Университеті, Алматы қ., Қазақстан*

ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ИНВЕСТИЦИЯЛЫҚ ПРОЦЕСТЕРДІҢ НЕГІЗГІ ДАМУ БАҒЫТТАРЫ

Аңдатпа

Қазақстан экономикалық әлеуетін арттыру мақсатында қолайлы инвестициялық ахуал құрылуы қажет.Елдің экономикасының даму барысына тиімді мемлекеттік инвестициялық саясат әсер болып табылады. Қазақстан өз тәуелсіздігінің алғашқы жылдарынан бастап шетелдік инвесторлар үшін қолайлы жағдай жасау арқылы экономикалық өсу жетуге негізделген. Бұл мақалада инвестициялық процеске қатысушылардың мүдделерін үйлестіру мәселелері,инвестициялық механизді реттеудің құрылуы мен тиімді жұмыс істеуін қамтамасыз ететін әдістер , нысандар, қаржыландыру көздері мен құралдардың жүйесінің ұдайы өндіріске әсерімен қамтамасыз етіледі. Сондай-ақ, мақалада Қазақстан Республикасындағы инвестициялық процестердің перспективалық бағыттарының инвестицияларды тарту мен жұмсау , қаржы жүйесін одан әрі реформалау, мемлекеттік кепілдіктер институтын дамыту,бөлінген қаражаттың пайдалануының жоғары тиімділігін қамтамасыз ету,салалар бойынша экономиканың оңтайлы құрылымын қалыптастыру бойынша мемлекеттік реттеудіңкүшейуіне назар аударылылған.

Түйін сөздер: инвестициялар,инвестициялық процесс,инвестициялық ахуал,ЕҚДБ, портфелді инвестициялар,мемлекеттік реттеу.

Zhazylbek L.I.[1]
[1]*Kazakh National Pedagogical University named after Abai, Almaty, Kazakhstan*

MAIN DIRECTIONS OF DEVELOPMENT OF INVESTMENT PROCESSES IN KAZAKHSTAN

Abstract

Kazakhstan has a favorable investment climate in order to increase the economic potential is to be created. It is an effective state investment policy affects the progress of the economy. Kazakhstan since the first years of its independence relied on economic growth through the creation of favorable conditions for foreign investors.

This article describes some of the problems of coordination of interests of participants of the investment process, which facilitates the creation and effective functioning of the mechanism of regulation of investment, as the system of methods, forms of financing sources, instruments of influence on the process of reproduction. Also in the article to the attention of prospective areas of investment processes in the Republic of Kazakhstan, which are associated with the strengthening of state regulation of the practice of attracting and spending of investment, further reform of the financial system, the development of the institute of state guarantees, ensuring high efficiency of use of the allocated funds, their actual impact on the formation of the optimal structure economy by industry.

Keywords: investments, investment process, investment climate, EBRD, portfolio investment, state regulation.

В стратегии «Казахстан-2050» Президент Казахстана Н.А.Назарбаев определил новый курс экономической политики – всеобъемлющий экономической прагматизм, основанный на принципах прибыльности, возврата от инвестиций и конкурентоспособности [1.] Согласно нового курса, в

Казахстане должен быть создан благоприятный инвестиционный климат с целью наращивания экономического потенциала. Именно эффективная государственная инвестиционная политика влияет на прогресс развития экономики государства. Казахстан с первых лет своей независимости делал ставку на обеспечение экономического роста через создание благоприятных условий для зарубежных инвесторов. За последние 11 лет благодаря той работе, которая была проведена нашим государством по улучшению инвестклимата, приток прямых иностранных инвестиций в экономику Казахстана составил более 230 миллиардов долларов США.

Инвестиционные процессы, опосредуемые соответствующими организационными структурами, являются в любой экономической системе катализаторами, движущей силой динамичного развития общественного производства.Инвестиционный процесс не существует обособленно, а всегда включен в какое-то пространство следующего уровня. Этоозначает, чтоон должен быть рассмотрен в рамках целостного подхода, то есть пространственного рассмотрения системы во взаимосвязи с другими системами.Любой субъект ориентирован на развитие, всегда требующее восполнения каких-то ресурсов и изменения определенных свойств.Ориентация на устранение этого дефицита собственными силами приводит к резкому замедлению роста, поскольку требует от субъекта заниматься несвойственной деятельностью, отвлекая на это его основные ресурсы.В условиях специализации ограниченность собственных средств заставляет субъекта искать объект, свойства которого позволяют восполнить существующий дефицит при минимальных вложениях. Необходимость в инвестициях возникает в том случае, когда потенциал найденного объекта не удовлетворяет нужным критериям и требует определенного внешнего участия для его развития. Возможность осуществления инвестиций возникает в том случае, когда субъект обладает ресурсами или свойствами, позволяющими оказать нужное воздействие на требуемые свойства объекта.

Инвестиционный процесс - это специфичный для определенной инвестиционной среды процесс приобщения инвестора к объекту инвестиций, осуществляемый с целью получения управляемого инвестиционного дохода посредством инвестирования [2].

Согласование интересов участников инвестиционного процесса обеспечивается созданием и эффективным функционированием инвестиционного механизма регулирования, как системы методов, форм, источников финансирования, инструментов воздействия на процесс воспроизводства.В централизованной экономике регулирование осуществляется с помощью преимущественно директивных, распорядительных методов, в рыночной – путем использования в основном рыночных регуляторов, настройки рыночного механизма.В странах с развитой рыночной экономикой государство в процессе регулирования инвестиционной деятельности принимает на себя одновременно несколько функций [3].

Первая функция – это регулирование (стимулирование или ограничение) общего объема капиталовложений частного бизнеса. По сути дела, это главная макроэкономическая функция по управлению инвестиционным процессом в развитой рыночной экономике, осуществляемая через политику ссудного процента, денежную, налоговую и амортизационную политики.

Вторая функция – это выборочное стимулирование капиталовложений в определенные предприятия, отрасли и сферы деятельности через кредитные и налоговые льготы, например, с помощью инвестиционного кредита.

Третья функция – это прямое административное вмешательство в инвестиционный процесс с целью ввода или вывода определенных производственных мощностей путем согласования планов и действий крупнейших корпораций.

В основе системы регулирования инвестиционного процесса должны лежать *принципы конкретности, адекватности и эффективности регулирования*. Согласно *первому принципу* способы регулирования должны точно соответствовать содержанию и плановым показателям определенного инвестиционного проекта. В соответствии с *принципом адекватности* необходим точный учет всех отраслевых, общеэкономических, функциональных и структурно-организационных особенностей инвестиционного процесса. *Принцип эффективности* предполагает предъявление требований о максимально возможном воздействии на инвестиционный процесс при ограничении необходимых для этого ресурсов.

Для успешной реализации этих принципов необходим полный набор возможных способов (инструментов) регулирования, позволяющий определить – с учетом того, что лучшее решение

можно установить только путем сравнения нескольких вариантов, – те из них, которые являются оптимальными для решения конкретной задачи развития, стоящей перед конкретным хозяйствующим субъектом. Основу такого набора должны составлять *нормативно-правовые,финансовые и организационные инструменты*. Нормативно-правовые инструменты характеризуют способы влияния на инвестиционный процесс, основанные на максимально точном и юридически оформленном перечне прав и обязанностей его участников. В этой группе инструментов следует выделить две подгруппы (в силу различного их воздействия на процесс инвестирования) – законодательную базу обеспечения инвестиционного процесса и систему государственных нормативов.

Практически все перечисленные инструменты регулирования в той или иной степени используются в Республике Казахстан. Однако пока они оказывают недостаточное влияние на инвестиционную деятельность, а именно на увеличение объемов и темпы роста производственных инвестиций и инвестиции в жилищно-коммунальное хозяйство, на их перевод в реальный сектор экономики, на улучшение инвестиционного климата. Соответственно, повышение инвестиционной активности, стимулирование и поддержание совокупного спроса на инвестиции являются актуальными задачами, решение которых возможно только при системном подходе к формированию и совершенствованию всей совокупности инструментов регулирования, поскольку использование с необходимой эффективностью каждого из них возможно только при достаточно развитом состоянии других. И прежде всего это относится к нормативно-правовым инструментам.

Большинство отечественных экономистов отмечают, что проблемы, связанные с инвестиционными процессами в РК, в целом можно условно разделить на ключевые и сопутствующие [4].

К ключевым проблемам можно отнести:сырьевую направленность иностранного инвестирования;неблагоприятный инвестиционный климат (как для иностранных, так и для национальных инвесторов). Оптимальный инвестиционный климат в стране определяется системой следующих показателей: потенциалом рынка страны; обеспеченностью производства природными и трудовыми ресурсами; состоянием и развитием экономических реформ; состоянием законодательной базы в сфере инвестиционной деятельности; характером льгот по налогам; особенностями принятия управленческих решений в государственных органах; уровнем развития рыночной инфраструктуры и валютного рынка; степенью устойчивости банковской системы; состоянием политического климата в стране; относительную неразвитость фондового рынка, что затрудняет привлечение и эффективное использование портфельных инвестиций;проблему ранжирования отраслей и производств с точки зрения возможности и необходимости привлечения иностранных инвесторов.

Сопутствующими проблемами являются: недостаточная развитость системы корпоративного управления; отсутствие четких критериев для отбора инвестиционных проектов; нехватка персонала, владеющего современными методами в сфере международного менеджмента и маркетинга; отсутствие собственной системы оценки инвестиционного климата, особенно в отдельных регионах страны; отсутствие национальной системы мониторинга инвестиционного климата[5].

Казахстан соперничает со многими странами, рынки которых более привлекательны для инвесторов. Иностранные инвесторы считают, что инвестиционный климат в республике не стабилен, однако указывают на положительные изменения, произошедшие в экономике Казахстана за последние годы.Так, Джанет Хекман ,директор представительства ЕБРР в Казахстане говорит,что поскольку банк работает во всех отраслях экономики и практически во всех регионах Казахстана, мы знаем страну лучше, чем многие другие международные организации или донорские компании. Положительный результат для развития, в частности, дают программа «НурлыЖол» и инфраструктурно-инвестиционная программа в рамках ЕАЭС и ВТО. А также с прошлого года Казахстан ввел безвизовый режим для 19 стран - основных инвестпартнеров. А с 1 января 2017 года эту возможность получат граждане еще 55 государств. Иностранцы смогут находиться в Казахстане сроком до 30 дней без оформления визы. Зарубежных бизнесменов стали обсуживать по принципу «одного окна, к тому же были приняты поправки в законодательство страны для улучшения инвестклимата. Эти меры, по мнению экспертов, помогут республике победить в глобальной борьбе за привлечение инвесторов. Страна станет «магнитом для инвестиций» в регионе, а также центром

для трансферта новых технологий.[5].Для дальнейшей рационализации инвестиционных процессов в стране следует ориентироваться не только на международные финансовые организации, но и на правительственные структуры тех промышленно развитых стран, которые в состоянии обеспечить поддержку проводимым экономическим преобразованиям в Казахстане и одновременно целеустремленно решать проблему обеспечения равных условий для деятельности национальных и иностранных инвесторов за счет установления для последних одинакового нормативно-правового режима с национальными инвесторами и в сфере налогообложения, и в сфере экспортных и импортных операций [6].

Перспективные направления развития инвестиционных процессов в РК связаны с усилением государственного регулирования практики привлечения и расходования инвестиций, дальнейшим реформированием финансовой системы, развитием института государственных гарантий, обеспечением высокой эффективности использования выделяемых средств, их реальным воздействием на формирование оптимальной структуры экономики в разрезе отраслей.В регулировании процессов инвестирования экономики важная роль принадлежит государству, которое своей целенаправленной политикой призвано стимулировать этот процесс. С изменением отношений собственности, осуществлению мер по рыночному реформированию экономики роль государства должна оставаться достаточно активной. В то же время государственное регулирование, отвечающее потребностям динамичных преобразований, должно учитывать изменяющиеся условия, одновременно являясь его катализатором.

Таким образом, для оживления инвестиционной активности необходима система неотложных мер государственного регулирования, которая должна включать: рациональное использование государственных и частных инвестиций; совершенствование механизма формирования государственных инвестиционных программ; определение конкретных направлений инвестиционной деятельности с целью восстановления воспроизводственных процессов в экономике; содействие со стороны государства развитию рынка ценных бумаг и созданию эффективной системы трансформации сбережений в инвестиции; реорганизацию банковской сферы с целью усиления инвестиционной ориентации их финансовых ресурсов; продолжение работы в направлении по созданию эффективной системы гарантирования инвестиций, направляемых в сферу производства; совершенствование амортизационной политики для увеличения собственных средств предприятий на инвестиционные вложения.

Список использованной литературы

1. *Стратегия "Казахстан - 2050" :новый политический курс состоявшегося государства.Послание президента Республики Казахстан – Лидера нации Н.А.Назарбаева народу Казахстана.Астана,Акорда. // Казахстанская правда,15 декабря 2012 года.*
2. *Шарп У., Гордон Л., Бейли Д. Инвестиции/ У. Шарп., Л.Гордон, Д.Бейли – М.: ИНФРА-М. – 2004. - 256 с.*
3. *Сапарова Б.С. Принципы инвестиционной политики и механизм регулирования инвестиционного процесса в Республике Казахстан // Проблемы современной экономики. - 2004. - № 4 (12).-105с.*
4. *Сапарова Б.С. Ускорение инвестиционных процессов с участием иностранного капитала в Республике Казахстан // Проблемы современной экономики. – 2005. - № 1/2 (13/14).[Электрон.ресурс]. –http://kazakh-tv.kz/ru/view/news_kazakhstan/page_178342(дата обращения: 02.03.2017)*
5. *Азбергенова Р.Б. Замедление экономического роста в Казахстане и перспективы его преодоления в процессе его глобализации.// Вестник КазНПУ им. Абая. серия «Международная жизнь и политика», №2(45), 2016.-87с.*
6. *Донцова Л.В. Система регулирования инвестиционных процессов в развитых странах // Менеджмент в России и за рубежом. - 1999. - №3.-56с.*

УДК 338
МРНТИ 06.75.02

Г.Б. Нурлихина[1]
Ф.Келимбетова[1]

[1] *Казахский Национальный Педагогический Университет имени Абая, г.Алматы, Казахстан*

КЛАСТЕРНЫЕ ИНИЦИАТИВЫ И НЕФТЕГАЗОВАЯ ОТРАСЛЬ КАЗАХСТАНА

Аннотация

В статье рассматривается возможность использования кластерных инициатив в нефтегазовой отрасли Казахстана. В этих целях описана современная ситуация использования кластерной теории на мировом пространстве, рассматривается концепция кластера, преимущества использования кластерного подхода и его влияние на экономическое развитие страны. В частности, вкратце указаны два основных метода кластерной политики, используемыми большинством успешных, развитых стран, которые базируются на степени участия государства в развитии и поддержке различных кластерных инициатив. Также представлены примеры успешных кластеров в мире в различных областях, особенно успешные модели кластерного развития в нефтегазовой отрасли. В связи с этим, идентифицируются проблемы компаний нефтегазовой отрасли Казахстана, рассматривается возможность решения данных проблем путем применения кластерного подхода.

Ключевые слова: кластер, кластерная теория, мировая практика кластерного развития, либеральная модель кластерного развития, континентальная (дирижистская) модель кластерного развития, менеджмент, нефтегазовое машиностроение

Г.Б. Нурлихина[1]
Ф.Келимбетова[1]

[1]*Абай атындағы Қазақ Ұлттық Педагогикалық Университеті, Алматы қ., Қазақстан*

КЛАСТЕРЛІК БАСТАМАЛАР ЖӘНЕ ҚАЗАҚСТАННЫҢ МҰНАЙ-ГАЗ АЛАСЫ

Аңдатпа

Мақалада Қазақстанның мұнай-газ саласындағы кластерлік ынта білдірулерді пайдаланудың мүмкіндігі қарастырылады. Осы мақсатпен әлемдік кеңістіктегі кластер теориясын пайдаланудың қазіргі жағдайы сипатталады, сонымен қатар кластер тұжырымдамасы, кластерлік тұрғыдан келу мен оның елдің экономикалық жағдайына әсері қарастырылады. Дәлірек айтқанда, әр түрлі кластерлік ынта білдірулерді дамыту мен қолдауға мемлекеттің қатысу деңгейіне негізделген көптеген табысты, дамыған елдер пайдаланатын кластерлік саясаттың негізі екі әдісі қысқаша көрсетілді. Сондай-ақ әлемдегі әр түрлі салалардағы сәтті кластерлердің мысалдары ұсынылған, әсіресе, мұнай-газ саласының сәтті үлгілері ұсынылды. Осымен байланысты, Қазақстанның мұнай-газ саласындағы компаниялардың проблемалары салыстырылып, аталған мәселелерді кластерлік тұрғыдан шешу жолдары қарастырылады.

Түйін сөздер: кластер, кластерлік теория, кластерлік дамудың әлемдік практикасы, кластерлік дамудың либералдық моделі, кластерлік дамудың континентальдық (дирижистік) моделі, менеджмент, мұнай-газ , машина жасау,

Nurlihina G.B.[1]
Kelimbetova F.T[1]

[1]*Kazakh National Pedagogical University named after Abai, Almaty, Kazakhstan*

CLUSTERS INITIATIVES AND OIL AND GAS INDUSTRY OF KAZAKHSTAN

Abstract

The article deals with the use of cluster initiatives in the oil and gas industry of Kazakhstan. For this purpose, this article describes the current situation of using cluster theory in the global space, examines the concept of the cluster, the advantages of using the cluster approach and its impact on the economic development of a country. In particular, two main methods of cluster policy, used by most successful, developed countries are briefly discussed. They are based on the degree of state involvement in the development and support of the various cluster initiatives. Also, examples of successful clusters in the world could be found in various fields, especially the successful model of cluster development in the oil and gas industry. In this regard, the problems of oil and gas companies in Kazakhstan are identified, and the possibility of solving these problems through the use of the cluster approach are considered.

*Key words***:** management, oil and gas machinery, cluster, cluster theory, international practices of cluster development, liberal model of cluster development, continental () model of cluster development.

Повышение конкурентоспособности экономики посредством кластерных инициатив становится базовым элементом стратегий развития подавляющего большинства развитых стран мира. Анализ показывает: их высокая конкурентоспособность основана на сильных позициях отдельных кластеров – локомотивов экономики.

Опыт индустриальных стран свидетельствует о том, что совершенствование промышленной структуры, повышение конкурентоспособности национальной экономики могут быть весьма эффективными при наличии диверсифицированной системы субконтрактных отношений ведущих производителей с мелкими и средними компаниями, берущими на себя решение отдельных узкоспециальных задач в конструировании и производстве отдельных узлов и компонентов, т.е. при наличии кластеров.

Исследование передового зарубежного опыта, а также анализ существующей отечественной практики позволит повысить эффективность реализации кластерных инициатив в развитии нефтегазовой отрасли.

В соответствии с общепринятым пониманием, определение кластера (англ. cluster) можно охарактеризовать как сконцентрированную на некоторой территории группу взаимосвязанных организаций, взаимодополняющих друг друга и усиливающих конкурентные преимущества отдельных компаний и кластера в целом. Кластер обладает свойствами взаимной конкуренции его участников, кооперации его участников, формирования уникальных компетенций региона, формированием концентрации предприятий и организаций на определённой территории. Спецификой кластера является получение организациями, входящими в него, синергетического эффекта, выражающегося в повышении конкурентоспособности всех участников кластера по сравнению с отдельными хозяйствующими субъектами [1].

Данный экономический феномен, впервые изученный на основании 100 кластеров основоположником кластерной теории Гарвардским профессором Майклом Портером, достаточно распространен и широко используется для развития индустрий, свойственных тому или иному региону в большинстве стран пытающихся добиться конкурентных преимуществ для увеличения доли рынка своих предприятий, как на внутреннем, так и на международных рынках. По оценкам экспертов, в настоящее время более 50% развитых экономик охвачены кластеризацией [2]. В целом, кластерная политика получила широкое распространение в мире, его применение стало закономерным этапом в развитии мировой экономики, а также является одним из важных признаков развитых стран.

Современной экономической теории сегодня известны различные модели использования кластеров, отличающихся как подходами, так и целями развития того или иного кластера. Эталонами развития инновационных кластеров являются такие страны как Соединенные Штаты Америки, страны Европейского союза, и страны Юго-Восточной Азии.

Самым ярким примером успешности и работоспособности кластерной теории является, конечно, Силиконовая долина, ежедневно производящая на свет как новые услуги, так и рождая в своих недрах новые идеи, находящие моментальную коммерческую реализацию благодаря сущности и основополагающей идее кластеров.

Двумя основными моделями кластерной политики, активно используемыми различным государствами, являются: либеральная и континентальная (дирижистская) кластерные политики.

Либеральная кластерная политика подразумевает под собой «мягкий» подход государства к развитию кластеров, позволяющий рынку развивать кластеры естественным, эволюционным путём. Государство предпринимает относительно незначительные шаги лишь по устранению барьеров, мешающих развитию кластеров. Данный подход характерен для стран, проводящих либеральную экономическую политику, таких как: Соединенные Штаты Америки, Канада, Австралия, Великобритания.

Континентальная кластерная политика, в свою очередь, отводит государству более активную, доминирующую роль в развитии той или иной индустрии. Данный подход позволяет, как форсировать развитие событий, так и развивать отрасли, которые без активного участия государства, с большой долей вероятности, не развились бы в данном регионе вообще. Континентальная кластерная политика наблюдается в странах, где государство играет более активную роль в экономической деятельности своей страны. В качестве примера можно привести такие страны как: Франция, Сингапур, Южная Корея, Китайская Народная Республика.

Однако, несмотря на то, какую модель кластерного развития выбирает государство, большинство развитых стран «держат руку на пульсе» этого, без сомнения, важного направления экономического развития. Такие страны как Франция, Швеция, Норвегия создали специальные межведомственные координационные органы с целью повышения координационной деятельности, тем самым облегчив процесс развития кластеров. В США, несмотря на более либеральный подход к развитию кластеров, так же была создана специальная комиссия по территориальным инновационным кластерам (theFederalTaskForceonRegionalInnovationClusters).

Государствами также спонсируются и всячески поддерживаются инициативы, оказывающие информационную, образовательную, консультационную, а также маркетинговую поддержку, проводятся научно-исследовательские работы для поддержки того или иного кластера. Средства, выделяемые на поддержку кластеров, ранжируются значительно от страны к стране. К примеру, в Германии по различным программам в среднем выделяется порядка 90 млн евро ежегодно на поддержку и развитие кластеров, тогда как во Франции размеры государственных вливаний на поддержку кластеров достигают умопомрачительного значения и составляет порядка 500 млн. евро ежегодно [3].

Значительные усилия, а также финансовые инвестиции государств в развитие кластеров, не проходят даром. Так, в Германии в рамках программы Биорегио (BioRegio), наблюдается увеличение на 300% числа биотехнологических компаний, что позволило создать более 9000 рабочих мест в данной отрасли, а разрыв между Великобританией и Германией в биотехнологической сфере существенно сократился. Сейчас Германия является европейским лидером в сфере биотехнологий, локализуя на своей территории примерно пятьсот компаний. Согласно ежегодному докладу, подготовленному biotechnologie.de, оборот этих компаний достиг 2,19 млрд. долл. (прирост в 30% за 2005 – 2008 годы), а количество занятых в отрасли достигло 14450 человек. Преобладающее большинство развитых стран не инвестируют в реализацию тех или иных проектов, на которых специализируются кластеры. Роль государства сводится к созданию благоприятных условий прихода в отрасль частных инвестиций. При континентальной (дирижистской) политике, государство может финансировать инфраструктурные проекты, позволяющие содействовать улучшению инвестиционного климата того или иного кластера, но реализация проектов той или иной индустрии за счёт средств государства, носит достаточно редкий характер и не крайне типична для государственной кластерной политики.

