

ҚАРАҒАНДЫ
УНИВЕРСИТЕТІНІҢ
ХАБАРШЫСЫ
ВЕСТНИК
КАРАГАНДИНСКОГО
УНИВЕРСИТЕТА

ISSN 0142-0843

ЭКОНОМИКА сериясы
№ 4(76)/2014
Серия ЭКОНОМИКА

Қазан–қараша–желтоқсан
30 желтоқсан 2014 ж.

1996 жылдан бастап шығады
Жылына 4 рет шығады

Октябрь–ноябрь–декабрь
30 декабрь 2014 г.

Издается с 1996 года
Выходит 4 раза в год

Собственник РГП

**Қарагандинский государственный университет
имени Е.А.Букетова**

Бас редакторы — Главный редактор

Е.К.КУБЕЕВ,
академик МАН ВШ, д-р юрид. наук, профессор

Зам. главного редактора — Х.Б.Омаров, д-р техн. наук
Ответственный секретарь — Г.Ю.Аманбаева, д-р филол. наук

Серияның редакция алқасы — *Редакционная коллегия серии*

Р.С.Каренов,	редактор д-р экон. наук;
В.И.Герасимчук,	д-р экон. наук (Украина);
А.А.Кочербаева,	д-р экон. наук (Кыргызстан);
Л.А.Родина,	д-р экон. наук (Россия);
Ладислав Тылл,	д-р PhD (Чехия);
Р.К.Андарова,	д-р экон. наук;
Ж.М.Шаекина,	д-р экон. наук;
Б.С.Есенгельдин,	д-р экон. наук;
Б.А.Ахметжанов,	д-р экон. наук;
А.Д.Дюсембаев,	д-р экон. наук;
С.К.Ержанова,	ответственный секретарь канд. экон. наук

Редакторы *Ж.Т.Нұрмұханова*
Редактор *И.Д.Рожнова*
Техн. редактор *Д.Н.Муртазина*

Издательство Карагандинского
государственного университета
им. Е.А.Букетова
100012, г. Караганда,
ул. Гоголя, 38,
тел.: (7212) 51-38-20
e-mail: izd_kargu@mail.ru

Басуға 29.12.2014 ж. қол қойылды.
Пішімі 60×84 1/8.
Офсеттік қағазы.
Көлемі 20,0 б.т.
Таралымы 300 дана.
Бағасы келісім бойынша.
Тапсырыс № 158.

Подписано в печать 29.12.2014 г.
Формат 60×84 1/8.
Бумага офсетная.
Объем 20,0 п.л. Тираж 300 экз.
Цена договорная. Заказ № 158.

Отпечатано в типографии
издательства КарГУ
им. Е.А.Букетова

Адрес редакции: 100028, г. Караганда, ул. Университетская, 28
Тел.: 77-03-69 (внутр. 1026); факс: (7212) 77-03-84.
E-mail: vestnick_kargu@ksu.kz Сайт: <http://www.ksu.kz>

© Карагандинский государственный университет, 2014

Зарегистрирован Министерством культуры, информации и общественного согласия Республики Казахстан.
Регистрационное свидетельство № 13112–Ж от 23.10.2012 г.

МАЗМҰНЫ

ӘЛЕМНІҢ БӘСЕКЕҚАБЛЕТТІ 30 ЕЛДЕР ҚАТАРЫНА ҚОСЫЛУ ШЕҢБЕРІНДЕГІ ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ АЙМАҚТАРЫ МЕН САЛАЛАРЫНЫҢ ЭКОНОМИКАЛЫҚ ДАМУЫНЫҢ МӘСЕЛЕЛЕРІ

<i>Каренов Р.С.</i> Отандық және шетелдік компанияларда және кәсіпорындарда қорларды басқару мәселелері	4
<i>Шаекина Ж.М., Мамраева Д.Г., Ташенова Л.В.</i> ЭКСПО-2017 тұрғысынан алғандағы Қазақстанда оқиғалық туризмнің дамуы.....	18
<i>Тлеубердинова А.Т., Рыспаев А.Б.</i> Бірыңғай экономикалық кеңістік азық-түліктік қауіпсіздікті қамтамасыз ететін өзара байланыстың әлеуетті үлгісі ретінде	25
<i>Сыздықова Э.Ж., Әбілов Д.К.</i> ЭКСПО-2017 халықаралық арнайы көрмесіне дайындық: Қазақстан аймақтық белсенді қатысудың алғашқы нәтижелері	32