В пятёрку лидеров по кластерному развитию входят следующие страны:

1. Франция, обладающая 96 кластерами с основной специализацией в трёх областях: фармацевтика, косметика и производство продуктов питания. Флагманом кластеров Франции можно с уверенностью назвать «CosmeticValley», который объединяет порядка 600 предприятий, и является

лидером в области производства косметики во всем мире – каждый десятый косметический продукт, продаваемый в настоящее время в мире производится именно в этом кластере;

2. Индия со 106 кластерами, преимущественно концентрирующих свою деятельность в области компьютерных технологий. Оборот ИТ отрасли этой страны достигает 70 млрд. долларов США в год. Отличительной чертой подхода Индии к ИТ отрасли, является значительное послабление налоговой нагрузки на компании оперирующие в данном направлении – все компании отрасли освобождаются от уплаты налогов на 5 лет, а компании расположенные в технопарках на 10 лет.

3. Великобритания насчитывающая 168 кластеров, специализирующихся в основном в сферах биотехнологий и биоресурсов;

4. Италия с 206 кластерами занятых в производстве потребительских товаров и пищевом производстве. На промышленные кластеры Италии приходится 43% численности занятых в отрасли и более 30% объема национального экспорта. Большинство кластеров — одноотраслевые (90%), и специализируются на производстве потребительских товаров: тканей, одежды, обуви, ювелирных изделий, аксессуаров, а также мебели, кухонного оборудования, отделочных материалов и сантехнического оборудования. Одним из ярких примеров отдельных промышленных кластеров в Италии Сассуоло включает 220 предприятий, на которых трудятся в среднем по 100 человек. Ежегодно этот кластер производит более 330 млн. квадратных метров керамической плитки (практически каждую четвертую плитку в мире) на общую сумму более 3 млрд. евро. Вывоз этой продукции приносит стране почти 1,5% совокупного дохода от экспорта;

5. США – 380 кластеров. Специализация – Компьютерные технологии. В США в рамках кластеров работает более половины предприятий, а доля ВВП, производимого в них, превышает 60%. Пожалуй, самым известным и успешным из них является Кремниевая (Силиконовая) Долина. Это территория в штате Калифорния, отличающаяся большой плотностью высокотехнологичных компаний, связанных с разработкой и производством компьютеров и их составляющих. Особенно это касается микропроцессоров, а также программного обеспечения, устройств мобильной связи и биотехнологий. Несмотря на создание ряда других инновационных кластеров, Силиконовая долина остаётся ведущим центром такого рода, получая треть всех венчурных капиталовложений, которые делаются в США [4].

Ярким примером динамического развития кластера в нефтегазовой сфере является Ставангер, город расположенный в Норвегии. Сегодня этот населенный пункт имеет статус одной из нефтяных столиц мира. Обнаружение крупных залежей нефти в Северном море в недалеком 1969 году позволило Норвегии в достаточно сжатые, с исторической точки зрения, сроки наладить промышленную разработку нефтяных месторождений на уровне, позволившем «новичкам» войти в число первых 15 стран по уровню добычи, – по данным ОПЕК за 2015 год Норвегия добывала чуть более полутора миллиона баррелей нефти в день. До того, как Ставангер стал нефтяной столицей мира, это был городок преимущество выживавший за счёт рыбного промысла и кораблестроения, периода роста постоянно сменялись спадами и кризисами . Однако, уже в 1972 году было принято решение сделать из Ставангера «нефтяную столицу». Это позволило выйти на траекторию роста, продолжающегося по сей день. Оглядываясь назад, можно лишь поучиться тому, как были достигнуты умопомрачительные результаты: более 400 компаний, оперирующих в нефтегазовом сервисе, обслуживают порядка 35 нефтегазовых компании. Сегодня большинство из мировых лидеров индустрии имеют в районе Ставангера свои офисы – среди них можно назвать BP, Total, ENI, ConocoPhillips, Shell и другие. Все правительственные организации, задействованные в регулировании и развитии индустрии, также расположили свои офисы именно в Ставангере. Образование кластера в этом регионе позволило Ставангеру за период чуть больше сорока лет совершить прыжок от полного отсутствия нефтегазовой отрасли в стране к 14 строчке среди нефтегазовых стран мира.

Одномоментно с приданием Ставангеру статуса нефтяной столицы, Правительство учредило национальную нефтегазовую компанию Statoil (сокращенно от State’s Oil – государственная нефть). Сегодня Statoil является крупнейшей нефтегазовой компанией Северной Европы и самостоятельно добывает порядка 60% Норвежской нефти, при этом обеспечивая высокооплачиваемой работой более 20 тысяч человек [5].

Не являясь исключением из правила, Ставангер также располагает в своём распоряжении рядом учебных центров, а также высшим учебным заведением – Университетом Ставангера (University of Stavanger), в котором одномоментно обучаются порядка 100 тыс. человек. Мировой опыт показывает, что, несмотря на различия как в разрезе стран, так и индустрий, один фактор присутствует практически во всех без исключения кластерах – это центр компетенций. Большинство из кластеров либо имеют на своей территории учебные заведения, которые тесно интегрированы в ежедневную жизнь кластера, либо располагают исследовательскими центрами, основной целью которых являются прикладные исследования в отдельно взятой отрасли и/или отраслях.

Успешная модель Ставангера заставляет обратить внимание на нефтегазовую отрасль Казахстана в свете кластерного развития. Особенно учитывая тот факт, что эта отрасль играет лидирующую роль в экономике Казахстана, обеспечивая 40% поступлений в государственный бюджет.

На основе оценки ряда предприятий, оперирующих в нефтегазовой отрасли Казахстана, был выведен ряд закономерностей, сложностей, с которыми сталкиваются данные предприятия. Выявленные проблемные вопросы ведения бизнеса можно представить в виде следующего сгруппированного перечня:

- государственное регулирование:

– отсутствие долгосрочного видения развития отрасли, что ведет к большой неопределенности при разработке компаниями долгосрочных планов;

– предоставление налоговых и таможенных преференций крупным нефтегазовым производителям, обеспечивающее конкурентное преимущество иностранным поставщикам нефтегазового оборудования;

– отсутствие ясного механизма импортозамещения, что не позволяет пользоваться им местным предприятиям;

- стандарты и сертификация:

– недостаточное развитие системы сертификации ограничивает конкурентоспособность отечественных предприятий, т.к. несертифицированная продукция не пользуется спросом со стороны компаний нефтегазового сектора;

– недостаток информации о международных стандартах, при этом несоответствие им или отсутствие подтверждения соответствия им продукции отечественных производителей, обусловливает малый спрос со стороны нефтегазодобывающих компаний;

– малое количество переведенных на русский язык международных стандартов влечет последствия, аналогичные вышеупомянутым;

- человеческие ресурсы:

– недостаток квалифицированных опытных кадров не позволяет обеспечить слаженный производственный процесс, вынуждает предприятия самостоятельно обучать сотрудников непосредственно на месте работы;

– учебные планы профессионально-технического образования требуют совершенствования для обеспечения компаний нефтегазовой отрасли подготовленными кадрами;

– недостаток квалифицированных инженерно-технических кадров ведет к тому, что не все заказы клиентов могут быть удовлетворены, что снижает объем заказов;

- доступ к финансовым ресурсам:

– высокие процентные ставки по займам означают большие затраты на обслуживание таких займов, что часто экономически неоправданно;

– завышенные требования по залоговому обеспечению кредитов несут непомерные риски утери производственных фондов или контроля собственников над предприятием;

– в целом отсутствие интереса банков к финансированию производителей нефтегазового оборудования вследствие необходимости больших объемов долгосрочного кредитования обуславливает дефицит кредитных продуктов с привлекательными условиями для компаний-производителей нефтегазового оборудования;

- технологии:

– отсутствие современных технологий у действующих предприятий, не позволяющее производить необходимый ассортимент продукции, что существенно ограничивает «доступный» рынок сбыта.

Очевидно, что урегулирование перечисленных выше проблем одной компанией с практической точки зрения не представляется возможным. Решение вопросов, касающихся государственного регулирования, стандартизации и сертификации, требует непосредственного участия компетентных государственных органов. Работа по ликвидации трудностей с обеспечением качества относительно недорогих человеческих ресурсов невообразима без участия в ней высших учебных заведений, организаций профессионального образования и Министерства образования. Доступа к финансовым ресурсам на приемлемых условиях не добиться без взаимодействия с банками и другими финансовыми учреждениями, а возможно также и с регулятором. При этом голос одного предприятия скорее всего не будет услышан сонмом представителей других сторон. Поэтому обойтись без сотрудничества между самими представителями нефтегазовой отрасли для определения приоритетных проблем и построения механизмов эффективного диалога не только с другими сторонами, но и между собой практически невозможно.

Одной из форм структурирования и налаживания этой работы, взаимодействия между участниками отрасли, коммуникаций и отношений с другими релевантными субъектами может служить организация всех заинтересованных сторон в виде кластера [6].

Вмести с тем, развитие кластеров имеет огромный, до сих пор полностью не реализованный, потенциал экономического развитияне только стран, но и отраслей, предприятий, научно-технических учреждений. Феномен кластерного развития на сегодняшний день достаточно апробирован и доказал своё право на жизнь. Более детальное изучение мирового опыта, позволит в будущем создать оптимальную систему, подходящую для Казахстана.

Список использованной литературы

*1.Постановление Правительства РК ОТ 11.10.2013 No 1092 Дата: 28.01.2016 11:29:03 Источник: Информационная система «ПАРАГРАФ»2015 [электронный ресурс] URL:*http://kidi.gov.kz/docs/2836275.pdf *(дата обращения: 14.02.2017).*

2. Кабулдинова Д.Е. Перспективы кластерного развития в реальном секторе экономики Республики Казахстан (на материалах Павлодарской области). Магистерская диссертация. Специальность – «Экономика», 2015, URL:http://www.icsti.su/uploaded/201304/cluster.pdf(дата обращения: 14.02.2017).

*3. Артемова С.В. Изучение лучших практик промышленных кластеров и технопарков в Германии и Франции, 2016 [электронный ресурс] официальный сайт Российской кластерной обсерватории URL:*http://cluster.hse.ru/news/2139/ *(дата обращения: 14.02.2017).*

*4. Голант З.М. Кластеры в современном мире: рейтинг самых развитых стран, 2015 [электронный ресурс] официальный сайт Петербургского правового портала URL:*http://ppt.ru/news/134649 *(дата обращения: 14.02.2017).*

5. Данные официального сайта компании Statoil. URL: https://www.statoil.com/en/about-us.html#statoil-at-a-glance *(дата обращения: 14.02.2017).*

6. Что собой представляет дирижистская кластерная политика, [электронный ресурс] URL: http://www.genon.ru/GetAnswer.aspx?qid=9ae80b7d-114e-4032-9ba8-55c52d90bd87 *(дата обращения: 14.02.2017).*

УДК 311.216; 336.717.6
МРНТИ 06.35.31

К.Н. Нарибаев[1]
А.Н. Ерасилова[1]

[1] *Казахский Национальный Педагогический Университет имени Абая,*

г.Алматы, Казахстан

МЕТОДЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ НАЛОГОВОГО УЧЕТА НА ПРЕДПРИЯТИИ

Аннотация

Совершенствование налогового законодательства является необходимым для обеспечения стабильности инвестиционных процессов в сфере производства продукции (товаров и услуг), а также для целей законного наращивания капитала. С этой целью неоднократно предпринимались попытки сформировать концепцию нового налогового законодательства.

Перед государством стоят задачи совершенствования налогообложения прибыли. Одна из важных задач это снижение реальной налоговой нагрузки на товаропроизводителей в сочетании с безусловным обеспечением необходимыми финансовыми ресурсами бюджетов всех уровней. В определенной мере эта задача будет решена путем снижения ставки налога на прибыль, а также формирования второй части Налогового кодекса. Кроме этого необходимо обеспечить максимально равномерное распределение налоговой нагрузки по налогу на прибыль организаций путем выравнивания налоговой базы. С этой целью автором даны предложения по совершенствованию механизма формирования налоговой базы.

Также рассмотрены модели системного подхода совершенствования налогообложения прибыли организаций, которая направлена на обеспечение оптимального соотношения регулирующей и фискальной функций налога на прибыль организаций в целях улучшения условий для роста экономики РК.

В статье рассмотрены методы совершенствования налогового учета в компаниях, в том числе совершенствования механизма формирования налоговой базы. Также рассмотрены проблемы налогообложения и основные элементы модели системного подхода по совершенствованию налогообложения прибыли.

Ключевые слова: Налоговое законодательство, Налоговый Кодекс, бюджет государства, механизм формирования налоговой базы, налоговый учет, модели системного подхода, финансовые ресурсы, налоговая нагрузка.

К.Н. Нарибаев[1]
А.Н. Ерасилова[1]

[1]*Абай атындағы Қазақ Ұлттық Педагогикалық Университеті,*
Алматы қ., Қазақстан

КӘСІПОРЫНДАҒЫ САЛЫҚ ЕСЕПТІЛІГІН ЖЕТІЛДІРУ ӘДІСТЕРІ

Андатпа

Салық заңнамасын жетілдіру өнім (тауарлар мен қызметтер) өндіру үшін қажетті инвестициялық процестердің тұрақтылығын қамтамасыз ету, сондай-ақ капиталды заңды түрде ұлғайту мақсаттары үшін қажет. Осы мақсатта, жаңа салық заңнамасының тұжырымдамасын қалыптастыруға қатысты бірнеше әрекеттер жасалынды.

Мемлекеттің алдында пайдаға салынатын салықты жетілдіру міндеттері тұр. Ең маңызды міндеттердің бірі барлық деңгейдегі бюджеттерді қажетті қаржы ресурстарымен қамтамасыз ете отырып, тауар өндірушілерге нақты салықтық ауыртпалықтарды төмендету болып табылады. Белгілі дәрежеде, бұл мәселені табыс салығына деген ставкаларды азайту арқылы және Салық кодексінің екінші бөлімін қалыптастыру арқылы шешуге болады. Одан бөлек, салық базасын теңдестіру арқылы пайдаға салынатын салық ауыртпалығын біркелкі бөлуді қамтамасыз ету керек. Осы мақсатта, автормен салық базасын қалыптастыру механизмін жетілдіру бойынша ұсыныстар берілген.

Сондай-ақ кәсіпорынның пайдасына салық салуды жетілдірудің жүйелі әдісінің үлгісі қарастырылған. Ол өз кезегінде ҚР экономикасының өсуін жақсарту мақсатында кәсіпорынның

пайдасына салынатын салықтың фискалды және реттеуші қызметінің оңтайлы арақатынасын қамтамасыз етуге бағытталған.

Мақалада компаниялар үшін салықтық есепке жетілдіру әдістері қарастырылған, оның ішінде салық базасын қалыптастыруда жетілдіру механизмы қарастырылған. Сондай-ақ, салық салу мәселелері және пайдаға салынатын салық салуды жақсарту үшін қолданылатың жүйелі көзқарас моделінің негізгі элементтері қарастырылған.

Түйін сөздер: Салық заңнамасы, Салық кодексі, мемлекеттік бюджет, салық базасын қалыптастыру механизмі, салық есебі, жүйелі тәсіл моделі, қаржы ресурстары, салық ауыртпалығы.

K. N. Naribaev[1]
A. N. Erasilova[1]
[1]*Kazakh National Pedagogical University named after Abai, Almaty, Kazakhstan*

METHODS OF IMPROVING TAX ACCOUNTING IN THE ENTERPRISE

Abstract

Improving tax legislation is necessary to ensure the stability of the investment processes in the production of products (goods and services), as well as for the purposes of capital increase. To this end, several attempts to form a concept of the new tax legislation.

Before the state faces challenges of improving profits tax. One important task is the decline in real tax burden on producers in combination with an unconditional provision of the necessary financial resources of budgets of all levels. To some extent, this problem will be solved by reducing the income tax rate, as well as the formation of the second part of the Tax Code. In addition, you must provide the most uniform distribution of the tax burden on corporate profits by equalizing the tax base. To this end, the author gives suggestions for improvement of the mechanism of formation of the tax base.

It is also considered a model system approach to improve the tax profit organization, which aims to ensure the optimum ratio of regulatory and fiscal functions of corporate income tax in order to improve conditions for the growth of Kazakhstan's economy.

The article describes methods to improve tax accounting in companies, including improvement of the mechanism of formation of the tax base. Also, the problems of taxation and basic elements of the model system approach to improve the taxation of profits.

Keywords: Tax legislation, the Tax Code, the state budget, the mechanism of formation of the tax base, tax accounting, model system approach, financial resources, tax burden.

Совершенствование налогового законодательства необходимо для того, чтобы налог на прибыль как прямой налог выполнял свое основное функциональное назначение - обеспечивал стабильность инвестиционных процессов в сфере производства продукции (товаров и услуг), а также законное наращивание капитала. С этой целью неоднократно предпринимались попытки сформировать концепцию нового налогового законодательства.

Перед государством стоят задачи совершенствования налогообложения прибыли. Во-первых, важная задача - снижение реальной налоговой нагрузки на товаропроизводителей в сочетании с безусловным обеспечением необходимыми финансовыми ресурсами бюджетов всех уровней. В определенной мере эта задача будет решена путем снижения ставки налога на прибыль, а также формирования второй части Налогового кодекса. Во-вторых, необходимо обеспечить максимально равномерное распределение налоговой нагрузки по налогу на прибыль организаций путем выравнивания налоговой базы[1]. Предложениями автора по совершенствованию механизма формирования налоговой базы являются:

1. Целесообразно отменить механизм создания резервов по сомнительным долгам. Данное новшество будет стимулировать организации устанавливать более жесткий контроль за дебиторской

задолженностью и расчетно-платежной дисциплиной в отношениях с контрагентами, что предотвратит возможность отсрочки уплаты налога на длительный срок и повлияет на стабильность и равномерность налоговых платежей в бюджет.

2. Пересмотреть и отменить возможность принимать к вычету убыток от реализации амортизируемого имущества, т.к. реализация данного имущества с убытком приобрела умышленный и массовый характер в целях минимизации налогообложения прибыли.

3. Необходимо отменить нормы, позволяющие перенос убытков без ограничений, и оставить в действии существующее ограничение в размере 50% налоговой базы, т.к. новые правила переноса убытков неизбежно приведут к стремлению преднамеренно получать убытки с целью значительного сокращения налоговой базы.

4. Считаем целесообразным включить специальный критерий переноса убытков для налогоплательщиков-правопреемников, которым является экономическая идентичность основной деятельности реорганизованной организации с основной деятельностью убыточной организации. Это позволит пресечь действия по приобретению убыточного бизнеса исключительно с целью минимизации налогов.

Более того важную роль сыграло бы применение модели системного подхода совершенствования налогообложения прибыли организаций, которая направлена на обеспечение оптимального соотношения регулирующей и фискальной функций налога на прибыль организаций в целях улучшения условий для роста экономики РК.

Основными элементами модели системного подхода по совершенствованию налогообложения прибыли являются:

1. Введение дифференцированных ставок налога на прибыль организаций в целях выравнивание условий осуществления финансово-хозяйственной деятельности организаций разных отраслей экономики РК;

2. Введение инвестиционной льготы для стимулирования роста инвестиций и увеличения собственных источников финансирования капитальных вложений;

3. Выстраивание системы налогового учета на основе данных бухгалтерского учета, создание регистров налогового учета[2].

Каждый из элементов модели учитывает соблюдение базовых принципов налогообложения (справедливость и удобство) и направлен на увеличение значения регулирующей функции налога на прибыль, при условии сохранения важной роли этого налога в доходах бюджетной системы РК. Эффективное функционирование механизма налогового регулирования экономики обеспечивается через систему налоговых ставок и льгот.

Результатом реализации в практику налогообложения выше перечисленных элементов модели станет создание условий для роста инвестиций в основные производственные фонды, стимулирование промышленного производства, рост ВВП, снижение налоговой нагрузки на экономику, упрощение системы налогового администрирования.

Рассмотрим каждый из элементов модели более подробно:

1. В естественных условиях получение прибыли в различных отраслях экономики происходит неравномерно. Поэтому реформирование ставки налога на прибыль необходимо, во-первых, для выравнивания возможностей налогоплательщиков функционировать в рыночных условиях в рамках принципа справедливости налогообложения, а во-вторых, для выполнения функции пополнения доходов бюджета.

Предложенная автором методика дифференцированного применения ставок налога на прибыль для организаций различных отраслей экономики основана на оценке основных показателей их деятельности, оказывающих влияние на формирование налоговой базы и поступления по налогу на прибыль организаций.

2. Произошло ослабление системы льгот по налогу на прибыль. Такое изменение привело к частичной утрате регулирующих свойств налога на прибыль. Политика снижения ставки по налогу на прибыль и использование механизма ускоренной амортизации при всей их значимости не может эффективно влиять на определенные сферы и направления экономической деятельности.

Отмена инвестиционной льготы и введение механизма ускоренной амортизации не эквиваленты по следующим причинам:

применение нелинейного метода амортизации распространяется только на часть основных фондов;

механизм ускоренной амортизации является "льготой" косвенной, не приводящей к вычету реальных расходов на инвестиции из облагаемой прибыли, а приводящей лишь к отсрочке уплаты налога;

инвестиционная льгота поощряет инвестиции при определенных условиях и предоставляется сразу после факта инвестирования, механизм ускоренной амортизации может быть использован на цели, не относящиеся к инвестированию и, независимо от факта инвестирования, процесс амортизации происходит на протяжении длительного периода времени.

В целях стимулирования инвестиций целесообразно применение и инвестиционной льготы, и механизма ускоренной амортизации.

Восстановление инвестиционной льготы в нашей стране необходимо, в первую, очередь из-за большой изношенности основных производственных фондов и необходимости стимулирования организаций для их обновления. Наибольшая изношенность основных фондов характерна для организаций транспорта и промышленности (58,2% и 53,1%). Кроме того, эффект от повышения норм амортизации основных производственных фондов в первые годы реформы постепенно ослабевает, темпы роста инвестиций попадают в жесткую зависимость от темпов обновления основных фондов[3].

На основе полученных результатов исследования предлагается ввести инвестиционную льготу для основных средств со сроком полезного использования до 20 лет (к данной категории относятся основных средства с 1 по 7 амортизационную группу, в состав которых входит технологическое оборудование) и только для организаций производственного сектора и транспорта. Льгота на капитальные вложения может быть предоставлена в размере, не превышающем 35% налоговой базы. Размер льготы на капитальные вложения был определен на основе данных, согласно которым в структуре инвестиций в основной капитал доля оборудования с 1 по 7 амортизационную группу составила от 34,3% до 35,7%. При этом необходимо установить дополнительное ограничение на использование данной льготы: ограничить период, в течение которого организация может реализовать основные производственные фонды, по которым была использована льгота, - 5 лет.

3. Следующим элементом предложенной автором модели является совершенствование системы налогового учета. Выделение 25 главой НК РК налогового учета в отдельный самостоятельный вид учета привело к ситуации, когда организации вынуждены вести два параллельных вида учета, что значительно увеличивает объем учетной работы и расходы организаций на ее ведение. Автором предлагается ведение налогового учета и формирование налоговой базы на основе данных бухгалтерского учета с применением корректировок. В действующей в настоящее время системе налогового учета следует установить единые унифицированные регистры, что снимет проблему отсутствия единых подходов к отражению данных налогового учета налогоплательщиками и упростит контроль налоговым органам.