ҚАЗАҚСТАҢДАҒЫ ИННОВАЦИЯЛЫҚ ЖӘНЕ ИНДУСТРИАЛДЫҚ САЯСАТТЫ ЖҮЗЕГЕ АСЫРУ ТИІМДІЛІГІ

<i>Қазбеков Т.Б., Мусина А.Г.</i> Кәсіпкерлікті инновациялық негізде дамытудың басты бағыттары	38
<i>Романько Е.Б., Мәмбетова С.Ш.</i> «Ұзақ толқындар» ілімі және ғылыми-техникалық прогресс	45

ҚАЗІРГІ ЗАМАНҒЫ МЕНЕДЖМЕНТ ЖӘНЕ МАРКЕТИНГТІҢ ӨЗЕКТІ МӘСЕЛЕЛЕРІ

<i>Каренов Р.С.</i> Леонтьев үлгісі негізіндегі жоспарлау міндеттері және салааралық теңгерілмнің экономикалық-математикалық үлгісін құру	52
<i>Фредерик Херцберг.</i> Еңбекке құлшынысты қалай ояту керек?.....	64
<i>Эргенели А., Темірбекова Ж.А.</i> Халықаралық менеджментте жаһандық көшбасшылық концепциясы: мәдени құндылықтар арқылы көзқарас	72
<i>Жұмашева А.Б.</i> Лизинг машиналар мен құрал жабдықтарға арналған инвестицияны қаржыландырудың қуатты құралы ретінде	78

СОДЕРЖАНИЕ

ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ И ОТРАСЛЕЙ В СВЕТЕ ВХОЖДЕНИЯ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН В ЧИСЛО 30-ТИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНЫХ СТРАН МИРА

<i>Каренов Р.С.</i> Проблемы управления запасами в отечественных и зарубежных компаниях и предприятиях	4
<i>Шаекина Ж.М., Мамраева Д.Г., Ташенова Л.В.</i> Развитие событийного туризма в Казахстане сквозь призму ЭКСПО-2017.....	18
<i>Tleuberdinova A.T., Ryspayev A.B.</i> Common economic space as a perspective form of interaction in ensuring food security	25
<i>Syzdykova E.Zh., Abilov D.K.</i> Preparations for the International specialized exhibition EXPO-2017: first results of the active participation of the regions of Kazakhstan	32

ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЕАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННОЙ И ИНДУСТРИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ В КАЗАХСТАНЕ

<i>Қазбеков Т.Б., Мусина А.Г.</i> Основные направления развития предпринимательства на инновационной основе.....	38
<i>Романько Е.Б., Мәмбетова С.Ш.</i> Теория «длинных волн» и научно-технический прогресс.....	45

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

<i>Каренов Р.С.</i> Задачи планирования на основе модели Леонтьева и построение экономико-математической модели МОБ	52
<i>Фредерик Херцберг.</i> Как пробудить рвение к работе?.....	64
<i>Эргенели А., Темірбекова Ж.А.</i> Концепция Глобального лидерства в международном менеджменте: взгляд через призму культурных ценностей	72
<i>Жұмашева А.Б.</i> Лизинг как мощный инструмент финансирования инвестиций в машины и оборудование	78

Құнанбаева Д.А. Білім беру қызмет нарығының конъюктурасына қоршаған маркетингтік ортадағы компоненттердің ықпалы 84

ЭКОНОМИКАЛЫҚ КӨРСЕТКІШТЕРДІ ЭКОНОМИКАЛЫҚ-МАТЕМАТИКАЛЫҚ МОДЕЛЬДЕУ ЖӘНЕ БОЛЖАМДАУ

Кәрібаев Е.С. Коммерциялық банктің пайдасын және рентабельділігін арттыруды басқару 94

Құнанбаева Д.А. Білім беру қызметінің принциптері мен әдістері 99

ҚАРЖЫ-НЕСИЕ ЖҮЙЕСІ

Искендірова С.К., Рахимова Г.А. Қазақстан Республикасындағы коммерциялық банктердің дамуы 107