С целью уменьшения вносимых налоговой системой искажений нами предлагаются следующие меры:

- налогообложение всех видов доходов по дифференцированной ставке;

- меры по совершенствованию базы налогообложения, предусматривающие минимизацию искажающих эффектов, связанных с базой налога, но с учетом необходимости создания препятствий для уклонения от уплаты налога.

Вышеописанные предложения касаются прежде всего совершенствования законодательства по налогообложению со стороны государства, далее следует рассмотреть совершенствование политики налогообложении на предприятии.

При определении дохода организации мы считаем необходимым использовать исключительно метод начислений при одновременном введении симметричного метода учета затрат, на основе возникновения обязательств. Помимо изложенных выше аргументов, можно привести еще и следующий, подтверждающийся Казахстанской практикой. Существующее право выбора между кассовым методом и методом начислений для целей налогообложения создает возможности как для налогового планирования, так и для прямого уклонения от налогообложения путем создания аффилированных посредников, которые, реализуя продукцию организации-производителя, не только

используют трансфертные цены, но и не перечисляют ему (или перечисляют с задержкой) причитающиеся суммы. В случае регистрации указанных посредников в налоговых убежищах снижаются их обязательства по налогам, а у организации-производителя продукции в случае задержки платежей не возникает обязательств по налогу на прибыль и отсутствуют средства для уплаты других налогов. Причем к моменту уплаты задолженности, возникающие налоговые обязательства обесцениваются. Кроме того, использование метода начислений поможет снизить привлекательность бартера, как одной из форм ухода от налогообложения Можно также предположить, что в случае, когда организация имеет основания ожидать задержки платежей от своих покупателей, оно вынуждено назначать завышенную цену с учетом ожидаемого срока погашения задолженности. В этой ситуации возникает дискриминация покупателей, своевременно выполняющих условия договора. В реальном выражении цена, которую они уплачивают за идентичную продукцию, становится неоправданно завышенной. В условиях инфляции ставка дисконтирования возрастает.

Переход на обязательное ведение бухгалтерского учета реализованной продукции и прибыли по факту отгрузки продукции, а не ее оплаты, т.е. переход с кассового метода учета на метод счетов (начислений) позволит предотвратить отрицательное воздействие на доходы бюджета политики организаций, заключающейся в стремлении отложить возникновение налоговых обязательств на возможно более поздний срок и снизит негативные стимулы развития кризиса взаимных неплатежей организаций[4].

Разумеется, возможны ситуации возникновения налоговых обязательств, превышающих средства, доступные организации для их уплаты. Возможно увеличение числа организаций, подлежащих банкротству. Предлагается допустить возможность рассрочки на год по налоговым обязательствам, возникающим в силу перехода на новый порядок учета. Издержки, которые потребуются на переходный период, должны окупиться в дальнейшем уменьшением масштабов уклонения от налогообложения, снижением стимулов к использованию бартера и денежных суррогатов в расчетах, а также общим оздоровлением экономической ситуации.

Выше описывались общие для всех налоговых систем проблемы, возникающие при попытке оценить прирост капитальной стоимости на начисленной основе. В РК многие из этих проблем в силу несовершенства рынков, в первую очередь финансовых, приобретают особую остроту. Поэтому представляется маловероятным, чтобы в случае попытки обложения капитальных приростов на начисленной основе выигрыш от этой меры мог превысить издержки по ее реализации.

Начисление амортизации необходимо осуществлять по принципу уменьшающегося остатка для укрупненных групп оборудования Данная схема имеет ряд преимуществ. Прежде всего, амортизация, начисленная по принципу уменьшающегося остатка, ближе к истинной экономической амортизации, чем начисленная линейным методом. Кроме того, использование укрупненных групп упрощает как процедуру учета активов и определения размера амортизации, так и проверку правильности ее осуществления.

В Налоговом Кодексе предлагается определение амортизации по принципу уменьшающегося остатка для укрупненных групп оборудования[5]. Полагается, что начисление амортизации целесообразно начислять в соответствии с продолжительностью налогового периода ежегодно. Для этой цели следует пересчитать нормы амортизации на ежегодные по формуле:

d г =1- (1-d м) 12,

где d г - годовая норма амортизации,

d м - соответствующая месячная норма амортизации, причем полученные годовые нормы амортизации имеет смысл округлить, по крайней мере, до целых значений.

Преимущество ежегодного начисления в том, что в течение налогового периода не требуется делать бухгалтерских проводок, связанных с амортизацией, отчетность организации в этом случае более проста и легко проверяема.

При использовании этого метода возникают две проблемы. Во-первых, как начислять амортизацию для активов, введенных в эксплуатацию в течение года. Возможны следующие варианты:

- начислить за первый год амортизацию пропорционально числу полных месяцев службы актива, то есть для актива стоимостью P со сроком использования k месяцев за год и нормой амортизации d разрешенный за первый год вычет составит

d Ч = (k/12) P,

где d Ч - амортизация пропорциональная числу полных месяцев службы актива;

k - количество месяцев;

P - стоимость актива[6].

Этот путь привел бы к более точной оценке, но за счет усложнения учета и увеличения затрат налоговых органов в случае проверки правильности учета на организациях. Более того, такой метод ежемесячного начисления амортизации обеспечивает еще большую точность при сопоставимой сложности учета. Поскольку основной целью предлагаемой системы является упрощение учета и сокращение издержек организации и налоговых органов, такой способ представляется нецелесообразным;

- вторым возможным вариантом является начисление половины годовой амортизации для вновь вводимых в эксплуатацию активов независимо от точной даты начала их использования. В этом случае сохраняется условие простоты, но амортизация будет начисляться даже на те активы, которые вступили в строй 31 декабря текущего года;

- в третьем варианте амортизация не начисляется для активов, вступивших в строй во второй половине года, и начисляется в полном объеме для активов, используемых начиная с первого полугодия.

Третий вариант выглядит более приемлемым для достижения поставленных целей.

Аналогичный подход предлагается применять в случае реализации.

Вторая проблема возникает в связи с бесконечным сроком амортизации. Если не требовать необходимости физического наличия актива для целей инвентаризации в течение заранее заданного срока эксплуатации, возможны злоупотребления. Например, продажа приобретенного актива за наличные или (в случае с активами, которые могут использоваться и организацией, и физическими лицами) передача его одному из владельцев или работников организации вместо дивидендов или оплаты труда с последующим начислением амортизации.

Установление комбинированной системы с начислением амортизации сначала по методу убывающего остатка, а потом линейно, усложнило бы учет.

Также необходимо установить для каждого амортизационного пула срок обязательного наличия активов и их эксплуатации, исчисляемый для групп активов вместе с нормой амортизации. Для этой цели можно предложить следующую формулу расчета:

где T - срок обязательного наличия актива (число лет),

d - годовая норма амортизации по методу убывающего остатка,

g - доля первоначальной стоимости актива, меньше которой должна по истечении T лет стать остаточная стоимость единицы актива, квадратные скобки означают функцию "целая часть числа".

Необходимо выбрать g =0,1, то есть актив должен предъявляться при инвентаризации, пока его остаточная стоимость не станет меньше 0,1 первоначальной (при отсутствии индексации). В этом случае, например, для активов с нормой амортизации 10% предельный срок составит 21 год, при норме амортизации 25% - 8 лет, при норме амортизации 45% - 3 года.

Предложения в отношении исключения инфляции включают освобожденную от налогообложения переоценку активов в соответствии с инфляцией, а также регистрацию по рыночным правилам для финансовых активов с приростом и ущербом на начисленной основе.

Отсутствие в налоговой системе механизмов корректировки воздействия инфляции на результаты учета может иметь ряд негативных последствий. Прежде всего, если бы поведение налогоплательщика не изменялось, инфляция приводила бы к росту налогового бремени за счет уменьшения в учете издержек в реальном выражении.

Но при этом изменение поведения налогоплательщика, вызванное данным ростом налогового бремени, может включать уклонение от уплаты налогов, утечку капитала, снижение инвестиционной активности, что в результате может спровоцировать снижение реальных и даже номинальных

налоговых поступлений, несмотря на то, что в отсутствие поведенческой реакции инфляция должна сопровождаться их ростом.

Для расчёта скорректированной в соответствии с инфляцией налогооблагаемой прибыли предлагается последовательно осуществить шесть шагов:

1. Следует увеличивать в соответствии со специальным индексом стоимость номинированных в рублях необоротных активов. Полученный результат следует включить в налогооблагаемую прибыль.

2. Оборотный капитал, номинированный в рублях, за исключением товарно-материальных запасов на начало периода не индексируется.

3. Измеренную в тенге величину акционерного капитала фирмы на начало периода необходимо увеличить с учётом соответствующего показателя темпа инфляции. При этом стоимость акционерного капитала равна либо разнице между всеми активами организации и всеми его обязательствами, либо сумме начального акционерного капитала и нераспределенной прибыли. Полученный результат следует вычесть из налогооблагаемой прибыли.

4. Следует также увеличить с учётом соответствующего темпа инфляции величину всех кредитных инструментов в случае, если по условиям займа предусматривается корректировка остатка основной суммы займа с учётом инфляции и определение ставки процента в реальных величинах (т.е. за вычетом соответствующего показателя темпа инфляции).

5. Поправка на инфляцию в отношении кредитных инструментов в рублёвом выражении не производится при отсутствии соответствующего положения в кредитном соглашении.

6. Расчёт амортизационных отчислений производится на основе стоимости активов, скорректированной с учётом инфляции.

7. Стоимость товарно-материальных запасов на начало периода индексируется с учётом инфляции. Расчёт себестоимости реализованной продукции производится на основе скорректированных (определенных с учетом необходимых поправок на инфляцию) величин. При этом в принципе можно допустить использование как метода средневзвешенной стоимости, так и метода FIFO, переоценка ТМЗ смягчает различия в результатах учета по каждому из этих методов.

8. Поскольку осуществляется корректировка не всех счетов баланса, возможно возникновение неравенства между величиной активов и суммой акционерного капитала и обязательств. Для сохранения баланса в этом случае формируется строка "расхождение", которая содержит разность между стоимостью активов и обязательств в сумме с акционерным капиталом.

Таким образом, предложенные мероприятия по совершенствованию налогового законодательства по налогу на прибыль позволят усилить регулирующее влияние налога на прибыль на экономику и эффективно перераспределить налоговую нагрузку между организациями различных отраслей экономики.

Список использованной литературы

1. Закон Республики Казахстан «Об инвестициях» от 08.01.2003г. № 373-II. [Электронный ресурс]. – URL: online.zakon.kz/. (дата обращения 28.02.2017)

2. Г.Г. Нурахметова, М.Г. Конурбаева, Предпринимательство в Казахстане и его дальнейшее развитие. – Алматы: Вестник КазНУ, 2011г. № 3. – С. 3-8

3. Постановление Правительства Республики Казахстан "О развитии рынка отдельных видов работ и услуг" от 31 марта 2009 года N 343. [Электронный ресурс]. – URL: online.zakon.kz/. (дата обращения 28.02.2017)

4. Идрисова Э.К. Налоговое регулирование предпринимательской деятельности в сфере малого и среднего бизнеса. // Каржы - Каражат, 2014. - № 3.- С. 25-30

5. Сейдахметова Ф.С. Налоги в Казахстане. Сущность налогообложения и сравнение с действующим законодательством./ Ф.С. Сейдахметова Алматы: ИД "LEM", 2013.- 160С

6. Туржанов С.А. Большие проблемы малого бизнеса. - Налоговый эксперт. № 5, 2012.- С 28-32

УДК 551.2.08; 552.08; 553.08; 556.3.08
МРНТИ 38.01.81

К.Р. Касенов[1]
Ә. Ж. Байсенгирова [1]

[1] *Казахский Национальный Педагогический Университет имени Абая, г.Алматы, Казахстан*

РАЗВИТИЕ СИСТЕМ МЕНЕДЖМЕНТА В КАЗАХСТАНЕ

Аннотация

Современная концепция качества и конкурентоспособности в условиях глобализации экономики получила внедрение через широкое распространение международных стандартов на системы менеджмента организации нового поколения, такие как: управление качеством, безопасностью и многое другое. В поисках конкурентных преимуществ, предприятия все чаще обращаются к системам менеджмента на основе требований стандартов ИСО 9001, OHSAS 18001, ИСО 14001. Комплексный подход этих стандартов, нацеленный на построение интегрированных систем менеджмента для повышения удовлетворенности потребителей, обеспечения безопасности труда, охраны окружающей среды дает предприятиям инструмент решения своих проблем.

В статье рассматриваются современные системы менеджмента в Казахстане, даётся описание особенностей и преимуществ систем менеджмента, а также рассмотрена задача разработки интегрированных систем менеджмента.

Ключевые слова: системы менеджмента, управление качеством, международные стандарты, интегрированная система менеджмента, конкурентные преимущества, сертификация.

К.Р. Касенов[1]
Ә. Ж. Байсенгирова [1]

[1] *Абай атындағы Қазақ Ұлттық Педагогикалық Университеті, Алматы қ., Қазақстан*

ҚАЗАҚСТАНДА БАСҚАРУ ЖҮЙЕЛЕРІНІҢ ДАМУЫ

Аңдатпа

Экономиканың ғаламдануы жағдайында бәсекеқабілеттілік пен сапаның заманауи тұжырымдамасы персоналды, қауіпсіздікті басқару және тағы сол сияқты ұйымның менеджмент жүйесіне халықаралық стандарттарды тарату арқылы енгізілді. Бәсекелестіктің артықшылықтарын іздеу бағдарында кәсіпорындар ИСО 9001, OHSAS 18001,ИСО 14001 стандарттарына талаптарына негізделген менеджмент жүйелеріне көбірек жүгіне бастады. Тұтынушылардың қанағаттандырылуын арттыру, еңбек қауіпсіздігін қамтамасыз ету, қоршаған ортаны қорғауды арттыру мақсатында интегралданған басқару жүйесін құруға бағытталған стандарттардың кешенді тәсілдемесі кәсіпорындардың көптеген мәселелерін шешетін құрал болып есептеледі. Мақалада Қазақстандағы менеджменттің заманауи жүйесі қарастырылған, менеджмент жүйесінің артықшылықтары мен ерекшеліктері сипатталған, сондай – ақ, менеджменттің интеграцияланған жүйесін жасау мәселелері қарастырылған.

Түйін сөздер: басқару жүйесі, сапаны басқару, халықаралық стандарттар, интегралданган басқару жүйелері, бәсекелестіктің артықшылықтары, сертификаттау.

Kasenov K.R[1]
Baisengirova A.Z [1]
[1]*Kazakh National Pedagogical University named after Abai, Almaty, Kazakhstan*

THE DEVELOPMENT OF MANAGEMENT SYSTEMS IN KAZAKHSTAN

Abstract

The modern concept of quality and competitiveness in the conditions of globalization of economy received implementation through wide dissemination of international standards on systems of management of the organization of new generation, such as: quality management, safety and many other things. In search of competitive advantages, the entities even more often address systems of management on the basis of requirements of the standards ISO 9001, OHSAS 18001, ISO 14001. The integrated approach of these standards aimed at creation of the integrated systems of management for increase in a consumer satisfaction, safety of work, environmental protection gives to the entities the tool of the solution of the problems.

In article modern systems of management in Kazakhstan are considered, the description of features and benefits of systems of management is given, and also the task of development of the integrated systems of management is considered.

*Key words***:** systems of management, quality management, international standards, integrated system of management, competitive advantages, certification.

Развитие рыночной экономики в Казахстане определило новые приоритеты развития производства: повышение конкурентоспособности производимой в Казахстане продукции; осуществление перехода от добывающей промышленности к перерабатывающей; удовлетворение растущих потребностей населения; создание системы обеспечения безопасности потребляемой продукции.

В связи с этим возникла необходимость использования нового подхода к решению вышеназванных задач. Решение проблем обеспечения конкурентоспособности отечественной продукции, безопасности отечественной продукции, расширения экспорта казахстанской продукции на зарубежные рынки сфокусировалось на достижении высокого уровня качества продукции, внедрении современных систем менеджмента [1].

В индустриально развитых странах уже давно интенсивная конкуренция и технологическое усложнение производства сделали внедрение и поддержание современных систем менеджмента крайне необходимыми.

Исходными предпосылками разработки внедрения систем менеджмента являются:

1) необходимость повышения конкурентоспособности казахстанских предприятий;

2) создание условий для интеграции казахстанской экономики в мировую экономику;

3) обеспечение баланса интересов государственных органов, производителей, общественных организаций и потребителей в условиях мобильного рынка.

Большую роль в понимании проблем современного менеджмента играют стандарты систем менеджмента нового поколения.

Исследование развития систем менеджмента в Казахстане проводилось по материалам деятельности казахстанских компаний, представленным в открытой печати, на официальных сайтах компаний. На сегодняшний день имеется целый ряд международных стандартов, касающихся разработки и внедрения современных систем менеджмента в организациях любых размеров, видов деятельности и форм собственности –ISO 9001:2000 «Системы менеджмента качества», ISO 14001:2004 «Системы управления окружающей средой», OHSAS 18001:2007 «Системы менеджмента в области профессиональной безопасности и охраны труда» и др.[2].

Начиная с 2001 года в Республике Казахстан начала активизироваться деятельность предприятий и организаций по разработке и внедрению современных систем менеджмента.

Приняты Распоряжения Премьер-Министра РК от 6 февраля 2004 года № 28-р и от 27 июня 2006 года № 175-р, по ускоренному переходу казахстанских предприятий на международные стандарты, выполняя которые в республике создана необходимая инфраструктура, нормативная и методическая база для внедрения международных стандартов в области менеджмента [3]. Нормативная база по системам менеджмента, которая насчитывает 36 государственных стандартов Республики Казахстан принятых на основе международных. В качестве государственных стандартов Республики Казахстан приняты международные стандарты системы менеджмента: ISO серии 9000, экологические стандарты ISO серии 14000, стандарты безопасности и гигиены труда OHSAS 18001, стандарты социальной ответственности SA 8000, стандарты систем менеджмента безопасности пищевой продукции ISO серии 22000, аудиту СМК и экологическому менеджменту - ISO 19011 и другие. Ежегодно в план стандартизации включается разработка стандартов в области менеджмента. В течение последних семи лет проведены научно-исследовательские работы в области систем менеджмента по ISO 9001, 14001, OHSAS 18001 в различных отраслях. Разработано 15 методик - рекомендаций в помощь предприятиям и организациям, разрабатывающим и внедряющим системы менеджмента. [1, 2]

По состоянию на 1 апреля 2008 года 1319 предприятий страны разработали, внедрили и сертифицировали систему менеджмента качества на базе международного стандарта ISO 9001, из них 165 пищевых и сельскохозяйственных предприятий, 184 предприятий строительства, более 500 непромышленных предприятий, 353 предприятия находятся на стадии разработки и внедрения СМК. 93 предприятия сертифицировали систему экологического менеджмента, 59 предприятий - систему менеджмента охраны труда и профессиональной безопасности в соответствии с требованиями OHSAS 18001 и 18 предприятий - систему менеджмента безопасности пищевых продуктов в соответствии с требованиями ISO 22000.

Более того, в этот процесс вовлечены все без исключения государственные органы, Акиматы областей, высшие учебные заведения. СМК внедрили акиматы г. Алматы, Алматинской области, а также акиматы г. Астаны и Усть-Каменогорска.

В разрезе областей, наибольшее число предприятий, внедривших СМК, находится в г. Алматы и Алматинской области - 278 и 85 предприятий соответственно, Карагандинской области - 170, Восточно-Казахстанской - 110, г. Астане - 85 предприятий.

Из 548 предприятий, поставляющих продукцию на экспорт, системы менеджмента имеют 168 предприятия.

Создан технический комитет ТК 54 по стандартизации «Системы менеджмента качества». Казахстан является членом ISO/TC 176 по разработке стандартов в области управления качеством и осуществляет голосование по стандартам менеджмента [1].

Развитие систем менеджмента

Дальнейшее развитие систем менеджмента в Казахстане должно происходить по двум направлениям:

1. Разработка и внедрение на предприятиях и организациях определенных сфер деятельности отдельных систем менеджмента, соответствующих ISO 9001; ISO 14001;OHSAS 18001 и др. [1,3].

В таблице 1 приведено общее число казахстанских компаний, сертифицированных по СТ РК ISO 9001, СТ РК ISO 14001, СТ РК OHSAS 18001 и др.за 2013-2017 гг.

2. Разработка и внедрение интегрированных систем менеджмента.

СТ РК ISO 9001 Качество

Потенциальными преимуществами для организации от применения системы менеджмента качества, основанной на настоящем стандарте, являются:

a) способность стабильно предоставлять продукцию и услуги, которые удовлетворяют требования потребителей и применимые законодательные и нормативные правовые требования;

b) создание возможностей для повышения удовлетворенности потребителей;

c) направление усилий на риски и возможности, связанные со средой и целями организации;

d) возможность продемонстрировать соответствие установленным требованиям системы менеджмента качества [5,8].

СТ РК ISO 14001 Окружающая среда

Достижение баланса между окружающей средой, обществом и экономикой считается необходимым условием для удовлетворения существующих потребностей без создания рисков для будущих поколений удовлетворять свои потребности. Устойчивое развитие как цель достигается за счет баланса между тремя составляющими устойчивости [4].

Цель настоящего стандарта - предложить организациям подход для защиты окружающей среды и реагирования на изменяющиеся экологические условия в балансе с социально-экономическими потребностями. Он устанавливает требования, позволяющие организации достигать намеченных результатов, которые она установила для ее системы экологического менеджмента [3].

СТ РК OHSAS 18001 Профессиональное здоровье и безопасность

Организации всех видов проявляют растущую заинтересованность в том, чтобы достичь хороших показателей деятельности в области профессиональной безопасности и здоровья (OH&S) посредством управления рисками, согласующихся с их политикой и целями и демонстрацией этих показателей. Они делают это в свете растущей требовательности со стороны законодательства, совершенствования экономической политики и других мер, поддерживающих передовой опыт в области OH&S, а также возрастающей озабоченности заинтересованных сторон вопросами OH&S.

Стандарты OHSAS, охватывающие вопросы менеджмента деятельности в области OH&S, предназначены для того, чтобы информировать организации об элементах результативной системы менеджмента OH&S, требования которой могут быть объединены с другими требованиями по менеджменту, и помочь организациям достичь их целей в области OH&S и экономических целей [3].

Таблица 1. Количество казахстанских компаний, сертифицированных по СТ РК ISO 9001, СТ РК ISO 14001, СТ РК OHSAS 18001 и др.за 2013-2017 гг.

Стандарт СТ РК	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017
ISO 9001:2009	3397	4844	4237	4460
ISO14001:2006	2270	3490	3273	3328
OHSAS 18001:2008	755	1144	1198	1410
ISO 9001:2016				1
ISO 14001:2016				1
Разное	6464	9608	8902	9422

Источник: Национальный центр аккредитации Казахстан [2]

*Разное: ҚР СТ OHSAS 18001-2008, ҚР СТ ИСО 9001-2009, ҚР СТ ИСО 14001-2006, ҚР СТ ИСО 22000-2006, ҚР СТ ИСО ТС 29001-2006, ҚР СТ ИСО 50001-2012, ҚР СТ ИСО/МЭК 27001-2008, ҚР СТ 1352-2012, ҚР СТ 1179-2003, ҚР СТ ИСО 14001-2016, ҚР СТ ИСО 9001-2016.

Дискуссия

Интегрированная система менеджмента

Интегрированная система менеджмента - часть системы общего менеджмента организации, отвечающая требованиям двух или более международных стандартов и функционирующая как общее целое (Рис.1).

Интеграция систем менеджмента – объективная необходимость. Создание интегрированных систем менеджмента — сложный инновационный проект, направленный на повышение эффективности общего менеджмента организации [6].

Интегрированные системы менеджмента могут иметь следующие конфигурации в зависимости от состава входящих в их систему, включающие:

- систему менеджмента качества, систему экологического менеджмента и систему менеджмента охраны здоровья и безопасности персонала (охраны труда);
- систему экологического менеджмента и систему менеджмента охраны здоровья и безопасности персонала;
- систему менеджмента качества и систему экологического менеджмента;

- систему менеджмента качества и систему менеджмента охраны здоровья и безопасности персонала.

Преимущества интегрированных систем менеджмента:

- повышение технологичности разработки, внедрения и функционирования систем менеджмента;
- разработка единой гармонизированной структуры менеджмента;
- снижение затрат на разработку, функционирование и сертификацию;
- возможность совмещения ряда процессов в рамках интегрированных систем менеджмента (планирование, анализ со стороны руководства, управление документацией, подготовка кадров, обучение, внутренние аудиты и пр.);
- повышение мобильности и возможностей адаптации к изменяющимся условиям;
- большая привлекательность для потребителей, заинтересованных сторон, инвесторов [9].

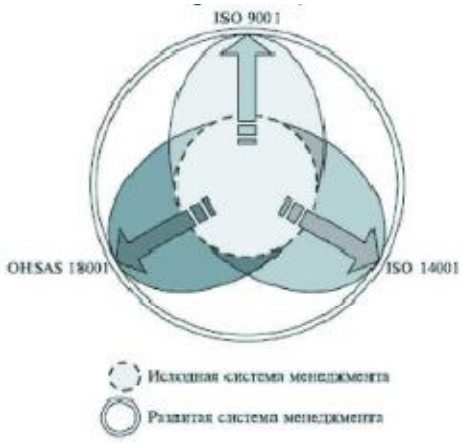


Рисунок 1. Интеграция менеджмента на основе удовлетворения потребностей заинтересованных сторон

Примечание: приведено по источнику [7]

Реализация направлений систем менеджмента будет способствовать динамичному и качественному развитию казахстанских организаций и предприятий, выпускающих продукцию и оказывающих услуги, в том числе консалтинговые в области разработки и внедрения систем менеджмента, созданию национальной системы подготовки экспертов-аудиторов в области систем менеджмента, отвечающей международным стандартам и позволяющей Казахстану интегрировать в мировое пространство, что будет способствовать решению стратегической задачи по вхождению Казахстана в число пятидесяти наиболее конкурентоспособных стран мира.

Список использованной литературы

1. Концепция развития систем менеджмента в Республике Казахстан до 2015 года, Астана 2008. [Электронный ресурс] -2008- URL: http://www.kazinst.kz/ (дата обращения 02.02.2017) – интернет источники

2. Сайт компании ТОО «Национальный центр аккредитации» [Электронный ресурс]. – 2017. - URL: http://www.nca.kz/ (дата обращения 02.02.2017) – интернет источники

3. Нормативная база. [Электронный ресурс]. -2017.- URL: http://online.zakon.kz/ (дата обращения 02.02.2017) – интернет источники

4. Прокофьева, Н. П. Разработка и внедрение системы менеджмента качества. // Стандарты и качество. 2006. - № 2. - С. 25 - 29. – статьи из журнала

5. Каплан Роберт С., Нортон Дейвид П. Сбалансированная система показателей. От стратегии к дей-
ствию: Пер. с англ. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2003. – 294 с. - книга

6. Трошин В. Н. Интегрированные системы менеджмента - что это такое? / В.Н. Трошин // Стандарты и качество. - 2002. - № 11 - С. 10 – 13 – статьи из журнала

7. Ребрин Ю.И. Управление качеством: Учебное пособие. - Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2004. - 174с. - книга

8.Свиткин М.З. Стандарты ИСО серии 9000 версии 2000 года: новые шаги в практике менеджмента качества // Стандарты и качество. - 2000. - № 12. - с. 56-60. – статьи из журнала
9. Шадрин А. Качество, конкурентоспособность, менталитет, сертификация// Стандарты и качество. - 2002. - № 6. - с. 68-73. – статьиз из журнала

УДК 338.45
МРНТИ 06.71.03

Ж.З.Оралбаева[1]
Н.О. Жақсылық[1]

[1]*Абай атындағы Қазақ Ұлттық Педагогикалық Университеті , Алматы қ.,Қазақстан*

ҰЙЫМНЫҢ ҚАРЖЫЛЫҚ ТҰРАҚТЫЛЫҒЫН ТАЛДАУ ЖӘНЕ БАҒАЛАУ ӘДІСТЕРІ

Аңдатпа

Нарықтық экономикада ұйымның өмір сүруінің кепілі болып және тұрақты жағдайын қалыптастырушы құрал ретінде, қаржылық тұрақтылық қызмет етеді. Ол ұйымның қаржы ресурстарының жағдайында көрінеді. Яғни, кәсіпорын өз қызметін кеңейту мен қайта жаңартуға шығындарды есептеуде, ақша құралдарын еркін айналдыруда, оны тиімді пайдалануда және өндіріске үздіксіз өнімді шығарумен қамтамасыз етуде көрініс табады.

Ұйым қызметін жүзеге асыруда және оның қызмет ету нәтижесінде, белсенділігінде, ішкі және сыртқы факторларға байланысты өзгеруін тиімді пайдалану шеңберінде қаржылық тұрақтылық экономикалық ортаның тұрақтылығы ретінде көрінеді.

Тақырып өзектілігі болып кез-келген коммерциялық ұйымдарда қаржылық тұрақтылықты қамтамасыз етуде оның менеджменті маңызды болып табылады. Егер сыртқы ортаға қатысты өзгеріс жағдайында ұйым өз қызметін тұрақты сақтай алса, бюджеттік және бюджеттен тыс төлемдер бойынша қызметкерлермен, жеткізушілермен, банктермен есеп айырысу бойынша өз міндеттерін толықтай және дер кезінде орындай алса және осымен қатар өз жоспары мен стратегиялық бағдарламаларын орындай алса ұйымның қаржылық жағдайын тұрақты деп есептеуге болады.

*Түйін сөздер***:** нарық, ұйым, **фирма,** пайда, капитал, резерв, баланс, ресурс.

Ж.З.Оралбаева[1].
Н.О. Жақсылық[1]

[1] Казахский Национальный Педагогический Университет имени Абая,*г.Алматы, Казахстан*

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ И АНАЛИЗА ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация

В рыночных условиях залогом выживаемости и основой стабильного положения предприятия служит его финансовая устойчивость. Она отражает состояние финансовых ресурсов предприятия, при котором есть возможность свободно маневрировать денежными средствами, эффективно их использовать, обеспечивая бесперебойный процесс производства и реализации продукции, учитывать затраты по его расширению и обновлению.

Финансовая устойчивость обусловлена как стабильностью экономической среды, в рамках которой осуществляется деятельность предприятия, так и от результатов его функционирования, его активного и эффективного реагирования на изменения внутренних и внешних факторов.

Актуальность темы заключается в том, что обеспечение финансовой устойчивости любой коммерческой организации является важнейшей задачей ее менеджмента. Финансовое состояние

организации можно признать устойчивым, если при неблагоприятных изменениях внешней среды она сохраняет способность нормально функционировать, своевременно и полностью выполнять свои обязательства по расчетам с персоналом, поставщиками, банками, по платежам в бюджет и внебюджетные фонды и при этом выполнять свои текущие планы и стратегические программы.

*Ключевые слова***:** рынок, предприятия, фирма, прибыль, капитал, резерв, баланс, ресурс.

Oralbayeva Zh.Z.[1]
Zhaksylyk N.[1]

[1]*Kazakh National Pedagogical University named after Abai, Almaty, Kazakhstan*

METHODS OF ANALYSIS OF THE RATE AND FINANCIAL STABILITY PROBLEM ORGANISATION

Abstract

In market conditions the key to survival and the basis for a stable situation of the company is its financial stability. It reflects the state of the financial resources of the enterprise in which it is possible to maneuver freely cash to use them effectively, ensuring the sustainability of production and sales, to take into account the cost of its expansion and renovation.

Financial stability is due to both the stability of the economic environment, within which the activities of the enterprise, as well as on the results of its operations, its active and effective response to changing internal and external factors.

Background is that the financial sustainability of any business organization is the most important task of its management. The financial condition of the organization can be regarded as stable if under adverse changes in the external environment, it retains the ability to function in a timely manner and to fully implement their commitments on settlements with staff, suppliers, banks, payments to the budget and off-budget funds and at the same time to carry out their current plans and strategy programs.

Keywords: market, enterprises, firm, profit, capital, reserve, balance, resource.

Нарықтық қатынастары жағдайында ұйымнын қаржылық жағдайын талдаудың маңызы өте зор. Бұл ұйымдардың тәуелсіздікке ие болуымен, сондай-ақ және де басқа контрагенттер алдында өзінің өндірістік-кәсіпкерлік қызметінің нәтижелері үшін толық жауапкершілікте болуымен байланысты.

Ұйымның қаржылық жағдайы кәсіпорынның қалыпты өндірістік, коммерциялық және басқа да қызмет түрлері үшін қажетті қаржы ресурстармен қамтамасыз етілуімен және оларды мақсатқа сай, тиімді тарату және пайдаланумен, сондай-ақ басқа шаруашылық субъектілерімен қаржылық қарым-қатынаста болу, төлеу қабілеттілігі және қаржылық тұрақтылықпен сипатталады.

Ұйымның уақтылы төлеу мүмкіндігі оның қаржылық жағдайының жақсылығын көрсетеді.

Біздің көзқарасымыз бойынша, сенімділік ұйым жұмысының үздіксіздігін және оның төлеу қабілеттілігін көрсетеді.

Осы берілген түсініктерге сүйене отырып, біз бұл ұғымды былай анықтауды ұсынамыз:

Ұйымның қаржы жағдайы осы кәсіпорынның белгілі бір кезеңдегі қаржылық тұрақтылығын және оның өз шаруашылық қызметін үздіксіз жүргізуі мен өзінің қарыз міндеттемелерін уақтылы өтеуі үшін қаржы ресурстарымен қамтамасыз етілуін көрсетеді.

Ал ұйымның қаржылық тұрақтылығы нені білдіреді? Бұл сұрақ та арнайы оқулықтарда түрліше түсіндіріледі. Бір авторлар қаржылық тұрақтылықты «өз қаражаттарын шебер пайдалану қабілеттілігі, жұмыс процессінде үздіксіздігін қамтамасыз ететін қаржының жеткілікті болуы» деп түсіндіреді. Қаржылық тұрақтылық - меншікті және қарыз қаражаттарының байланысы деп жазады. Енді біреулер «өз қаражаттары есебінен активтерге (негізгі қорлар, материалдық емес активтер, айналым қаражаттары) жіберілген қаражаттарды жабатын, сондай-ақ өтелмеген дебиторлық және кредиторлық қарыздарға жол бермейтін және де өз міндеттемелерін уақтысында қайтаратын шаруашылық субъектілері қаржылық тұрақты болып табылады» деп жазады.

Ұйымның қаржылық тұрақтылығы - бұл тәуекелділіктің мүмкін болатын деңгейінде төлем қабілеттілігі мен несие қабілеттілігін сақтай отырып, табысты өсіру негізінде қаржыны тарату мен пайдалану арқылы ұйымның дамуын көрсететін қаржы ресурсының жағдайы.

Сондықтан да қаржылық тұрақтылық барлық өндіріс-шаруашылық қызметі процесінде қалыптасады және ұйымның жалпы тұрақтылығының негізгі бөлігі болып табылады. Ал ұйымның жалпы қаржылық тұрақтылығы, ол ең алдымен әрдайым табыстың шығыннан артуын қамтамасыз ететін ақша ағымының қозғалысын көрсетеді. Нарық жағдайында ол ең бірінші өнімді (жұмыс, қызмет) өткізуден түсетін табыстың тұрақтылығын талап етеді және оның мөлшері мемлекетпен, жабдықтаушылармен, несие берушілермен, жұмысшылармен және тағы басқалармен есеп айырысу үшін жеткілікті дәрежеде болуы тиіс. Сонымен қатар ұйымның одан әрі дамуы үшін барлық есеп айырысулар мен барлық міндеггемелерді орындағаннан кейін, осы ұйымда өндірісті дамытуға, оның материалдық-техникалық базасын жаңартуға және де әлеуметтік климатты жақсартуға және басқаларға мүмкіндік беретіндей дәрежеде табыс қалуы қажет.

Ұйымның қаржылық жағдайы тұрақты, тұрақсыз (дағдарыс алдында) және дағдарыстық болуы мүмкін. Ұйым мүмкіндігі өз уақытында төлемдерді жасайды, өз қызметін қаржыландыру, өзінің тұрақты қаржылық жағдайын жағымсыз жағдайларда куәрлік етерін төлемқабілеттілікте ұсталады.

Ұйым қаржылық тұрақтылықты қамтамасыз ету үшін капиталдың икемді құрылымын ұстау керек. Сонымен қатар, ұйым капитал қозғалысын өзіндік өндіріске құрылған шарттар және төлемқабілеттіліктің сақталынуына шығындарға қарағанда табыстардың өндіріс жоғарылығын қамтамасыз ететіндей етіп ұйымдастырылуы міндетті.

Сонымен, ұйымның қаржылық тұрақтылығы – тәуекелділік деңгейін өткізілген шегінде инвестициялық тартымдылығы және әдеттегі төлемқабілеттілігін кепілдендіретін, өзінің активтері мен пассивтерінің тепе-теңдігін сақтайтын, субъектінің шаруашылығын құру және дамыту мүмкіндігі.

Ұйымның қаржылық тұрақтылық жағдайына көптеген факторлар әсер етеді:

1) пайда болу орнына байланысты - ішкі және сыртқы;

2) нәтижесінің маңыздылығына байланысты-негізгі және негізгі емес;

3) құрылысы бойынша - қарапайым және күрделі;

4) әрекет ету уақыты бойынша-тұрақты және уақытша.

Ішкі факторлар ұйымның өзінің жұмысын ұйымдастыруына байланысты болады, ал сыртқы факторлар кәсіпорын еркіне бағынышты емес.

Негізгі ішкі факторларды қарастырайық. Ұйымның тұрақтылығы ең бірінші өндіріс шығындарымен үздіксіз байланысқан өндірілген өнім мен көрсетілген қызметтің құрамы мен құрылымына тәуелді. Сондай-ақ, тұрақты және айнымалы шығындар арасындағы қатынас маңызды болып табылады [1].

Ұйымның өндірілетін өнім және өндіріс технологиясымен тығыз байланысқан қаржылық тұрақтылығының маңызды факторларының бірі – активтердің тиімді құрамы мен құрылымы, сондай-ақ ұйымның басқару стратегиясын дұрыс таңдап алуы болып табылады. Ағымдағы активтерді басқару өнері - ұйым шотында оның ағымдағы жедел қызметі үшін қажет болатын қаржының ең төменгі сомасын ұстаудан тұрады.

Қаржылық тұрақтылықтың ішкі, маңызды факторларының бірі - бұл қаржы ресурстарының құрамы мен құрлымы, оларды басқару стратегиясы мен тактикасының дұрыс таңдалып алынуы. Ұйымның өз қаржы ресурсы, соның ішінде таза табысы қаншалықты көп болса, соншалықты ол өзін жайлы сезіне алады.

Сонымен бірге тек таза табыстың көлемі ғана емес, сонымен қатар оны тарату құрылымы, әсіресе өндірісті дамытуға бағытталған бөлігі де өте маңызды болып табылады.

Ұйымның қаржылық тұрақтылығына қарыздық капиталдар нарығындағы қосымша жұмылдырушы (мобилизацияланушы) қаражаттар үлкен әсерін тигізеді.

Ұйым ақша қаражаттарын қаншалықты көп тартатын болса, оның қаржылық мүмкіндіктері де соншалықты жоғары болады, алайда, сонымен бірге қаржылық тәуекелділік те өседі - яғни ұйым өз кредиторларымен уақытында есептесе ала ма, жоқ па? - деген қауіп туады. Және де бұл жерде ұйымның төлеу қабілеттілігінің қаржылық кепілінің бір түрі ретінде резервтерге үлкен роль берілген.

Жоғарыда айтылғандарды қорыта келе, ұйымның қаржылық тұрақтылығына әсер ететін мынадай ішкі факторларды атап көрсетуге болады:

• ұйымның салалық топқа жатуы;

• шығарылатын өнімнің (жұмыс, қызмет) құрылымы және оның жалпы төлем қабілеттілігі бар сұраныстағы үлесі;

• төленген жарғылық капиталдың мөлшері;

• шығындардың көлемі, олардың ақшалай табыспен салыстырғандағы динамикасы;

• қорлар мен резервтерді, олардың құрамы мен құрылымын қоса алғандағы мүлік пен қаржы ресурстарының жағдайы;

• ұйымдарды басқару тиімділігі.

Сыртқы факторларға шаруашылық жүргізудің экономикалық жағдайының әсері, қоғамда үстемдік етуші техника мен технология, төлеу қабілеті бар сұраныс және тұтынушылар табысының деңгейі, ҚР үкіметінің салық және несие саясаты, ұйымның қызметін бақылау жөніндегі заң актілері, сыртқы экономикалық байланыс және тағы басқалар жатады.

Ұйымның тұрақты қаржылық жағдайын қалыптастыруда оның өз контрагенттерімен (салық органдары, банктер, жабдықтаушылар, сатып алушылар, акционерлер және тағы басқалар) өзара қарым-қатынасы үлкен әсер етеді. Сондықтан да серіктестермен реттелген іскерлік қатынаста болу - жақсы қаржылық жағдайдың бірден-бір шарты болып табылады. Әрине, акционерлер өз жинақ қорларын тұрақты тиімділікке ие және дивиденттерді ұқыпты төлейтін қаржылық тұрақты ұйымдарға салады. Инвестициялық тартымдылығы болуы үшін, тек бүгінгі күні ғана емес, болашақта да ұйымның қаржылық жағдайы көршісіне қарағанда жақсы болуы тиіс. Сондай-ақ, бұл жыл сайын өз облигациясы бойынша белгілі бір пайызбен алғысы келетін, ал заем мерзімі біткен уақытта-облигация құнын толық өтеуді талап ететін облигация иелеріне де қатысты. Кез келген коммерциялық кәсіпорын сияқты банктер де өз несиелерімен тәуекел ете отырып несие алушының өз қарызын уақытында және толық өтеуін қалайды, сондықтан оны беру туралы шешім қабылдай отырып, кез келген банк өз клиентінің қаржылық жағдайын және бұл қарыздың қамтамасыз етілуін тексереді. Басқаша айтқандаұйымның қаржылық жағдайы банктер осы кәсіпорынға несие беру орынды ма, жоқ па, ал бұл сұрақты дұрыс шешкен жағдайда - қандай пайызбен және қанша мерзімге деген сұрақтарды шешудегі негізгі белгі болып табылады. Жабдықтаушылар мен тұтынушылар сенімді және төлем қабілеттілігі жоғары ұйымдармен келісім-шартқа үлкен ықыласпен отырады. Тіпті қаржы органдары, әсіресе салық инспекциясы ұйымның жағдайы тұрақты болғанын қалайды, себебі тек осындай ұйым ғана салықтар мен басқа да міндетті төлемдерді уақытылы және толық төлей алады.

Осылайша, қаржылық жағдай ұйымның бәсекелестік қабілетін және оның іскерлік қарым-қатынастағы потенциалын анықтайды, ұйымнның өзінің және оның серіктестерінің қаржылық және басқа қатынастар тұрғысындағы экокомикалық қызығушылықтары қаншалықты дәрежеде кепілдендірілгенін бағалайды.

Ұйымның қаржылық жағдайының объективті дұрыс бағасын алудың ең жақсы тәсілі, бұл – талдау, ол кәсіпорынның даму бағытын бақылауға, оның шаруашылық қызметіне кешенді түрде баға беруге мүмкіндік береді және осындай жолмен басқарушылық шешімдерді өңдеумен ұйымның өзінің өндірістік кәсіпкерлік қызметі арасында байланыстырушы қызмет атқарады.

Ұйым осы мерзімге дейінгі уақытта қаржы ресурстарын қаншалықты дұрыс басқарды деген сұраққа жауап береді: ұйым осы мерзімге дейінгі уақытта қаржы ресурстарын қаншалықты дұрыс басқарды. Қаржы ресурстары жағдайының нарық талаптарына сай болуы және де кәсіпорынның дамуына байланысты қажеттіліктерге жауап бере алуы өте маңызды болып табылады, себебі қаржылық тұрақтылықтың жетіспеушілігі ұйымның төлеу қабілетінің жоқтығына және оның дамуына қажетті қаражатының болмауына, ал көп болуы дамуға кедергі жасап, басы артық қорлармен және резервтермен ұйым шығындарын көбейтуіне әкеліп соқтыруы мүмкін.

Нарықтық экономика жағдайында жұмыс істеуші ұйымдардың қаржылық жағдайын талдаудың басты мақсаты (міндеті) келесілер болып табылады:

• қаржылық жағдайға баға беру және оның есеп беру мерзіміндегі өзгерісі;

• активтер мен олардың қалыптасу көздері арасындағы сәйкестікті, оларды таратудағы рационалды және пайдаланудағы тиімділікті зерттеу;

• айналым капиталының көлемін, оның өсуін (кемуін) және ағымдағы міндеттемелермен арақатынасын анықтау;

• қаржы-есептік және несие ережесін сақтау;

• ұйым активтері және оның міндеттемелерінің құрылымын зерттеу;

• ағымдағы активтердің айналымдылық есебі, оның ішінде дебиторлық борыш және қорлар есебі;

• баланстың өтімділігін, ұйымның қаржылық тұрақтылығының және төлеу қабілеттілігінің абсолюттік және салыстырмалы көрсеткіштерін анықтау;

• ұйым табыстылығын бағалау;

• ұйым табысының салыстырмалы көрсеткіштерін, сондай-ақ олардың деңгейінің өзгеруіне әсер етуші факторларды есептеп шығару;

• ұйымның іскерлік белсенділігін анықтау;

• ұйымның қаржылық жағдайының тұрақтылығын ұзақ және қысқа мерзімді болжау, яғни оның қаржылық стратегиясын анықтау.

Қаржылық жағдайды талдау ұйымның, шаруашылық қызметін талдаудың қорытындылаушы кезеңі болып табылады. Және ол 3 сатыны қамтиды: жабдықтау, өндіріс және өткізу; бұлардың жиынтығы коммерциялық, өндірістік және қаржылық қызметті құрайды. Ұйымның қаржылық қызметі – бұл оның осы қызмет нәтижесінде меншікті және тартылған капиталдың көлемі мен құрамына өзгеріс әкелетін қызметі болып табылады. Ол қаржы ресурстарының жүйелі түрде түсуі мен тиімді пайдаланылуына, есеп және несие тәртібін сақтауға, меншікті және қарыз қаражаттарының арасындағы арақатынастың рационалдылығына, сондай-ақ кәсіпорынның тиімді қызмет етуі мақсатында қаржылық тұрақтылыққа қол жеткізуге бағытталуы тиіс. Ұйым қызметінің қаржылық, өндірістік және коммерциялық жақтары арасында тығыз байланыс пен өзара тәуелділік бар. Осылайша қаржылық қызметінің жетістігі, көбінесе оның өндірістік-сату көрсеткіштерімен анықталады. Ұйымның өзі алатын төлемдерді және ақша қаражаттарын алуы оның өнімді сатуына, алдын ала қарастырылған сұрыпталымды ұстап тұруына, өнім сапасының қажетті деңгейге сәйкестігіне және оны бір қалыпты өндіруге және төлеуге байланысты болады.