Мусина Ә.Ә., Сейітқасымов Ф.С. Сактандыру ұйымдарының банктермен қарым-қатынасы: қазақстандағы даму үрдісі 117

Ақбаев Е.Т., Абаев А.А., Тагаева В.З. Қазақстан Республикасында жанама салықтар жүйесінің қалыптасуы және дамуы 124

Артақшинова В.С. Кәсіпорындағы қаржылық ресурстарды басқару жүйесінің құрылымы және қызмет атқару үрдісі 131

ЖАС ҒАЛЫМ МІНБЕСІ

Рахимова С.А. Қазақстанның өңдеуші өнеркәсібі кәсіпорындарындағы инновациялық үдерістерді басқару жолдары 138

МЕРЕЙТОЙ ИЕСІ

Бексейіт С. Атына ісі сай һарон ар-Рашит 143

Ыдырыс С.С. Ғалым өткен белестер (профессор Р.С.Каренов — 70 жаста) 149

АВТОРЛАР ТУРАЛЫ МӘЛІМЕТТЕР 151

2014 жылғы «Қарағанды университетінің хабаршысында» жарияланған мақалалардың көрсеткіші. «Экономика» сериясы 153

Кунанбаева Д.А. Влияние компонентов маркетинговой среды на конъюнктуру рынка образовательных услуг 84

ЭКОНОМИКО-МАТЕМАТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ СИСТЕМ

Карибаев Е.С. Управление прибылью и повышением рентабельности коммерческого банка 94

Кунанбаева Д.А. Принципы и методы маркетинга образовательных услуг 99

ФИНАНСОВО-КРЕДИТНАЯ СИСТЕМА

Искендірова С.К., Рахимова Г.А. Развитие коммерческих банков Республики Казахстан... 107

Мусина А.А., Сейтқасимов Г.С. Взаимодействие страховых организаций с банками: тенденции развития в Казахстане 117

Ақбаев Е.Т., Абаев А.А., Тагаева В.З. Формирование и развитие системы косвенных налогов в Республике Казахстан 124

Артақшинова В.С. Структура и процесс функционирования системы управления финансовыми ресурсами на предприятии 131

Трибуна молодого ученого

Рахимова С.А. Пути управления инновационными процессами на предприятиях обрабатывающей промышленности Казахстана 138

ЮБИЛЕЙНЫЕ ДАТЫ

Бексейіт С. Һарон ар-Рашит — человек слова 143

Ыдырыс С.С. Этапы, пройденные ученым (к 70-летию профессора Р.С.Каренова) 149

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ 151

Указатель статей, опубликованных в «Вестнике Карагандинского университета» в 2014 году. Серия «Экономика» 153

ӘЛЕМНІҢ БӘСЕКЕҚАБІЛЕТТІ 30 ЕЛДЕР ҚАТАРЫНА ҚОСЫЛУ ШЕҢБЕРІНДЕГІ ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ АЙМАҚТАРЫ МЕН САЛАЛАРЫНЫҢ ЭКОНОМИКАЛЫҚ ДАМУЫНЫҢ МӘСЕЛЕЛЕРІ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ И ОТРАСЛЕЙ В СВЕТЕ ВХОЖДЕНИЯ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН В ЧИСЛО 30-ТИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНЫХ СТРАН МИРА

УДК 658.012 : 330.123.3

Р.С.Каренов

*Карагандинский государственный университет им. Е.А. Букетова
(E-mail: rkarenov@inbox.ru)*

Проблемы управления запасами в отечественных и зарубежных компаниях и предприятиях

В статье рассматриваются назначение и цель управления запасами. Раскрываются причины появления запасов готовой продукции и материальных ресурсов на предприятии. Отмечается, что имеется ряд классификаций запасов, которые помогают детализировать решения в сфере управления запасами. Анализируются две базисные системы управления запасами. Обобщается зарубежный опыт оперативного планирования материальных потоков. Особое внимание автором уделено описанию систем «канбан» и «точно в срок», которые возникли в Японии. На примере системы «точно вовремя» («точно в срок») показана сложность задач, возникающих при сокращении производственных запасов и работе без складов.

Ключевые слова: оборотный капитал, запасы, управление, назначение, виды, причины, классификация, системы, целевые функции, издержки, внедрение.