Жоғары сапалы өнімді үздіксіз өндіру және өткізу ұйымның қаржылық ресурстарының қалыптасуына оң әсерін тигізеді. Өндіріс процесінде өнім сапасының төмендеуі және оны сатудың қиындықтары ұйым шотына ақша қаражаттарының келіп түсуіне кедергі жасайды, нәтижесінде ұйымның төлеу қабілеті төмендейді. Кері байланыс та бар, ол ақша қаражаттарының болмауы материалдық ресурстардың келіп түсуінің іркілісіне, демек өндіріс процесінің тоқтауына әкеліп соқтыруы мүмкін [2].

Шығындар көлемі өндіріс процесінің тиімділік деңгейімен анықталады. Олардың тиімділігі қаншалықты көп болса, ұйым өнімді өткізу көлемін сақтай отырып ресурстарды, соның ішінде қаржылық ресурстарды соншалықты аз жұмсайды. Және керісінше, шикізат пен материалдар шығындарының нормасының өсуі, еңбек өнімділігі деңгейінің төмендеуі, басқа да ресурстардың мөлшерден тыс жұмсалуы және өндірістік емес шығындар қосымша қаржы қаражаттарының қажеттілігіне себепші болады. Еңбек және материалдық ресурстар шығыны ең алдымен өнімнің өзіндік құнында, содан соң табыста талдап қорытылады.

Соңғы айтылған көрсеткіштің көлемі кәсіпорының өзіндік қаражаттарының көлемін өзгерте отырып, оның жалпы қаржылық жағдайында елеулі көрініс табады.

Ұйымның қаржылық қызметінің қалыпты болуы әсіресе өз кезеңіндегі қойылған мақсаттарға қол жеткізу үшін қажетті жағдайларды туғызады, оның төлеу қабілеттілігінің кепілі болып табылатын өнім өндірудің үздіксіздігін және кәсіпорынның қаржылық жағдайының тұрақтылығын қамтамасыз етеді.

Біздің ойымызша, қаржылық жағдайды талдауды қаржылық тұрақтылықтан бастаған жөн және оған мыналар жатады:

• ұйым активтерінің құрылымдық және құрамдық динамикасын талдау;

• ұйым активтерінің қалыптасу көздерінің құрамдық және құрылымдық динамикасын талдау;

• ұйымның қаржылық тұрақтылығының абсолюттік және салыстырмалы көрсеткіштерін талдау;

• баланс өтімділігін талдау;

• ұйымның төлем қабілеттілігін және несие қабілеттілігін талдау.

Қаржылық қызметтің негізгі мақсаты ұйымның активтерін көбейтумен аяқталады. Бұған ол міндетті түрде баланстың актив және пассивтің оптималды рентабельділі, төлемқабілетті құрылымын өндіріс ұстауы керек.

Ұйымның қаржылық жағдайын және оның тұрақтылығын бағалауға көрсеткіштердің жүйесі қолданылады. Бұл көрсеткіштер келесілерді мінездейді:

· Капиталдың қолма-қолдығы мен араласуы, оны пайдаланудың интенсивтілігі мен тиімділігі;

· Ұйым пассивінің оңтайлы құрылымы, оның қаржылық тәуелсіздігі және қаржылық тәуекелділік деңгейі;

· Ұйым активінің оңтайлы құрылымы және өндірістік тәуекелділік деңгейі;

· Айналым активтерінің құрылу көздерінің оңтайлы құрылымы;

· Ұйымның инвестициялық тартымдылығы және төлемқабілеттілігі;

· Шаруашылық субъектінің банкроттық тәуекелділігі;

· Оның қаржылық тұрақтылығының босалқысы.

Ұйымды талдайтын қатыстық көрсеткіштерін тәуекелділік деңгейін бағалауға және банкроттықтың мүмкіндіктерін болжауға болуы үшін жалпы қабылданған нормамен салыстыруға болады. Нақты ұйымның қатысты көрсеткіштерін басқа ұйымның аналогиялық мәліметтерімен салыстыру ұйымның әлсіз және күшті тұстарын және оның мүмкіндіктерін анықтауға мүмкіндік береді. Қатыстық көрсеткіштерді сонымен қатар ұйымның қаржылық жағдайының төмендеуі немесе көтерілу тенденцияларын анықтауға алдағы жылға аналогиялық мәліметтермен салыстыруға болады.

Ұйымның қаржылық жағдайын талдауды тек қана ұйымның қызметіне сәйкес келетін жетекшілер ғана емес, сонымен қатар инвесторлар, құрылтайшылар, банктер, мердігерлер, салық инспекциясы жүргізеді. Инвесторлар мен құрылтайшылар ресурстарды пайдалану тиімділігін анықтауға, банктер – несиелендіру шарттарын бағалауға және тәуекелділік деңгейін анықтауға, мердігерлер – төлемдерді өз уақытында алуға, салық инспекциясы - бюджетке қаражат түсу жоспарын орындауға ұйымның қаржылық жағдайын талдайды. Сондықтан талдау ішкі және сыртқы талдау болып бөлінеді.

Ішкі талдау ұйым қызметкерлерімен жүргізіледі. Мұндай талдау нәтижелері ұйым қаржылық жағдайын болжау, қадағалау және жоспарлауға пайдаланылады. Ішкі талдаудың мақсаты меншікті және зайымдық қаражаттардың рационалды араласуын және ақша-қаражаттардың жоспарлық түсімін қамтамасыз ету болып табылады. Қаражаттарды рационалды араластыруда кәсіпорынды дұрыс құруға, максималды пайда алуға және банкроттық тәуекелділікті ескеру үшін шарт құруға болатын араластыру түсіндіріледі.

Сыртқы талдау инвесторлармен, материалды және қаржылық ресурстардың мердігерлерімен есептікті баспадан шығару негізінде қадағалайтын органдармен жүргізіледі. Мұндай талдаудың мақсаты айырылып қалу тәуекелділігін ескеру және максималды пайдамен қамтамасыз ету үшін қаражаттарды тиімді салу мүмкіндіктерін бекіту болып табылады.

Талдаудың келесі кезеңі – функционалдық белгілер бойынша баланс активінің және пассивінің бөлек бөлімдер және бөлімшелер арасындағы қаржылық теңсіздігін зерттеу және кәсіпорынның қаржылық тұрақтылығының дәрежесін бағалау. Келесі баланстың өтімділігі зерттеледі (активтердің және пассивтердің көлемі және пайдалану мерзімдері бойынша теңдігі), ақша ағымдардың теңдестірулігі және кәсіпорынның төлем қабілеттілігі бағаланады.

Қорытындыда ұйымның қаржы тұрақтылығының және оның төлем қабілеттілігінің жалпы бағалау жүргізіледі, болашаққа болжамдар жасалынады және банкрот болу ықтималдылығы бағаланады.

Талдауды жүргізу тәжірибесіне келетін болсақ, оның мазмұны және жүргізудің кезеңдері талдаудың мақсатынан және ақпараттық базасынан толығымен тәуелді. Ең біріншіден, талдаушы зерттеудің басымдық бағыттарын және тәуекелдердің орналастыру аймақтарын және кезеңдерін анықтау қажет. Осындай тәртіп және басымдықтар талдау кезінде ауысып туруы мүмкін.

Ұйымның қаржылық жағдайын бағалау негізінен салыстырмалы көрсеткіштерден негізделеді, өйткені абсолюттік көрсеткіштер инфляция кезінде салыстырмалы түрге келтіруге өте қиын.

Ұйымның салыстырмалы көрсеткіштер келесілермен салыстыруға болады:

- тәуекел дәрежесін бағалау және банкрот болу ықтималдығын болжамдау үшін жалпы қабылданған нормаларымен;

- басқа ұйымдардың дәл осындай берілгендерімен, бұл ұйымның күшті және әлсіз жақтарын анықтауға және оның мүмкіндіктерін көрсетуге мүмкіндік береді;

- ұйымның қаржылық жағдайының жақсарудың немесе төмендеуінің тенденцияларын зерттеу үшін өткен жылдардың дәл осындай берілгендерімен.

Ұйымның қаржылық жағдайы кешендік ұғым болып табылады. Ол ұйым потенциалды және нақты қаржылық мүмкіндіктері көрінетін көрсеткіштер жүйесімен түсіндіріледі. Қаржылық жағдай ішкі және сыртқы факторлар жиынтығының әсерімен жоғарылауы немесе төмендеуі мүмкін.

Ұйым қаржылық қызметінің нәтижесін бағалау және талдау оның қызметінің қисық нүктелерін анықтауға, проблеманың себебін анықтап және оның шешім табуына бағытталған іс-әрекеттерді жоспарлауға мүмкіндік береді [3].

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі

1. Дүйсенбаев К.Ш. Кәсіпорынның қаржылық жағдайын талдау: Оқу құралы / К.Ш. Дүйсенбаев -Алматы: Экономика, 2011 ж. – 250 б.

2. Оразалин К. Ж. Кәсіпорын экономикасы: тәжірибе сабағына арналған оқу құралы / К. Ж. Оразалин. - Алматы : ТОО "Издательство LEM", 2007. – 370 б.

3. Ниязбекова Р. Қ. Кәсіпорын экономикасы: оқу құралы / Р. Қ. Ниязбекова, Б. А. Рахметов, П. Т. Байнеева. - Алматы : Экономика, 2008. – 320 б.

УДК 311.216
МРНТИ 06.35.31

ҚЫЗМЕТКЕРЛЕРДІҢ ЕҢБЕК УАҚЫТЫНЫҢ ЕСЕБІ ЖӘНЕ ҚОЛДАНЫЛЫТЫН ТАРИФТІК ЖҮЙЕЛЕРІ

Нарибаев К.Н.[1]
Зайнулла Ж.С.[1]

[1] *Абай атындағы Қазақ Ұлттық Педагогикалық Университеті*

Андатпа

Нарыққа өту кезеңінде экономикалық қатынастарды құру, берілген кезеңге адекватты еңбекке ақы төлеу механизімінің, концептуалды негізін құрудың объективті қажеттілігін береді. Бұл талап қазіргі жағдайда Қазақстан Республикасында болып жатқан экономикалық өзгерулер. Мемлекеттік меншікті негізінен жекешелендіру, үлкен шаруашылық субъектілерді шетел инвесторларына сату және басқаруға беру және осының негізінде әлеуметтік деңгейге байланысты қоғам топтарының құрылуынан, яғни жұмыс берушілер мен жалдамалы жұмыскерлердің, «еңбек ақы» категориясына тиісті көптеген теориялық және әдістемелік баптарды қайта қарастыру қажет.

Тарифтік жүйенің негізгі бағыты еңбек ақыны еңбек нәтижесіндегі жеке айырмашылықтарға қара емес, жұмысты орындаудың мазмұны мен шарттарындағы объективтік айырмашылықтарға қарай жіктеу мәселесін шешу болып саналады.Сондықтан тарифтік жүйе әрқашан еңбектің өзіндегі қоғамдық маңызды айырмашылықтар үшін төлем шарттарына қатысты жұмыс беруші мен барлық жұмыскерлердің арасындағы барлық қарым-қатынастарды көрсетеді. Соған байланысты оның көмегімен теңдей еңбек үшін теңдей еңбек ақы төлеу принципі іске асырылуы керек.

Түйін сөздер: еңбек ақы, еңбек жағдайлары, тарифтік жүйе, еңбек ақы төлеу, жұмыс берушілер, жалдамалы қызметкерлер.

Нарибаев К.Н.[1]
Зайнулла Ж.С.[1]

[1]*Казахский Национальный Педагогический Университет имени Абая*

УЧЕТ РАБОЧЕГО ВРЕМЕНИ РАБОТНИКОВ И ПРИМЕНЯЕМЫЕ ТАРИФНЫЕ СИСТЕМЫ

Аннотация

Экономические отношения в период перехода к рынку, создание адекватного механизма оплаты труда дают объективную необходимость создания концептуальных основ. Современные условия в Республике Казахстан требуют экономического изменения. В основном, приватизации государственной собственности, продажи и передаче в управление иностранным инвесторам в связи с большой социальной группы на уровень хозяйственных субъектов, и на этой основе создания общества, то есть наемных работников и работодателей, заработная плата «необходимо пересмотреть многие теоретические и методические статьи, соответствующие категории. Приватизации государственной собственности, продажи и передаче в управление иностранным инвесторам, в основном большие социальные группы перевести на уровень хозяйственных субъектов, и на этой основе создатьсоответствующих категорийобщества, то есть наемных работников и работодателей, в связи с этим необходимо пересмотреть многие теоретические и методические статьи по заработной плате.

Основные направления тарифной системы является не только оплата труда и результат индивидуального труда, но и содержание объективных различий в условиях исполнения работы в зависимости от классификации и решения вопроса. Поэтому тарифная система всегда показывает внутрирабочие общественно-значимые различий по условиям оплаты на договорной основе между работником и работодателем. В связи с этим, с его помощью должен быть реализован принцип условия равного труда с принципом оплаты труда.

Ключевые слова: заработная плата, условия труда, тарифная система, оплата труда, работодатели, наемные работники.

Narybaev K.N.[1]
Zainulla Zh.[1]

[1]*Kazakh National Pedagogical University named after Abai, Almaty, Kazakhstan*

ACCOUNT OF BUSINESS HOURS OF WORKERS AND APPLIED TARIFF SYSTEMS

Abstract.

Economic relations in the period of passing to the market, creation of adequate mechanism of remuneration of labour, give the objective necessity of creation of conceptual bases. Modern terms in Republic of Kazakhstan require an economic change. Mainly, privatizing of public domain, sales and to the transmission in a management to the foreign investors in connection with large task force on the level of economic subjects, and on this basis of creation of society, id est hired workers and employers, salary it is "necessary revision.Privatizing of public domain, sales and to the transmission in a management to the foreign investors, mainly to translate large task forces on the level of economic subjects, and on this basis to create corresponding categories of society, id est hired workers and employers, in this connection it is necessary to revise many theoretical and methodical articles on a salary.

Basic directions of the tariff system, there are not only a remuneration of labour and result of individual labour but also maintenance objective distinguish

Keywords: salary, terms of labour, tariff system, remuneration of labour, employers, hired workers.

Кәсіпорындар мен ұйымдардың қызметкерлері мен жұмыскерлерінің жалақылары ақшалай көріністегі ұлттық табысты жеке тұтыну қорындағы олардың үлесі болып табылады. Қажетті өнімнің негізгі формасы сияқты. Ол жіберілген еңбектің сапасы мен сонымен және оның жеке, ұжымдық нәтижесіне сәйкес орналастырады. Біздің елде еңбек ақы төлеу екі жақты функцияны атқарады бір жағынан жұмыскердің табысының негізгі көзі және олардың өмірлік деңгейін көтеру, басқа жағынан — өндірістің тиімділігін арттыру болып табылады.

Еңбек ақы – Қазақстан Республикасының Еңбек кодексіне және Қазақстан Республикасының басқада нормативті құқықтық актілеріне, сондай-ақ келісімдермен, еңбек, ұжымдық келісім-шарттарға және жұмыс берушінің актілеріне сәйкес жұмыскерге оның еңбегі үшін берілетін сыйақының міндетті төлемін жұмыс берушінің қамтамасыз етуімен байланысты қатынастар жүйесі. Қазақстанда қалыптасқан қолайлы әлеуметтік - экономикалық ахуал шетелдік жұмыс күшінің ағылып келуіне жағдай туғызып отыр. Және үкімет басқа елдердің тәжірибелерін ескере отырып, республика аумағында жұмыс істеп жүрген заңсыз еңбек мигранттарын ішкі істер органдары мен басқа да тиісті ведомстваларда тіркеу арқылы заңдастыру жөнінде бір реттік акциялар өткізіп, тетіктерін әзірлеуде.

Республикамызда жұмысшылар мен мамандардың еңбек ақысын есептеп төлеуге тарифсіз еңбек ақы жүйесін ұсынды. Дұрыс ұйымдастырылған сауатты құрылған критериилер бойынша бұл жүйеге ұйым жұмысшылары тез бейімделіп, оларды жоғары сапалы өнімді еңбек етуге ынталандырады.

Ұйымдардың қызметкерлері мен жұмыскерлерінің жалақылары ақшалай көріністегі ұлттық табысты жеке тұтыну қорындағы олардың үлесі болып табылады. Қажетті өнімнің негізгі формасы сияқты. Ол жіберілген еңбектің сапасы мен нәтижесіне сәйкес орналастырылады. Біздің елде еңбекақы төлеу екі жақты функцияны атқарады, 6ір жағынан жұмыскердің табысының негізгі көзі және олардың өмірлік деңгейін көтеру, басқа жағынан - өндірістің тиімділігін арттыру болып табылады.

Елдің әлеуметтік және экономикалық дамуындағы өзгерістерге сәйкес нарықтық шаруашылықтану жүйесіне ауысу жағдайларында еңбекке ақы төлеу салаларының саясаты да және жұмыскерлерді әлеуметтік қорғауда, жеке қолдауда өзгереді. Осы саясаттың жүзеге асыру бойынша мемлекеттің көптеген функциялары тікелей ұйымдарға беріледі, яғни өз еріктерімен формаларды, еңбек ақының мөлшері мен жүйесін, оның нәтижесін материалды ынталандыруды бекітеді.

1. Қазіргі жағдайларда еңбектің күрделілігі тәжірибеде қолданылатын тарифтік сеткаларда немесе кәсіптік-біліктілік белгілері бойынша еңбек ақыны жіктеудің (топтастырудың) басқа да нысандарында (формаларында) нақты ескеріледі. Еңбек шарттары барлық мүмкін болатын қосымша, үстеме төлемдер немесе компенсациялық төлемдердің басқа да түрлерімен өтеледі. [1]

Ең соңғысы, әртүрлі аймақтардағы жұмыс күшін қайта жандандыру құнындағы аймақтық айырмашылық еңбек ақыға қойылатын аудандық коэффициенттерде, шөлейт, сусыз және биік таулы жерлерде істеген жұмысы үшін конпенсациялық қосымша және үстеме төлемдердің, сондай-ақ еңбек жағдайы экстремальды жерлерде істеген жұмысы үшін еңбек ақыға қойылатын аудандық және өзге де коэффициенттердің алынып тасталғандығы (күшінің жойылғандығын) білдіреді. Оның үстіне, мұнда еңбек ақыны аймақтық реттеуге ерекше көңіл бөлген жөн.Ол халықтың материалдық игіліктер мен қызмет көрсетулерге деген сұранысындағы айырмашылықтарды, сондай-ақ әр аймақтың табиғи- климаттық жағдайына негізделген жұмыс күшін қайта жандандырудың бірдей емес мүмкіндіктерін есепке алуға бағытталған. Қазақстанның табиғи-климаттық жағдайы алуан түрлі орасан үлкен аумаққа орналасқандығы бәріне де аян.

Еңбек ақыны мемлекеттік-құқықтық реттеу жүйесінде ең төменгі еңбек ақы көрсеткіші аса маңызды орын алады. Принципиалды түрде ең төменгі еңбек ақы ұлттық қана емес,салалық та, аймақтық та деңгейлерде, сондай-ақ ұйым көлемінде де еңбек ақыны реттеудің бүкіл жүйесіне негіз болуы тиіс. Осыған байланысты заң дайындаушылар мен заң шығарушылардың берілген экономикалық категорияның мәніне көзқарастарының эволюциясына белгілі бір қызығушылық туады.

Еңбек ақыны ұйымдастыру жүйесінде тарифті еңбек ақы маңызды орын алады. Ол атқарылатын жұмыстардың күрделілігін (жұмыскердің біліктілігін), еңбектің шарттары мен интенсивтілігін, оның қолдану сферасының (аясының) маңыздылығын (еңбек нарығында кәсіптің немесе мамандықтың тапшылылығын) және еңбек үдерісінің (процесінің) басқа да сиппатық жақтарын есепке алатын жүйе болып табылады.

Төлемді күрделілігіне қарай жіктеу ұйымның әртүрлі білікті қызметкерлерге мұқтаждығын қамтамассыз ету үшін жақсы жағдай жасайды және сол қызметкерге өз біліктілігін арттыруға (көтеруге) ынталандырады. Біліктілікті сипаттайтын негізгі көрсеткіштер жалпы және кәсіптік білім беру мен оқытудың деңгейі мен ұзақтығы, тәжірибиелік жұмыс стажы және жинақталған өндірістік тәжірибе болып табылады.

Тарифтік жүйе сонымен қатар жұмысты атқарудың өндірістік – техникалық жағдайларының айырмашылықтарын ескеруі тиіс. Еңбек интенсивтілігі орташаға қарағанда анағұрлым жоғары, физикалық және техникалық жағынан анағұрлым ауыр, қызметкердің өміріне зиянды және қауыпты өндіріс учаскелерінде (орындарында) жұмыс істейтіндер үшін жоғары еңбек ақы белгіленуі тиіс. Ондағы мақсат тек артық жұмсалатын өмірлік күш-қуаттың (энергияның) орнын толтыру ғана емес, сонымен бірге осы ойындарға (учаскелерге) тарту болып табылады. [2]

Тарифтік жүйенің негізгі бағыты еңбек ақыны еңбек нәтижесіндегі жеке айырмашылықтарға қара емес, жұмысты орындаудың мазмұны мен шарттарындағы объективтік айырмашылықтарға қарай жіктеу мәселесін шешу болып саналады.

Сондықтан тарифтік жүйе әрқашан еңбектің өзіндегі қоғамдық маңызды айырмашылықтар үшін төлем шарттарына қатысты жұмыс беруші мен барлық жұмыскерлердің арасындағы барлық қарым-қатынастарды көрсетеді. Соған байланысты оның көмегімен теңдей еңбек үшін теңдей еңбек ақы төлеу принципі іске асырылуы керек.

Ары қарай экономикалық реформалардың барысында тарифтік төлем саласында Қазақстан Республикасының заңдары ұйымдық – құқықтық нысандарына (формасына) қарай ұйымдарының еңбек ақы қаржыларын қолданудағы өз бетінше әрекетін кеңейту жағына қарай бірнеше рет өзгереді. Нәтижесінде, республика үкіметі мен тиісті қаулыларында шаруашылық жүргізуші субъектілерге жұмыскерлердің еңбек төлемінің (ақысының) шарттарын өз бетінше анықтау құқығы берілді. Басқаша айтқанда, ұйымдар мен ұйымдар тек тарифтік қана емес, сонымен бірге рекін еңбек ақы жүйесін қолдана алатын болады. Тәжірибиде (іс жүзінде) мұндай өзбетіншіліктің арқасында еңбек ақы жүйесінің келесі түрлерін қолдануға мүмкіндік туады:

- дәстүрлік жүйе, ол жұмыскерлер мен қызметкерлерді жекелеп тарифтендіруге негізделген;
- бірңғай тарифтік сеткалар, олар жұмыскерлер мен қызметкерлерді жаппай тарифтендіруге негізделген;
- тарифтік емес жүйе;
- автономиялық жүйелер, олар төлем шарттарын еркін түрде белгілеу принциптеріне негізделген.

Ұсынылған жүйелердің мәні жалпылай отырып, бірнәрсені атап өткен жөн, еңбек ақыны ұйымдастыруды жобалау кезінде шаруашылық жүргізуші субъектілер (Акционерлік қоғам, Жауапкершілігі шектеулі қоғам,өндірістік кооперативтер және тағы басқалар) бір ғана шектеуішті қолданады: ұйым жұмыскерлерінің ең төменгі еңбек ақысы заңмен белгіленген ең төменгі еңбек ақының көлемінен төмен болмауы тиіс. Осылайша, жұмыс берушілерге ұйымда тарифтік жүйелерді белгілеу, не белгілемеу құқығы берілді.

2. Тарифтік жүйелердің дамуында жаңа кезең Қазақстан Республикасының «Еңбек туралы» кодексін күшіне енгізуден басталды. Оған сәйкес төлемнің тарифтік бөлімін мемлекеттік реттеу тәжірибеде тарифтік-біліктілік анықтамаларын міндетті түрде қолдану талабымен толықтырылды.

Кодекстың 70 бабының 5 тарабында «Жұмыстардың белгілі бір түрлерінің күрделілігі мен біліктілік талаптары жұмыстар мен жұмысшылар кәсібінің біліктілік анықтамасың және қызметкерлердің қызмет бабының біліктілік анықтамасының негізінде белгіленеді. Аталған анықтамаларды дайындауды және оларды қолдану тәртібін еңбек бойынша мемлекеттік өкілетті органдар анықтайды. Атқарылатын жұмыстарды белгілі бір күрделілік қатарына жатқызуды және біліктілік разрядтарын беруді жұмыстар мен жұмысшылар кәсібінің біліктілік анықтамаларына және

қызметкерлердің қызмет бабының біліктілік анықтамасына сәйкес жұмыс беруші өз бетінше жүргізеді.» Шын мәнінде, заңның келтірілген заңның келтірілген бабының талаптары тарифтік жүйелерді қолданудың міндеттілігін куәландырады. Осыған орай, тарифтік жүйенің дамуы қайта жанданды деп айтуға толық негіз бар. [3]

Сонымен қатар әлемдік тәжірибе көрсеткендей, жұмысшылар мен қызметкерлерді жекелеп тарифтендіру мен еңбек ақы төлеудің нарықтық қатыныстары дамыған елдердің көпшілігінде қолданылатындығын ескерген жөн. Алайда, республикада жүргізіліп жатқан экономикалық қайта құрулардың стратегиясы жағынан алып қарағанда, бұл жолдың болашағы жоқ, өйткені ол мәні жағынан бұрынғы әрекет еткен тарифтік шарттардың кемшіліктерін жаңадан қайталайды және еңбек ақының келісім-шарттық реттеудің мүмкіндіктерін ескермейді.

Еңбек ақыны жоспарлауға персонал критерий бойынша қор және орташа айлық жалақыны анықтау кіреді.

Еңбек ақының жоспарлы қоры – бұл тарифтік ставка, жалақы және жеке бағалау бойынша жұмысшыларға төленетін жоспарлы кезеңге қарастырылған ақша соммасы, сонымен қатар еңбек ақы қорынан сый ақы және негізгі еңбек ақыға кіретін қосымша төлемдердің барлық түрі.

Еңбек ақы қорын жоспарлау еңбек нәтижесін индивидуалды жақсартуға және ұйымның қызметінің соңғы қорытындысының жақсартуға персонал қызығушылығын жоғарлауын қамтамассыз ету керек.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. Кеулімжаев Қ.К., Әжібаева З.Н., Құдайбергенов Н.А., Жантаева А.А. Қаржылық есеп/ - Қ.К., Кеулімжаев., З.Н. Әжібаева., Н.А Құдайбергенов., А.А . Жантаева . - Алматы:Изд-во Экономика. 2013 ж - 400 б.

2. Радостовец В.К. Ғабдуллин, Т.Ғ. Радостовец, В.В., Шмидт О.И. Ұйымдардағы бухгалтерлік есеп, Қазақстан - орталық аудиті, тәуелсіз аудиторлық компаниясы./ В.К. Радостовец Т.Ғ., Ғабдуллин, В.В., Радостовец., О.И Шмидт. – Алматы: Изд-во Экономика. 2010 ж - 410 б.

3. Төлегенов Э.Т. Бухгалтерлік ақпарат жүйелері / Э.Т. Төлегенов Алматы, Изд-во Экономика. 2011 ж.-296 б.

УДК 35.08-057.17
МРНТИ 82.17.25

А.Ж. Курмантаева[1]
[1]*Абай атындағы Қазақ Ұлттық Педагогикалық Университеті, Алматы қ., Қазақстан*

ҚАЗІРГІ ЗАМАНҒЫ ҰЙЫМДА ПЕРСОНАЛДЫ БАСҚАРУ ЖҮЙЕСІ ЖӘНЕ ӘДІСТЕРІ

Аңдатпа

Бұл мақалада ұйымдарда персоналды басқару жүйесі және әдістері қарастырылған. Қызметкерлерді басқару жүйесінің ең жоғары тиімділігі мен сапасы әдістер жүйесін кешенді қолданған кезде жүзеге асады. Әдістер жүйесін қолдану жетілдіру объектісіне жан-жақты қарауға мүмкіндік береді, ол қателіктердің болмауына көмегін тигізеді. Сонымен бірге персоналды басқару және оның жұмыс істеуіне қажетті жағдайларды жасау үшін керекті мәселелерді шешу жолдары ұсынылған. Кәсіпорынды жұмысқа дайындығын жақсарту үшін бізге қысқа мерзім ішінде – кадрларды бағалау және аттестациялау; іріктеу; даярлау; біліктілігін жоғарылату; жетекші қызметкерлерге резервтер дайындау жұмысын толығымен қайта құру керек. Сонымен қатар, кадрлар қызметіндегі жұмыскерлердің де өздерінің кәсіби деңгейлерін жоғарылатулары керек, барлық деңгейдегі жетекшілер жұмыскерлердің әлеуетін тиімді пайдалануда, дамытуда және айқындауда жауапкершілігін күшейтуі керек.

Түйін сөздер: Персоналды басқару, персоналды басқарудың әдістері, персоналды басқару функциялары, бәсекеге қабілеттілігін қалыптастыру

А.Ж. Курмантаева[1]
[1] *Казахский Национальный Педагогический Университет имени Абая, г.Алматы, Казахстан*

СИСТЕМА И МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В СОВРЕМЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

Аннотация

В данной статье рассмотрены система и методы управления персоналом в организациях. Качество и эффективность системы управления работников достигается в комплексном использовании системы методов. Использование систем методов дает возможность разносторонне смотреть на объект совершенствования, которая помогает недопущения ошибок. Также предложены пути решения проблем в создании условий для реализации деятельности управления персоналом. Для улучшения готовности к работе предприятия в кратчайшие сроки нам необходимо полностью переформировать работу по оценке и аттестации кадров, отбору, подготовке, повышению квалификации, подготовке резервов на руководящие должности. А также работники отдел кадров должны повышать свои квалификации, необходимо усилить ответственность руководителей всех уровней в эффективном использовании, развитии и определении потенциалов работников.

Ключевые слова: Управление персоналом, методы управления персоналом, функции управления персоналом, формирование конкурентоспособности

Kurmantaeva A.Zh[1]
[1]*Kazakh National Pedagogical University named after Abai, Almaty, Kazakhstan*

THE SYSTEM AND METHODS OF PERSONNEL MANAGEMENT IN MODERN ORGANIZATIONS

Abstract

This article describes the system and methods of personnel management in organizations. The quality and effectiveness of the management system of employees is achieved in the integrated use of systems methods. The use of systems methods provides a versatile opportunity to look at the object of improvement, which helps prevent errors. Also proposed solutions to the problems in creating the conditions for the implementation of activities of personnel management. To improve the readiness of the enterprise in the shortest possible time we need to completely rebuild the evaluation and certification of personnel, selection, training, professional development, training of reserves for management positions. As well as employees of the personnel Department needs to improve its qualifications, it is necessary to strengthen the responsibility of leaders at all levels in the efficient use, development and definition of potential employees.

Keywords: Personnel management, personnel management, personnel management, the formation of competitiveness

Персоналды басқару – іс-әрекеттің функционалды ортасы, оның мәселесі – кәсіпорынды керек уақытта, қажетті мөлшерде және талап етілетін сапада кадрлармен қамтамасыз ету, оларды дұрыс орналастыру және ынталандыру. Персоналды басқару мақсаты жалпы ұйымның игілігі мен жұмыскерлердің жеке мүдделерін ескере отырып, әрекет ететін еңбекке қабілетті ұжымды қалыптастыру болып табылады.

Кәсіпорын персоналы бір мезетте басқарудың объектісі де, субъектісі де бола алады. Кәсіпорын қызметкерлерінің объект болуының себебі: олар өндірістік процестің бір бөлігі болып табылады. Сондықтан, өндірісте адам ресурстарын жоспарлау, қалыптастыру, қайта бөлу және тиімді пайдалану персоналдарды басқарудың негізгі мәні болып табылады және осы тұрғыдан қарағанда өндірістің материалдық-заттай элементтерін басқаруға ұқсас келеді.

Персоналды басқару жүйесі персоналдарды басқару мақсаттарының, функцияларының, ұйымдастырушылық құрылымның қалыптасуларынан, басқарушылық шешімдерді негіздеу, өңдеу, қабылдау және орындау процестерінде мамандар мен жетекшілердің тігінен және көлденеңінен функционалды өзара байланыстардың қалыптасуынан тұрады.

Персоналды басқару функцияларын жүзеге асыратын жүйе ұйымның персоналын басқару жүйесі деп аталады.

Қызметкерлерді басқару жүйесінің ең жоғары тиімділігі мен сапасы әдістер жүйесін кешенді қолданған кезде жүзеге асады. Әдістер жүйесін қолдану жетілдіру объектісіне жан-жақты қарауға мүмкіндік береді, ол қателіктердің болмауына көмегін тигізеді.

«Адам қорларын басқару» тұжырымдамасының шеңберінде персонал негізгі капиталға «теңестіру құқығына» ие және оған жұмсалатын шығын ұзақ мерзімді инвестиция ретінде қарастырылады; кадрлық жоспарлау өндіріспен үйлеседі және қызметкерлер корпорациялық стратегиялардың объектісі болады; еңбекті топпен ұйымдастыру белсенді енгізіледі; сондықтан да бар күш команда құруға, адамдардың қабілеттілігін қалыптастыруға бағытталады; кадрлық қызметтер ұйымдастырушылық және талдау-сараптау мәселелерін шешеді; сонымен қатар, компанияда қызметкерлердің меңгеруін жетілдіру мақсатында бөлімше жетекшілеріне қолдау көрсетіледі [1].

Персоналды басқару тұжырымдамасының «ұлттық нақышы» бар деп есептелінеді. Мысалы, АҚШ – та ол прагматикалық түрде; адам мұқият сақтықпен қарайтын және салымдарды толық қайтара алатын ресурс есебінде қарастырылады, ал Жапонияда адам тек ресурс қана емес, сонымен бірге өз бетінше құндылық; бұл жерде корпорациялық мәдениет пен ұйымдастырушылық құндылықтардың рөлі айтарлықтай жоғары. Қазақстанда персонал өзінің нағыз тұжырымдамасына әлі «қолы жеткен жоқ», бірақ отандық дәстүрлі көзқарас әрбір персоналды «өгей бала» түрінде қарау қалыптасқан.

Бұл елдерде персоналды басқарудың әдістері –ұйымның алға қойған мақсаттарына жету үшін басқарушылық объектіге әсер ететін әдістердің жиынтығы деп қарастылады.

Персоналды басқару әдістері төмендегідей топтастырылады [2]:

- ұйымдастырушылық – әкімшілік;
- экономикалық;
- әлеуметтік – психологиялық.

Ұйымдастырушылық – әкімшілік әдістері еңбек тәртібінің қажеттілігін, жауапкершілікті, адамның белгілі бір ұйымда тікелей директивтік нұсқауларға негізделген жағдайларға еңбек ету керек екенін түсінген саналы себепке (мотивке) бағытталған. Ұйымдастырушылық – әкімшілік әдістері негізінде жетекшінің билігіне, оның құқығына, тәртіпті ұйымдастыру мәніне және жауапкершілігіне тіреледі.

Экономикалық әдістер қызметкерлерді экономикалық ынталандыруына негізделсе, ал әлеуметтік – психологиялық әдістер оның әлеуметтік белсенділігін жоғарылату мақсатында қолданылады. Экономикалық әдістердің көмегімен ұжымның, жеке жұмыскерлердің ынталандыруы орындалады.

Персоналды басқарудың мазмұны – кәсіпорынның тиімді әрекет етуі мен ондағы жұмыс істейтіндердің жан-жақты дамуын қамтамасыз ету мақсатында жұмыскердің еңбек ету сапасын пайдалану үшін жағдай жасау, кәсіпорын деңгейіндегі жұмысшы күшін қалыптастыру, бөлу, қайта бөлу процестеріне өзара байланысқан ұйымдастырушы – экономикалық және әлеуметтік шаралардың көмегімен жүйелі, жоспарлы түрде ұйымдастырылған әсері. Осы орайда, отандық және шетелдік персоналды басқару жүйесін салыстырмалы түрде төменде алып көрсетілген (кесте 1).

Кесте 1 - Персоналды басқаруда Қазақстандық және шетелдік үлгі ерекшеліктері

Қазақстандық үлгі	**Шетелдік үлгі**
Жобалық қадам : «бар мәселені – шешеміз»	Стратегиялық мақсатқа қарай жүйелік шешім қабылдау
Менеджмент мемлекет саясаты мен экономикасына тікелей байланысты	Дамыған менеджмент ілгерілеген капитализмнің белгісі
Тиімділіктің өсуіне ұйымдардың үлкен потенциалы	Ұйымдардың тиімділігі өте жоғары
Қысқа мерзімді мотивациялық жоспарлар қолданыста	Ұзақ мерзімді мотивациялық жобалар қолданыста
Ішкі байланысқа аса маңыз берілмейді, негізгі деп саналмайды	Ішкі байланыс орнатуға, ақпаратпен қамтуға, тазалыққа бас назар аударады
Ұйымға персоналдың тез қабылдауы маңызды	Ұйымдағы жұмыскердің бренд, құндылықтарға, персоналдың этика жағынан хабардар болуы маңызды
Басқару жүйесі әр персоналға жеке түрде қарауға бағытталған	Басқару жүйесі персоналды дамыту, кәсіби шеберлігін көтеруге арналған
Әлеуметтік обьектілер және инфрақұрылым, социализмнен қалған бөлу принципі	Әлеуметтік жауапкершілік, персоналға арналған әлеуметтік жеңілдіктер
Ұжымдарда достық қарым қатынас басым қалыптасқан	Жұмыскерлердің қарым қатынасы «достық емес, қадірлеу және ынтымақтастық»
Ақпарат көзі: Мәліметтер [3] негізінде құрастырылды	

Осы кесте негізінде қарайтын болсақ, бүгінде бұрынғы ескі ойлар, әдістер мен тәсілдер негізінде кадрлар қызметін шешуге мүмкін болмайтын жаңа мәселелердің қатарына қойып отыр. Бүгінгі таңда күрделі мәселелердің бірі ретінде кадрлар жұмысын қайта құру өткір түрінде белгілі болып тұр.

Экономиканың барлық салаларындағы сияқты өнеркәсіпте де:

- өндірісті үдету мәселелері;
- оның тиімділігін жоғарылату;

– қажетті және тапшы кадрлық ресурстарды дұрыс пайдалану кәсіпорындардың олар үшін жаңа экономикалық жағдайларға үйрену және өмір сүруі үшін алдыңғы қатарға шығып, ең маңызды мәнге ие бола бастады.

Кәсіпорынның кадрлық қызметі – кәсіпорынды басқару шеңберінде таңдалған саясат бойынша басқаруға бел буған қызметтегі тұлғалармен қоса арнайы құрылымдық бөлімшелердің жиынтығы.

Бүгінде отандық кәсіпорындарда кадрлар бөлімінің қызметі жұмыс күшін жалдау, жұмыстан босату, іс-қағаздарын жүргізу, оқытуды ұйымдастыру, кадрлардың біліктілігін жоғарылатуы және қайтадан даярлау жұмыстарымен шектеледі. Көбіне ұйымдарда әлеуметтік мәселелерді шешу үшін әлеуметтік зерттеу және қызмет көрсету қызметтері өз алдында жеке құрылады. Әр түрлі кадрлық жұмыстармен зауыт басқармасының басқа бөлімдері: еңбек және еңбекақы төлеу бөлімі; жоспарлау бөлімі; кәсіподақтық ұйымы; қауіпсіздік техникасы бөлімі, бас технолог қызметі; техникалық оқыту бөлімі және т.б. бөлімдері айналысады. Яғни жұмыскерлерді жалға алу барысында көптеген ережелерге аса назар аударылмайды. Соның нәтижесінде құрастырылған келесі салыстырмалы кестені қарастырайық (кесте 2).

Кесте 2 - Персоналды басқарудың шет елдерінің ерекшеліктері

Жапония	АҚШ	Скандинав елдері	Еуропа елдері	Ұлыбритания	Қазақстан
Иерархиялық жүйе, ресми қарым-қатынас	Қатаң иерархия жоқ, бейресми қарым-қатынас	Матрицалық жүйе, бейресми қарым-қатынас	Иерархиялық жүйе, ресми қарым-қатынас	Иерархиялық жүйе, ресми қарым-қатынас	Иерархиялық жүйе, ресми қарым-қатынас
Өмірлік жалға алу	Қысқа мерзімді жалға алу	Ұзақ мерзімді жалға алу	Ұзақ мерзімді жалға алу	Ұзақ мерзімді жалға алу	Қысқа мерзімді жалға алу
Жалақыға сәйкес	Жеке төлем	Лауазымға байланысты	Лауазымға байланысты	Үлесіне байланысты	Монетарлы саясат
Бақылау кезіндегі бейресми қатынас	Ресми бақылау	Бейресми бақылау, ыңғайлы кесте	Бейресми бақылау	Бейресми бақылау	Ресми бақылау, қатаң кесте
Үйлестікке және ынтымақтастық қа назар	Тиімділік пен нәтижеге назар	Жұмыс пен жеке өмір балансы	Ұжымдық мәдениет, жұмыс пен жеке өмір балансы	Ұжымдық мәдениет, дәстүрлерді ескеру	Қарым-қатынасқа назар
Бірігіп шешім қабылдау	Жеке шешім қабылдау	Жеке шешім қабылдау	Жеке шешім қабылдау	Жеке шешім қабылдау	Бірігіп шешім қабылдау
«Төменнен жоғары» басқару түрі	«Жоғарыдан төмен» басқару түрі	Демократиялық басқару стилі	Демократиялық басқару стилі	«Жоғарыдан төмен» басқару	«Жоғарыдан төмен» басқару
Әлеуметтік қорғаныс көрсету	Әлеуметтік қорғаныс, әсіресе, мүмкіндігі шектеулі жандарға	Бизнесті әлеуметтік бағдарлау, «тең мүмкіндіктер қоғамы»	Мемлекеттен әлеуметтік қорғаныс	Мемлекеттен әлеуметтік қорғаныс	Басшыдан әлеуметтік қорғаныс
Өндірістен алыстатпай жетілдіру	Біліктілікті жетілдіру бағдарламалар	Кәсіби даму	Кәсіби даму	Кәсіби даму	Жұмыскерлер көмегімен жетілдіру

	ы				
Мансап жолын өтуге байланысты	Жасы маңызды емес, еңбек өтілімі мен нәтиже	Таза кәсіби мансап, еш кемсітусіз	Еңбек өтілімі негізі мен таза кәсіби мансап	Дәстүрлі мансап	Еңбек өтілімі негізіне сәйкес
Ұжымдық мәдениет - ұжымдық	Ұжымдық мәдениет – даралық	Ұжымдық мәдениет – ұжымдық	Ұжымдық мәдениет – даралық	Ұжымдық мәдениет – даралық	Ұжымдық мәдениет-ұжымдық
Ақпарат көзі: Мәліметтер [3,4] негізінде жасалған					

Бұл кестеде байқағанымыздай, отандық персоналды басқару жүйесі шетел үлгісінен алыс кетпеген. Көбінесе жапондық үлгіге сәйкес келеді.

Жапон менеджментінде Т.Кононың төрт стильдік (жаңашыл - аналитикалық, жаңашыл - интуитивтік, консервативті - аналитикалық, консервативті - интуитивтік) моделі қарастырылған.

Жер бетінде қанша ұлт болса, басқарудың сонша стилі мен типі бар. Солардың ішінде жапондық, басқару стилі ерекше көзге түседі. Мысалы, жапон қызметкерлері жаңа күнді бой жазу мен өз фирмаларының жалауына қарап тұрып, фирманың әнұранын қосылып айтумен бастайды. Олар жан-тәнімен беріліп еңбек етуді, әріптестерінің арасында қарапайым, қайырымды болуды, басшыларды құрметтеуді, өз компаниясының патриоты болуды уағыздайды. Бұл рәсім басшының жұмысқа сәттілік тілеген сөзімен аяқталады. Қауымдық және топтық дәстүрлерді құрметтеу рухында тәрбиелене отырып, жапон жұмысшылары мен кәсіпкерлері салт-дәстүрлер арқылы еңбек серіктестігіне адал болу үшін ант береді. Осы кезден бастап олар бір өндірістік компанияға айналып, қауым отбасы мен өз шаңырағына қалай қараса, бұлар да бағыныштыларына да солай камқорлық жасайтын болады. Көпшілік "жапон кереметінің" құпиясын екі бастаудың — ең озық өндіріс технологиясы мен қауымдық, мұраның (өзара көмек пен ұжымдық, еңбекті, туыстық пен ұжымдық, дәстүрлерді қатал сақтаушылықтың) бірлігінен көреді. Мәдени дәстүрлер, түрлі рәсімдер шығыс елінде жақсы сақталып, бүгінгі күнде қызмет етуде. Жапондардың "дәл уақытында" өсиеті бүгінгі бәсекелестік күресінде көмектесуде. Бұл олардың қанына сіңіп, автоматты деңгейге жеткен. Ал басқа мәдениеттің өкілдеріне мұндай қарапайым нәрселерді игеру көп қиынға түскен болар еді. Франция мен Англияда «дәл уақытында» сервистік қызмет көрсету тұжырымдамасы стратегиялық жоспарлаудың мақсатына енгізілген. Фирмаішілік есеп беріп отыру еуропалық компаниялар үшін өндіріс жағдайының индикаторы болса, ал жапондықтар үшін ол қызметкерлерді инновациялық қызметке тарту құралы болып табылады.

Шетелдік социологтар екі арал-мемлекет: Ұлыбритания мен Жапонияның өндіріс мәдениетіндегі ұқсас белгілерді атап көрсетеді. Мысалы, патернализм – бір кәсіпорында өмір бойы жұмыс істеу дәстүрі, адамдарға сол кәсіпорындағы жалпы жұмыс стажын ескере отырып ақы төлеу жүйесі т.б. Осындай ұқсастықтарға байланысты мамандар жапондық басқарудың құнды белгілерін Англияда қолдануды ұсынады. Жапондықтар да басқа елдерден керегін алып жатыр. "Сапаның үйірмелік» теориясын алғашында американдық, ғалымдар В.Деминг пен Д.Юран жасағаны белгілі. Бірақ бұл теория іс жүзінде 1961 жылы Жапонияда қолданылды. Ол неге өз отанында өркен жаймады? Мүмкін АҚШ өз өнімдері сапасының жақсаруын каламайтын шығар? Егер осылай болса, олар бұл салаға орасан зор капитал жұмсамаған болар еді. Жаңа теорияның Жапонияда жүзеге асуына сол елдің ұлттық дәстүрі, яғни қызметкерлерді басқару ісіне қатыстырып, мәселені көп болып шешу үрдісі қолайлы жағдай жасады.

Ұлыбритания мен АҚШ-та "тартысты өшіру ғалымы", яғни дауды екі жаққа да пайдалы етіп, бейтарап үшінші жақтың көмегімен шешу үрдіске айналып келеді. Мұның да тамыры Жапонияда жатыр. Дәл осы елде "ұтыс-ұтылыстың" методологиясы жасалынған. Ешкімді де ренжітпеуге, ұмтылу тәртіптің ұлттық стиліне, дау – жанжалдардың шешімін табуға сәйкес келеді. Мұндай ерекшеліктер кейіннен іскерлік қарым - қатынастардың өзегіне, екі жақтың да қолайлы жағдайда табыс табуға ұмтылуына айналды. Америкада бұрын даулы мәселелерді сот арқылы шешу үрдіске айналған еді. Бұл бір жағынан ұтып, екінші жағынан ұтылуына әкеліп соғады.

Қазіргі кезде басқару саласындағы жапондық тәжірибеге американдықтар көбірек көңіл бөле бастады, атап айтқанда, мұның өзі Массачусетс технологиялық институтында зерттелуде.

Жапонияда істі, өндірісті және басқаруды ұйымдастырудың жоғары деңгейі кімді де болса қайран қалдырады. Жапония - өндірістік қатынасты, сонымен қоса, басқару сипатын айқындайтын монополистік капитализм мемлекеті. Франция және Голландиямен бірге, Жапония экономиканы бағдарлайтын капиталистік мемлекеттердің бірі.

Қазіргі жапондық басқару жүйесі едәуір икемді, әрі тиімді механизм, оның өзі соғыстан кейінгі кезеңде, қазіргі ірі ауқымды өндірісті дамыту жағдайында қалыптасты. Бұл механизм ұдайы жетілдіру үстінде.

Жапония өз экономикасын басқарудың бірегей жүйесі арқасында дамытты. Басқарудың табанды принциптері нәтижесінде көздеген мақсатына жетіп отырды. Жапон қоғамын футурологтар қоғамы деп атайды (топтағы адамдар қанағаттанғанда, жеке адамдар да өзін қанағаттандым деп есептейді).

Тұтастай алғанда экономикалық стратегия төрт негізге сүйенеді: экономикалық ресурстарды жинау және консервілеу; елдің бәсекеге қабілеттілігін жоғары деңгейде ұстау; адамдарды ғылыми-техникалық прогрестің талаптарына бейімделетіндей етіп баулу және соңғысы, ғылыми зерттеулер мен ізденістерді белсендету.

Персоналды басқару және оның жұмыс істеуіне қажетті жағдайларды жасау үшін керекті мәселелерді орындау қажет.

Олардың ішіндегі ең маңыздылары:

- әлеуметтік-психологиялық диагностика;
- топтық және жеке адамдардың қарым-қатынастарын, басшылықтың көзқарасын талдау және реттеу;
- өндірістік және әлеуметтік дау-жанжалды және есеңгіреуді болдырмауды басқару;
- кадрларды басқару жүйесін ақпараттық қымтамасыз ету;
- жұмыспен қамтуды басқару;
- бас лауазымды қызметтерге үміткерлерді іріктеу және бағалау;
- кадрлық потенциалды және персоналдың қажеттілігін талдау;
- кадрлар маркетингі;
- іскерлік мансапты жоспарлау және бақылау;
- жұмыскерлердің кәсіби және әлеуметтік жағдайға тез бейімделуіне жағдай жасау;
- еңбек мотивациясын басқару;
- еңбек қатынастарының құқықтық мәселелерін қамту.

Бұл мәселелерді шешу үшін персоналмен жұмыс істеудің тиянақты жүйесі керек. Нарық жағдайында кәсіпорынды жұмысқа дайындауды жақсарту үшін бізге қысқа мерзім ішінде кадрларға байланысты жұмыс жүйесін – кадрларды бағалау және аттестациялау; іріктеу; даярлау; біліктілігін жоғарылату; жетекші қызметкерлерге резервтер дайындау жұмысын толығымен қайта құру керек. Сонымен қатар, кадрлар қызметіндегі жұмыскерлердің де өздерінің кәсіби деңгейлерін жоғарылатулары керек, барлық деңгейдегі жетекшілер өздерінің қол астындағы жұмыскерлердің әлеуетін (потенциалын) тиімді пайдалануда, дамытуда және айқындауда іс жүзінде жауапкершілігін күшейтуі керек.

Пайданылған әдебиеттер тізімі

1. *Бедяева, Т.В. Управление персоналом на предприятии туризма: Учебник / Т.В. Бедяева, А.С. Захаров; Под ред. проф. Е.И. Богданов. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 180 с.*
2. *Бухалков, М.И. Управление персоналом: Учебник / М.И. Бухалков. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 400 с.*
3. *Рахметов, Б.А. Персоналды басқару теория, тестілер, тәжірбие сабақтары. Оқу құралы, "Экономика" баспасы, 2016, 368б.*
4. *Кибанов А.Я. Основы управления персоналом: учебник. – М.: 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 460с*

УДК 658.114.5(477+574)
МРНТИ 06.01.17

А.В. Линенко[1]
[1]*Запорожский национальный университет, г.Запорожье, Украина*

ОСОБЕННОСТИ СОЗДАНИЯ И ПРАКТИКА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОБЪЕДИНЕНИЙ ПРЕДПРИЯТИЙ В ФОРМЕ КОНСОРЦИУМА В УКРАИНЕ И КАЗАХСТАНЕ

В статье определены особенности национального законодательства относительно создания консорциумов в Украине и Казахстане, выделены преимущества и недостатки такой формы объединения бизнеса. Выявлено, что преимуществ как для участников, так и для самого консорциума, больше, чем потенциальных недостатков этой формы объединения предприятий. Была изучена практика функционирования этих интеграционных бизнес-формирований. Опыт работы консорциумов в Украине и Казахстане подтверждает целесообразность такой консолидации. Проанализированы возможности привлечения крупными субъектами хозяйствования реального сектора экономики или их объединениями консорциумных кредитов от группы банков. Несмотря на определенные отличия в законодательной базе Украины и Казахстана, для предприятий обеих стран объединение в форме консорциума является экономически оправданным ввиду синергии от сотрудничества. Обоснована целесообразность объединения украинских и казахстанских машиностроительных предприятий в международный консорциум.

Ключевые слова: консолидация, консорциум, консорциумное кредитование, объединение предприятий, совместная хозяйственная деятельность, хозяйственная самостоятельность, эффективность.

А.В. Линенко[1]
[1] *Запорож Ұлттық Университеті , Запорож қ. Украина*

УКРАИНА МЕН ҚАЗАҚСТАНДА КӘСІПОРЫНДАРДЫҢ КОНСОРЦИУМ ТҮРІНДЕ БІРІГІП ЖҰМЫС ІСТЕУ ТӘЖІРИБЕСІ МЕН ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ

Аңдатпа

Мақалада Украина мен Қазақстанда консорциумдарды қалыптастыруға қатысты ұлттық заңдылықтың ерекшеліктері анықталған, бизнесті біріктірудің осы формасының артықшылықтары мен кемшіліктері көрсетілген. Кәсіпорынның мұндай бірігу формасы қатысушылар үшін де , консорциумның өзі үшін де артықшылықтардың кемшіліктеріне қарағанда көп екенін айқындап көрсетті. Осындай интеграциялық бизнес-топтардың қызмет ету практикасы зерттеледі. Украина мен Қазақстандағы консорциумдардың жұмыс тәжірибесі осындай шоғырландырудың орындылығын растап отыр. Экономиканың нақты секторының ірі шаруашылық субъектілерінің банктер тобынан консорциумдық несие алу мүмкіншіліктері сарапталды. Украина мен Қазақстанның заңнамалық базасындағы айырмашылықтарға қарамастан екі елдің кәсіпорындары үшін концорциум түріндегі ынтымақтастықтан алатын нәтиже экономикалық түрғыдан ақталады деген үміт бар. Украина мен Қазақстанның көлік құрылыс кәсіпорындарының халықаралық консорциумға бірігуі орынды.

Түйін сөз: Шоғырландыру, концорциум, концорциумдік несие, кәсіпорындар бірігуі, бірлескен шаруашылық қызмет, шаруашылық тәуелсіздік, тиімділік.

A.V. Lynenko[1]
[1]*Zaporizhzhya National University, Zaporozhye* ,Ukraine

FEATURES OF CREATION AND THE PRACTICE OF FUNCTIONING OF ASSOCIATIONS OF THE ENTERPRISE IN FORM OF CONSORTIUM IN UKRAINE AND KAZAKHSTAN

Abstract

The article defines the peculiarities of national legislation regarding establishment of consortium in Ukraine and Kazakhstan, advantages and disadvantages of this form of business combination are highlighted. As it was defined, there are more advantages for participants as well as for consortium than potential disadvantages of this form of business combination. The practice of these integrational business-formations operations was studied. Work experience of consortium in Ukraine and Kazakhstan confirms feasibility of such consolidation. The opportunities of attracting large business entities of real sector of economy or their associations consortium loans from banks group were analyzed. In spite of the defined differences of Ukrainian and Kazakh legal framework, association in consortium form is economically justified for enterprises of both countries considering synergism in cooperation. The expediency of unification of the Ukrainian and Kazakh machine-building enterprises in the uniform international consortium was justified.
*Key words***:** consolidation, consortium, consortium crediting, association of enterprises, joint economic activity, economic independence, efficiency.

Интеграционные процессы, активизация которых происходит сегодня как на уровне предприятий, так и на уровне мировой экономики, обуславливают развитие традиционных и новых форм объединений. Из числа перспективных форм объединений предприятий особо следует выделить консорциумный тип интеграционных бизнес-формирований, который предусматривает взаимовыгодное сотрудничество участников без потери ими экономической независимости, что является немаловажным преимуществом для субъектов хозяйственной деятельности.

Целью данного исследования является определение особенностей национального законодательства относительно создания консорциумов в Украине и Казахстане, изучение практики функционирования этих интеграционных бизнес-формирований, а также обоснование целесообразности объединения украинских и казахстанских машиностроительных предприятий в международный консорциум.

Процедура создания и специфика функционирования украинских и казахстанских консорциумов на законодательном уровне закреплены Хозяйственным кодексом Украины и Гражданским кодексом Республики Казахстан соответственно. Во многом положения национального законодательства относительно создания консорциумов в Украине и Казахстане совпадают, однако есть и существенные отличия.

Так, в соответствии с Хозяйственным кодексом Украины консорциум – это временное уставное объединение предприятий для достижения его участниками определенной общей хозяйственной цели (реализации целевых программ, научно-технических, строительных проектов и т.п.). Консорциум использует средства, которыми его наделяют участники, централизованные ресурсы, выделенные на финансирование соответствующей программы, а также средства, поступающие из других источников, в порядке, определенном его уставом. В случае достижения цели его создания консорциум прекращает свою деятельность [1].

В Казахстане для создания консорциума участники должны заключить договор о совместной деятельности. Договор о совместной деятельности (договор простого товарищества) заключается между гражданами, гражданами и юридическими лицами, между юридическими лицами (консорциум).

Консорциум – это временный добровольный равноправный союз (объединение) на основе договора о совместной хозяйственной деятельности, в котором юридические лица объединяют те или иные ресурсы и координируют усилия для решения конкретных хозяйственных задач.

Участники консорциума сохраняют свою хозяйственную самостоятельность и могут принимать участие в деятельности других консорциумов, ассоциаций. Отношения между участниками консорциума строятся на договорной основе.

Управление консорциумом осуществляется в соответствии с консорциальным соглашением участников консорциума.

Участники консорциума несут солидарную ответственность по обязательствам, связанным с деятельностью консорциума, если иное не оговорено консорциальным соглашением.

Консорциум прекращает свою деятельность по выполнении поставленной задачи или по решению его участников [2].

Общие положения и ключевые отличия в Хозяйственном кодексе Украины и Гражданском кодексе Республики Казахстан относительно консорциумов приведены на рисунке 1.

Рисунок 1 – Общие положения и ключевые отличия национального законодательства относительно создания консорциумов в Украине и Казахстане

Несмотря на наличие многих общих положений, имеется главное отличие, суть которого состоит в том, что в Украине консорциумы создаются как уставные объединения, т.е. предполагается создание нового юридического лица, тогда как в Казахстане отношения между участниками консорциума строятся на договорной основе в соответствии с консорциальным соглашением. Таким образом, в последнем случае новое юридическое лицо не создается.

К особенностям консорциумов можно отнести следующие:

– оформление организации консорциума уставом (учредительным договором) или соглашением (создание консорциума соответственно с образованием и без образования юридического лица);

– отсутствие в рамках консорциума «громоздких» организационных структур за исключением небольшого аппарата (совета директоров консорциума);

– экономическая и юридическая самостоятельность предприятий, которые входят в консорциум, за исключением той части деятельности, которая связана с достижением целей консорциума;

– предприятия могут одновременно входить в состав различных консорциумов и принимать участие в нескольких проектах;

– для консорциумов характерна не только координация деятельности участников, долгосрочная стратегия развития, но и единая инвестиционная политика [4].

Создание консорциумов обуславливает такие преимущества:

объединение деловой репутации участников консорциума, что повышает их конкурентоспособность и увеличивает положительный гудвилл объединения;

– повышение качества и обоснованности конкурсных заявок при участии в международных и государственных программах, проектах, грантах;

– консолидация залоговых ресурсов участников консорциума при получении банковских гарантий и кредитов;

– возможность привлечения дешевых кредитных ресурсов за счет включения в консорциум финансовых структур;

– распределение между участниками консорциума экономических рисков;

– возможности заключения выгодных ценовых соглашений за счет включения в консорциум поставщиков материальных ресурсов;

– повышение эффективности использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов вследствие экономической интеграции [7].

К недостаткам консорциума как формы объединения предприятий можно отнести сложность координации совместной хозяйственной деятельности участников. Поскольку члены такого объединения сохраняют экономическую самостоятельность, что является положительным для каждого из них, нахождение консенсуса и принятие управленческих решений на уровне интегрированного бизнес-формирования может сопровождаться длительными согласованиями. Но этот недостаток возможно нивелировать формированием эффективной системы корпоративного менеджмента.

Определенные проблемы могут возникнуть в силу территориальной отдаленности участников (особенно для международного консорциума) и необходимости оперативного обмена информацией, однако современные возможности коммуникации также снижают важность этого потенциального недостатка.

Кроме того, могут возникнуть определенные трудности, связанные с необходимостью составления консолидированной отчетности и отличиями в национальных стандартах бухгалтерского учета и финансовой отчетности. Впрочем, этот недостаток может проявиться и при создании объединений предприятий других организационных форм, а внедрение международных стандартов позволит его устранить [9].

Из вышеизложенного видно, что преимуществ как для участников, так и для самого консорциума, несомненно, больше, чем потенциальных недостатков такой формы объединения предприятий.

В плане сотрудничества предприятий реального сектора экономики с финансовыми учреждениями и в развитие темы консорциумных объединений важно отметить возможности привлечения крупными субъектами хозяйствования или их объединениями консорциумных кредитов от группы банков [3]. Для регулирования таких финансовых отношений Национальным банком Украины был утвержден порядок идентификации и признания банковских групп, а по информации Первого кредитного бюро 10 банков Казахстана выразили свою заинтересованность в создании консорциума, который объединит эти финансовые учреждения.

В таблице 1 проанализированы данные о динамике количества консорциумов в Украине [8]. Подобной информации о консорциумах на сайте Комитета по статистике Республики Казахстан найти не удалось, поскольку консорциумы в соответствии с казахстанским законодательством, не являясь юридическими лицами, не относятся к организационно-правовым формам хозяйствования и, по-видимому, не подлежат статистическому учету.

Таблица 1 – Динамика развития консорциумов в Украине

Показатели	По состоянию на 1 января				
	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.
Количество	93	94	90	66*	69*
Цепной темп роста, %	–	101,08	95,74	73,33	104,55

Базисный темп роста, %	100,00	101,08	96,77	70,97	74,19

* – без учета временно оккупированной территории Автономной Республики Крым и г. Севастополя

Анализ данных таблицы 1 показывает, что с 2013 по 2015 гг. количество консорциумов сократилось всего на 3,23% до 90 объединений.

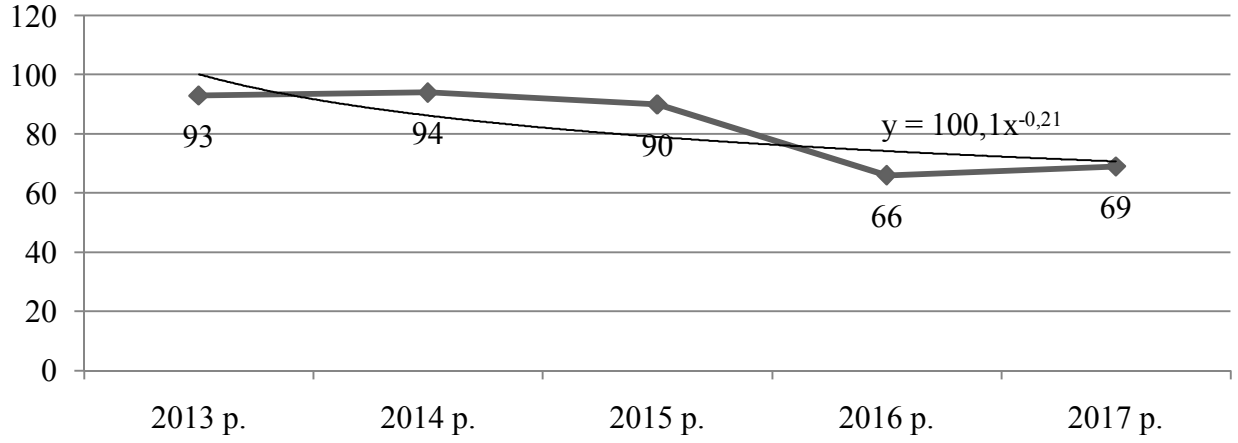


Рисунок 2 – Тенденция изменения количества консорциумов в Украине
со степенной линией тренда (по данным на 1 января)

По официальным данным Государственной службы статистики Украины в начале 2016 г. наблюдается резкое сокращение числа консорциумов, но это связано не с реальным уменьшением их количества, а с тем, что информация приведена без учета временно оккупированной территории Автономной Республики Крым и г. Севастополя. С 2016 по 2017 гг. число консорциумов возросло на 4,55%, что может свидетельствовать о перспективности такой формы объединения предприятий в Украине (рисунок 1).

Практика функционирования консорциумов в Казахстане также подтверждает целесообразность такой консолидации. Так, можно привести пример успешной работы Каспийского трубопроводного консорциума, который по своей сути является международным. Кроме того, с 2008 г. на базе Карагандинского государственного технического университета результативно функционирует инновационно-образовательный консорциум «Корпоративный университет», объединяющий уникальный производственно-технический и интеллектуальный потенциал 86 ведущих предприятий и научных центров Казахстана, Германии, Франции, Китая, России, Белоруссии и Узбекистана.

Объединения промышленных предприятий представлены консорциумом «Supply and Project», консорциумом «Welding Group», консорциумом «СулуНур» и др.

Следует отметить, что консорциум «Казахстан-КАМАЗ», учитывая положительные результаты сотрудничества и тенденцию роста потребности Казахстана в автомобильной технике, был преобразован в совместное казахстанско-российское АО «КАМАЗ-Инжиниринг». Подобного рода международные консорциумы целесообразно организовывать и украинским машиностроительным предприятиям совместно с предприятиями отрасли машиностроения Республики Казахстан. Ведь уже есть примеры взаимовыгодного сотрудничества в других отраслях экономики. Речь идет об инициативе казахстанских и украинских энергетиков и машиностроителей по созданию казахстанско-украинского электропромышленного консорциума, объединяющего возможности обеих стран в осуществлении программ модернизации энергогенерирующих мощностей Казахстана, строительства линий электропередачи и коммуникаций, создания надежных систем безопасности в энергетике [5].

Кроме того, в 2016 г. Азербайджан, Казахстан, Грузия и Украина подписали протокол об установлении конкурентоспособных льготных тарифов на грузоперевозку по Транскаспийскому

международному транспортному маршруту в рамках уже действующего консорциума, обеспечивающего транспортировку грузов из Китая в Европу [6].

Таким образом, несмотря на определенные отличия в законодательной базе Украины и Казахстана, для предприятий обеих стран объединение в форме консорциума может быть экономически оправданным и целесообразным ввиду целого ряда преимуществ, которые возникают вследствие такой консолидации. Синергия от сотрудничества в рамках консорциума нивелирует потенциальные недостатки такой формы объединения предприятий.

Создание совместных консорциумов возможно при участии корпорации «Богдан», корпорации «УкрАВТО», ПАО «АвтоКрАЗ», ЧАО «Еврокар», других украинских машиностроительных предприятий и, например АО «АЗИЯ АВТО», ТОО «Daewoo Bus Kazakhstan», ТОО «СарыаркаАвтоПром».

Перспектива дальнейшего исследования состоит в решении проблемных вопросов развития современных форм объединения машиностроительных предприятий, в т.ч. на международном уровне консолидации украинского и казахстанского бизнеса.

Список использованной литературы

1. Господарський кодекс України від 16 січня 2003 р. № 436-IV : текст зі змін. станом на 8 грудня 2016 р. [Електронний ресурс] / Сайт Верховної Ради України. – Режим доступу : http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/436-15.

2. Гражданский кодекс Республики Казахстан от 27 декабря 1994 г. : текст с изм. и доп. по состоянию на 26 июля 2016 г. [Электронный ресурс] / Сайт Информационной системы «ПАРАГРАФ». – Режим доступа : http://online.zakon.kz/Document/?doc_id=1006061.

3. Демчук Н.І. Сутність та механізми здійснення консорціумного кредитування / Н.І. Демчук, Н.П. Дуброва, Д.В. Воловик // Агросвіт. – 2011. – № 22. – С. 38–43.

4. Економіка та організація діяльності об'єднань підприємств : Підручник / В.І. Щелкунов, О.П. Овсак, О.М. Кириленко та ін. ; під загальною редакцією В.І. Щелкунова. – К. : НАУ, 2010. – 400 с.

5. Казахстан и Украина создадут электропромышленный консорциум [Электронный ресурс] / Сетевое издание «Интернет ресурс Tengrinews». – Режим доступа : https://tengrinews.kz/kazakhstan_news/kazahstan-ukraina-sozdadut-elektropromyishlennyiy-231235.

6. Новий шовковий шлях: Азербайджан, Казахстан, Грузія та Україна підписали документ про вантажні перевезення [Електронний ресурс] / Сайт «АНТИКОР». – Режим доступу : http://antikor.com.ua/articles/81927-novij_shovkovij_shljah_azerbajdhan_kazahstan_gruzija_ta_ukrajina_pidpisali_dokument_pro_vantahni_per.

7. Отличия (плюсы и минусы) при консолидации юридических лиц путем создания консорциума и путем создания самостоятельного юридического лица (ТОО) [Электронный ресурс] / Сайт ZAN Company. – Режим доступа : http://zancompany.com/ru/news-articles/articles/2591.

8. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua.

9. Сороківська О.А. Економічне оцінювання та організування інтегрованих корпоративних структур консорціумного типу : Автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.02.03 «Організація управління, планування і регулювання економікою» / О.А. Сороківська. – Львів, 2005. – 26 с.

УДК 658.338
МРНТИ 06.81

Иващенко О.В.[1]
[1]*Запорожский Национальный Университет, г.Запорожье, Украина*

КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА КАК ФАКТОР ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация

В статье рассмотрены факторы, влияющие на экономическую безопасность предприятия. Экономическая безопасность имеет первостепеное значение для обеспечения общей безопасности предприятия, поскольку без поддержания на высоком уровне финансово-экономического потенциала не может идти речь о безопасности предприятия в целом. Важным фактором, обеспечивающим экономическую безопасность предприятия, является наличие у предприятия конкурентных преимуществ. Под конкурентным преимуществом следует понимать наличие у предприятия определенных ресурсов и свойств, которые делают его более конкурентоспособным по сравнению с другими предприятиями, функционирующими или могущими функционировать в данной сфере (отрасли). Представлены виды конкурентных преимуществ предприятия, а также этапы процесса их формирования. Достижение предприятием уникальных, устойчивых конкурентных преимуществ дает ему возможность своевременно и эффективно адаптироваться к условиям быстро меняющейся рыночной среды, противостоять кризисным явлениям в экономике и развиваться даже при неблагоприятных условий.

*Ключевые слова:*Экономическая безопасность, конкурентные преимущества, конкурентоспособность, факторы.

Иващенко О.В.[1]
[1]*Запорож Ұлттық Университеті, Запорож қ. Украина*

КӘСІПОРЫННЫҢ ЭКОНОМИКАЛЫҚ ҚАУІПСІЗДІГІН ҚАМТАМАСЫЗ ЕТУДІҢ ФАКТОРЫ РЕТІНДЕ БӘСЕКЕЛІК АРТЫҚШЫЛЫҚ

Аңдатпа

Мақалада кәсіпорынның экономикалық қауіпсіздігіне әсер етуші факторлар қарастырылған. Экономикалық қауіпсіздік кәсіпорынның жалпы қауіпсіздігін қамтамасыз етуде алдыңғы қатарлы мәселе болып табылады, себебі қаржы-экономикалық әлеуетін жоғары деңгейде сақтап тұру арқылы ғана сол мақсатқа жетуге болады. Кәсіпорынның экономикалық қауіпсіздігін қамтамасыз етудің маңызды факторына бәсекелік артықшылығын жатқызамыз. Бәсекелік артықшылық ретінде кәсіпорын қызмет етіп отырған салада жұмыс істейтін басқа да кәсіпорындармен салыстырғанда оны бәсекеге қабілетті ететіндей белгілі бір ресурс немесе қасиеттерінің бар екенін айтамыз. Кәсіпорынның бәсекелік артықшылығының түрлері және оның қалыптастыру кезеңдері ұсынылған. Кәсіпорын бірегей, тұрақты артықшылықтарға қол жеткізу арқылы құбылмалы нарықтық ортаның шарттарына уақтылы және тиімді бейімделуіне, экономикадағы дағдарыстық жағдайларға төтеп беруге және қолайсыз жағдайлардың өзінде де дамуға мүмкіндік береді.

Түйін сөздер: Экономикалық қауіпсіздік, бәсекелік артықшылық, бәсекеқабілеттілік , факторлар, кәсіпорын.

Ivashchenko O.V.[1]
[1]*Zaporizhzhya National University. Zaporozhye, Ukraine*

COMPETITIVE ADVANTAGES AS A FACTOR IN ENSURING THE ECONOMIC SECURITY OF THE ENTERPRISE.

Abstract

The article discusses the factors affecting the economic security of the enterprise. Economic security is of paramount importance to the overall security of the enterprise, because without maintaining a high level of financial and economic capacity can not talk about the security of the enterprise as a whole. An important factor in ensuring the economic security of the enterprise are its competitive advantages. The competitive advantage of the enterprise is its specific resources and properties, which make it more competitive with other businesses that operate or are likely to operate in the sector. Presents the types of competitive advantages of the company and the stages of their formation process. Achieving the company's unique, sustainable competitive advantages enabling it to promptly and effectively adapt to the rapidly changing market environment, to confront crises in the economy and develop even under adverse conditions.

Keywords: Economic security, competitive advantages, competitiveness, factors.

Современные условия функционирования предприятий характеризуются значительным динамизмом, неопределенностью и нестабильностью внешней и внутренней среды, обострением конкурентной борьбы, что зачастую препятствует достижению предприятиями их стратегических целей и реализации экономических интересов. Поэтому у предприятий существует постоянная необходимость в принятии эффективных управленческих решений по обеспечению и укреплению собственной экономической безопасности. Кроме того, острая конкурентная борьба между предприятиями требует повышения значимости их конкурентоспособности, поскольку только конкурентоспособное предприятие, обладающее уникальными конкурентными преимуществами, может эффективно использовать и развивать в долгосрочной перспективе свой потенциал и обеспечивать надлежащий уровень экономической безопасности. В святи с этим проблема определения конкурентных преимуществ предприятия как фактора его экономической безопасности приобретает все большую актуальность.

Теоретическим аспектам обеспечения экономической безопасности субъектов хозяйствования посвящены работы многих ученых, среди которых: И. Бланк, Т. Болгар, Т. Васильцив, К. Горячева, М. Ермошенко, З. Живко, И. Керницкий, А. Марченко, И. Моисеенко, В. Ортынский, Р. Папехин и др.

Исследованию сущности категории «конкурентные преимущества» в экономической литературе были посвящены работы таких ученых, как Г. Азоев, В. Андрианов, И. Ансофф, Б. Карлофф, Ж.-Ж. Ламбен, Р. Лупак, М. Портер, А. Челенков, Р. Фатхутдинов и др.

Однако проблема формирования конкурентных преимуществ как фактора обеспечения экономической безопасности предприятия остается недостаточно изученной, что и обусловило необходимость настоящего исследования.

Экономическая безопасность имеет первостепеное значение для обеспечения общей безопасности предприятия, поскольку без поддержания на высоком уровне финансово-экономического потенциала не может идти речь о безопасности предприятия в целом.

Понятие экономической безопасности предприятия является достаточно многогранным и поэтому специалисты рассматривают его с нескольких позиций.

С позиции различных рыночных агентов, взаимодействующих с предприятиями (потребителями, поставщиками, посредниками и пр.), «экономическая безопасность предприятия является комплексным отражением степени надежности предприятия как партнера в производственных, финансовых, коммерческих и других экономических отношениях за определенный промежуток времени» [10, с. 246].

Экономическую безопасность также рассматривают как состояние эффективного использования ресурсов предприятия. Так, Варналия З.С. под экономической безопасностью предприятия понимает «обеспечение наиболее эффективного использования ресурсов предприятия для предотвращения угроз и создания условий для стабильного функционирования основных его элементов. Это результат комплекса составляющих, ориентированных на устранение финансово-экономических угроз функционирования и развития предприятия и обеспечение его финансовой устойчивости и независимости, высокой конкурентоспособности технологического потенциала,

оптимальности и эффективности организационной структуры, правовой защиты деятельности, защиты информационной среды, коммерческой тайны, безопасности персонала, капитала, имущества и коммерческих интересов» [3, с. 309].

Олейников Е.А. также рассматривает экономическую безопасность предприятия как «состояние наиболее эффективного использования корпоративных ресурсов для преодоления угроз и обеспечения стабильного функционирования предприятия в данный момент и в будущем» [6, с. 138].

Как состояние экономической системы противостоять опасности, экономическую безопасность организации рассматривают Ермошенко М.М. и Горячева К.С.: «это состояние и способность экономической системы противостоять опасности разрушения ее оргструктуры и статуса, а также препятствиям в достижении целей развития» [4, с. 91].

Подход к определению экономической безопасности предприятия, основанный на состоянии защищенности интересов предприятия, представлен Шаваевым А.Г. и Багаутдиновым А.Т.: «состояние защищенности жизненно важных интересов системы от недобросовестной конкуренции, противоправной деятельности криминальных формирований и отдельных лиц, способность противостоять внутренним и внешним угрозам, сохранять стабильность функционирования и развития в соответствии с его стратегическими целями [11, с. 445–446].

В свою очередь, Белокуров В.В. трактует экономическую безопасность предприятия как наличие конкурентных преимуществ: «наличие конкурентных преимуществ, обусловленных соответствием материального, финансового, кадрового, технико-технологического потенциалов и организационной структуры предприятия его стратегическим целям и задачам» [2].

Такое разнообразие подходов к понятию «экономическая безопасность предприятия» свидетельствует о том, что до настоящего времени не сформировалось единого мнения относительно этого понятия. Таким образом, экономическая безопасность предприятия является сложным и многовекторным понятием.

На уровень экономической безопасности предприятия влияет большое разнообразие факторов, которые делят на внешние и внутренние (табл. 1).

Таблица 1 – Факторы, влияющие на экономическую безопасность предприятия

Внешние факторы	
Макро-экономические	стадия экономического развития страны; государственная (инвестиционная, налоговая, регуляторная, антимонопольная, внешнеэкономическая, ценовая, инновационная, социальная) политика; уровень инфляции; совершенство хозяйственного законодательства; состояние финансовой системы государства
Рыночные	уровень спроса на продукцию (услуги); емкость рынка; уровень цен на сырье и материалы, энергоносители; уровень конкуренции; активность конкурентов
Прочие	природно-географические факторы; демографическая обстановка; уровень научно-технического прогресса; социально-экономическая инфраструктура
Внутренние факторы	
Этап жизненного цикла предприятия	экономическая безопасность на стадии зарождения предприятия ниже, чем на стадии зрелости
Размер предприятия	возможность диверсификации продукции (услуг); экономия на масштабе
Финансово-экономические факторы	уровень рентабельности; структура активов и капитала; обеспеченность рабочим капиталом
Материально-техническое обеспечение	качество и прогрессивность поставляемых сырья, материалов, оборудования; ритмичность и своевременность поставок
Производственно-технологические факторы	эффективность использования сырья, материалов, оборудования; прогрессивность технологии; структура себестоимости продукции (услуг); наличие системы контроля качества

Экологичность производства и продукции	наличие и эффективность природоохранных мероприятий; соответствие продукции (услуг) стандартам
Сбытовые факторы	эффективность маркетинговой и сбытовой политики; ассортимент продукции (услуг); конкурентоспособность продукции (услуг); политика расчетов с потребителями
Кадровый и интеллектуальный потенциал	квалификация и образовательный уровень работников предприятия, в частности, руководителей; система мотивации персонала; система отбора и адаптации персонала; уровень рационализаторской активности

Таким образом, экономическая безопасность предприятия является комплексной категорией, на которую влияют разные аспекты деятельности предприятия, а также составляющие внешней среды.

В свою очередь, перечисленные факторы могут способствовать формированию у предприятия свойств, отличающих его от конкурентов и дающих определенные преимущества перед ними, т.е. конкурентных преимуществ. Наличие у предприятия конкурентных преимуществ, позволяющих реализовывать оптимальную программу развития его экономического потенциала, позитивно отражается на уровне экономической безопасности предприятия, поскольку уникальные конкурентные преимущества дают возможность предприятию эффективно противостоять угрозам внешней и внутренней среды, адаптироваться к меняющимся условиям среды и развиваться. Предприятию необходимо формировать и поддерживать такие конкурентные преимущества, использование которых позволит ему достичь высокого уровня конкурентоспособности и поддерживать его в течение длительного времени.

В общем понимании конкурентные преимущества предприятия – это те характеристики, которые создают для предприятия определенные преимущества над своими непосредственными конкурентами.

Однако у ученых пока еще нет единого подхода к трактовке понятия «конкурентные преимущества предприятия».

Так, Азоев Г.Л. и Челенков А.П. считают, что конкурентные преимущества «являются концентрированным проявлением преимущества над конкурентами в экономической, технической, организационной сферах деятельности предприятия, можно измерить экономическими показателями (дополнительный доход, выше рентабельность, доля рынка, объем продаж)» [1, с. 48].

Конкурентные преимущества согласно Марковой В.Д. определяются «как уникальные осязаемые и неосязаемые ресурсы, которыми располагает субъект хозяйствования, а также важные для него сферы бизнеса, которые позволяют побеждать в конкурентной борьбе» [5, с. 71].

С точки зрения Стецива Л.П., «конкурентное преимущество – это относительная категория, которая проявляется в конкурентной среде, характеризуется способностью к адаптации к изменяющимся условиям, определенным уровнем устойчивости и эффективности, определяет возможности успешного функционирования производственно-хозяйственной системы в конкурентном окружении» [7, с. 269].

В свою очередь Фатхутдинов Р.А. под конкурентным преимуществом понимает «определенную эксклюзивную ценность, присущую системе, которая придает ей преимущество перед конкурентами» [8, с. 147].

По мнению Шевченко Л.С., конкурентные преимущества – это «характеристики товаров (потребительские свойства), специфические условия производства и продажи, дополнительные услуги, которые отличают деятельность фирмы и создают ее преимущества над прямыми конкурентами» [9, с. 89].

Таким образом, под конкурентным преимуществом следует понимать наличие у предприятия определенных ресурсов и свойств, которые делают его более конкурентоспособным по сравнению с другими предприятиями, функционирующими или могущими функционировать в данной сфере (отрасли).

Конкурентные преимущества предприятия по источникам их возникновения делят на внутренние и внешние.

К внутренним конкурентным преимуществам относят те, которые характеризуют внутренние аспекты деятельности предприятия и превышают аналогичные характеристики основных конкурентов (организация процессов производства, снабжения и сбыта, система менеджмента, величина затрат, производительность труда и т.д.).

Внешними конкурентными преимуществами являются те, которые способствуют созданию более значимых ценностей для потребителей продукции (услуг) (создающие возможность более полного удовлетворения потребностей потребителей, уменьшения расходов или повышения эффективности).

Виды конкурентных преимуществ предприятия представлены в табл. 2.

Таблица 2 – Виды конкурентных преимуществ предприятия

Внешние преимущества	
Конъюнктура рынка	рыночная среда и условия функционирования в ней; количество и поведение конкурентов; уровень конкуренции
Ценовые тенденции	уровень и динамика цен; социальная направленность цен; степень рыночной власти предприятия
Информационное обеспечение	уровень осведомленности предприятия о состоянии и тенденциях развития рынка, поведении потребителей, конкурентов и других рыночных субъектов; способы распространения информации о предприятии; наличие «обратной связи»
Имидж предприятия	мнение потребителей и других рыночных субъектов о предприятии и его продукции (услугах); популярность предприятия и продукции (услуг) среди потребителей
Природно-географические особенности	географическое размещение; близость к источникам материальных и человеческих ресурсов, рынкам сбыта; наличие транспортных путей и каналов распределения продукции
Внутренние преимущества	
Производственные	степень обеспеченности материально-техническими ресурсами; уровень затрат на производство продукции; эффективность использования основных средств; уровень производительности труда; бездефектность производства
Технологические	прогрессивность технологических процессов; степень механизации и автоматизации технологических процессов; экологичность технологических процессов
Финансово-экономические	наличие источников финансирования; уровень рентабельности и платежеспособности
Квалификационные	профессионализм, мастерство, активность, творчество персонала; склонность к нововведениям
Организационные	уровень прогрессивности и гибкости организационной структуры
Управленческие	эффективность и результативность системы управления; эффективность управления закупочными, производственными, сбытовыми процессами, оборотными средствами, качеством; прогрессивность системы мотивации персонала
Инновационные	степень использования достижений научно-технического прогресса

Процесс формирования конкурентных преимуществ предприятия состоит из нескольких этапов:

– анализ конкурентного статуса предприятия на рынке с выявлением существующих конкурентных преимуществ;

– планирование мероприятий по достижению желаемой конкурентной позиции предприятия на рынке;

– выявление изменений в конкурентной среде, корректировка плана мероприятий по достижению желаемой конкурентной позиции в связи с выявленными изменениями в среде;

– разработка плана финансирования запланированных мероприятий;

– координация действий подразделений предприятия для достижения конкурентных преимуществ;

– подготовка и адаптация персонала к реализации разработанных мероприятий;

– контроль за реализацией плана мероприятий по формированию конкурентных преимуществ.

Формирование конкурентных преимуществ и достижение предприятием определенного конкурентного статуса, превосходящего статус основных конкурентов, дает возможность предприятию более эффективно осуществлять свою производственно-хозяйственную деятельность, что, в свою очередь, позитивно отразится и на уровне его экономической безопасности.

С учетом важности для обеспечения экономической безопасности наличия у предприятия конкурентных преимуществ, предлагаем следующее определение экономической безопасности предприятия – это такое состояние предприятия, при котором его конкурентные преимущества обеспечивают защищенность предприятия от внешних и внутренних угроз и дают возможность реализовывать цели уставной деятельности.

Выводы. Таким образом**,** одним из важных факторов обеспечения экономической безопасности предприятия является наличие у него конкурентных преимуществ, позволяющих быть более эффективным и конкурентоспособным в сравнении с основными конкурентами. Достижение предприятием уникальных, устойчивых конкурентных преимуществ дает ему возможность своевременно и эффективно адаптироваться к условиям быстро меняющейся рыночной среды, противостоять кризисным явлениям в экономике и развиваться даже при неблагоприятных условий.

Список использованной литературы

1. Азоев Г.Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г.Л. Азоев, А.П. Челенков. – М.: ОАО «Типография «Новости». – 2000. – 255 с.

2. Белокуров В.В. Структура функциональных составляющих экономической безопасности предприятия [Електронный ресурс] / В.В. Белокуров // Режим доступа: http://www.safetyfactor.ru.

3. Економічна безпека: навч. посіб. / За ред. З.С. Варналія. – К.: Знання, 2009. – 647 с.

4. Єрмошенко М.М. Фінансова складова економічної безпеки: держава і підприємство: монографія / М.М. Єрмошенко, К.С. Горячева. – К.: НАУ, 2010. – 232 с.

5. Маркова В.Д. Маркетинг услуг / В.Д. Маркова. – М.: Изд-во «Финансы и статистика», 1996. – 128 с.

6. Основы экономической безопасности (Государство, регион, предприятие, личность) / под. ред. Е.А. Олейникова. – М.: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 1997. – 288 с.

7. Стецiв Л.П. Конкурентні переваги: підходи до трактування та їх відмінності / Л.П. Стецiв // Науковий вісник НЛТУ України. – 2009. − Вип. 19.12. – С. 263–270.

8. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р.А. Фатхутдинов. – М.: ИНФРА-М. – 2000. – 312 с.

9. Шевченко Л.С. Конкурентное управление: учебн. пособ. / Л.С. Шевченко. – Харьков: Изд-во «Эспада», 2004. – 520 с.

10. Шемаєва Л.Г. Забезпечення економічної безпеки підприємства на основі управління стратегічною взаємодією із суб'єктами зовнішнього середовища: монографія / Л.Г. Шемаєва. – Київ, 2009. – 357 с.

11. Экономическая безопасность: энциклопедия / А.Г. Шаваев, А.Т. Багаутдинов и др. – М.: Издательский дом «Правовое просвещение», 2001. – 511 с.

Мазмұны

ТЕОРИЯ ЖӘНЕ ӘДІСТЕМЕ
ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ

Касенов К.Р., Байсенгирова Ә. Ж.. Интегрированные системы менеджмента как основа устойчивого развития организаций.....5
Kasenov K.R.,Baisengirova A.Z. The integrated systems of management - basis of sustainable development of the organizations

Азбергенова Р.Б., Исабаева М.В. Ко-брендинг – технология совместного продвижения брендов...10
Azbergenova R.B. Isabayeva M.V.Co-branding - technology of joint promotion of brands

Джубалиева З.У., Сабиров Д.З. Қазақстан Республикасында туризмдегі маркетингтің дамуы.....16
Dzhubalieva Z.U., **Sabirov D.Z..** Development of tourism marketing in the Republic of Kazakhstan

Смагулов А.С., Мойтапова Н.С. Қазақстан Республикасының қызмет көрсету саласындағы маркетингтік қызметті ұйымдастыру.....22
Smagulov A.S., Moytapova N.S. Organization of marketing services in the field of services of Republic of Kazakhstan**.**

Смагулов. А.С., Кунболатов Д.А. Кәсіпорындарда бәсекеге қабілеттілікті арттыру жолдары.....29
Smagulov A.S., Kunbolatov D. Ways to improve the competitiveness of enterprises

Курманалиев К.К., Исмагулова А.Е. Процесс разработки стратегии управления персоналом организации.....36
Kurmanaliev K.K., Ismagulova A.Y. Process of development of human resource management strategy of the organization

Кошкарбаев К.У., Джаксылыкова Д.Т. Теоретические аспекты исламского финансирования....42
Koshkarbaev K.U., Dzhaksylykova D.T. Theoretical aspects of islamic finance, Kazakhstan.

Еспергенова Л.Р.., Әбілқасым Т. Б. Ұйым қорларының есебін халықаралық қаржылық есептің стандарттарына сәйкестіріліп жүргізу мәселелері.....48
Espergenova L R.,Abilkasym T. B. The organization of inventory of the company , in accordance with international financial reporting standards

МАКРОЭКОНОМИКАЛЫҚ РЕТТЕУ
МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ

Азбергенова Р.Б. Инновационное развитие экономики Казахстана в условиях глобальной конкуренции.....54
Azbergenova R.B. Innovative development of the economy of Kazakhstan in the conditions of global competition

Джаншанло Р.Е.,Балденова Р.Е.Наиболее эффективная ставка подоходного налогообложения.....60
Janshanlo RE., Baldenova R.E.. The most effective rate of income taxation

Жазылбек Л.И. Основные направления развития инвестиционных процессов в Казахстане.....64
Zhazylbek L.I. Main directions of development of investment processes in Kazakhstan

Нурлихина Г.Б.., Келимбетова Ф. Кластерные инициативы и нефтегазовая отрасль Казахстана.....69
Nurlihina G.B.,Kelimbetova F.T. Clusters initiatives and oil and gas industry of Kazakhstan

Нарибаев К.Н., Ерасилова А.Н. Методы совершенствования налогового учета на предприятии....74
Naribaev K. N., AErasilova N. Methods of improving tax accounting in the enterprise

Касенов К.Р.Байсенгирова Ә. Ж. Развитие систем менеджмента в Казахстане.....82
Kasenov K.R.,Baisengirova A.Z . The development of management systems in Kazakhstan

Оралбаева Ж.З., Жақсылық Н.О. Ұйымның қаржылық тұрақтылығын талдау және бағалау әдістері.....87
Oralbayeva Zh.Z.,Zhaksylyk N. Methods of analysis of the rate and financial stability problem organisation

Нарибаев К.Н., Зайнулла Ж.С. Қызметкерлердің еңбек уақытының есебі және қолданылытын тарифтік жүйелері.....93
Narybaev K.N., Zainulla Zh. Account of business hours of workers and applied tariff systems

ЖАС ҒАЛЫМДАРДЫҢ МІНБЕСІ
ТРИБУНА МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ

Курмантаева А.Ж. Қазіргі заманғы ұйымда персоналды басқару жүйесі және әдістері.....98
Kurmantaeva A.Zh. The system and methods of personnel management in modern organizations

НОВОСТИ ИНСТИТУТА СОРБОННА – КАЗАХСТАН
СОРБОННА – ҚАЗАҚСТАН ИНТИТУТЫНЫҢ ЖАҢАЛЫҚТАРЫ

Линенко А.В. Особенности создания и практика функционирования объединений предприятий в форме консорциума в Украине и Казахстане.....104
Lynenko A.V. Features of creation and the practice of functioning of associations of the enterprise in form of consortium in Ukraine and Kazakhstan

Иващенко О.В. Конкурентные преимущества как фактор обеспечения экономической безопасности предприятия.....110
Ivashchenko O.V. Competitive advantages as a factor in ensuring the economic security of the enterprise**.**