Назначение и цель управления запасами

Задача эффективного управления оборотным капиталом важна для подавляющего большинства предприятий, работающих в условиях рыночной экономики. Это обусловлено значимой ролью оборотного капитала в обеспечении непрерывности производственно-сбытовой деятельности предприятия, с одной стороны, и существенным влиянием его объёмов на эффективность использования капитала предприятия — с другой.

Значительной компонентой оборотного капитала являются запасы. Их доля в составе оборотных активов колеблется от 9 % на предприятиях транспорта и связи почти до 40 % в сфере природопользования [1; 113]. На управление запасами приходится до 40 % логистических затрат предприятий [2; 251–253].

Запасы — это материальные ценности, выключенные на некоторое время из процесса непосредственного потребления. Производственные запасы — это материальные ресурсы, находящиеся уже у потребителя, но еще не вступившие в процесс производственной переработки [3; 123].

Назначение запасов — образование определенного буфера между последовательными поставками материалов и исключение необходимости непрерывных поставок. Запасы обеспечивают оперативную гибкость. Наличие запасов позволяет закупать материалы или производить товары экономически выгодными партиями даже в условиях достаточно постоянного спроса на продукцию системы.

Известны четыре вида запасов [4; 135]:

- 1) исходные материалы и покупные компоненты;
- 2) заделы производственные;

- 3) эксплуатационные, ремонтные, операционные (MRO);
- 4) готовая продукция.

Управление запасами влияет на маркетинг, финансовую службу и производственную функцию. Управлением запасами на предприятиях обычно занимается специально созданная служба. Главная цель управления запасами — минимизация различного вида издержек, связанных с приобретением и хранением запасов.

Непосредственное управление запасами осуществляется при приемке и складировании. Отдел приемки отвечает за точный учет и правильное заполнение и оформление учетной документации по всем поступившим материалам.

Теория управления запасами разрабатывает методы вычисления величины запасов, обеспечивающей наиболее экономным путем удовлетворение будущего (не всегда определенного) спроса.

*Причины появления запасов готовой продукции
и материальных ресурсов на предприятии*

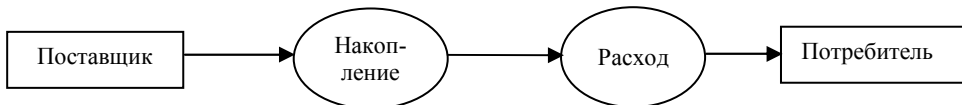
На предприятии могут создаваться две большие группы запасов: готовой продукции и материальных ресурсов. Условия и факторы, определяющие их размеры, специфичны.

Причины появления запасов готовой продукции на предприятии можно объединить в четыре группы [5; 155].

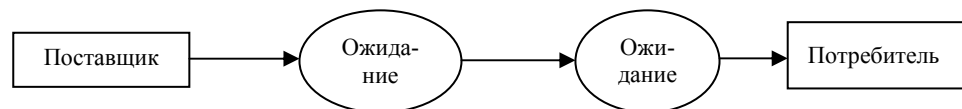
1. Партии изготовления, сбыта и транспортировки равны, но меньше партии потребления.



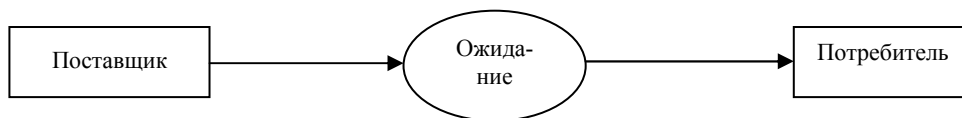
2. Партии изготовления и потребления равны, но меньше партии транспортировки.



3. Партии изготовления, сбыта, транспортировки и потребления равны, но не согласуются режимы работы поставщика и потребителя.



4. Поставщик работает в режиме «сделал — отдай».



Чтобы продукция не пролеживала, необходимо уравнивать партии по стадиям и синхронизировать графики их продвижения.

Запасы материальных ресурсов на предприятии появляются и формируются по другим причинам. Это обуславливается тем, что назначение запасов и их возникновение существенно различаются. Есть запасы материальных ресурсов, появляющиеся на предприятии «стихийно». Например, поступление материальных ресурсов в определенный промежуток на предприятии по времени не равно их потреблению. На практике встречаются ситуации, когда поступление или потребление материальных ресурсов становятся неуправляемыми. Они отклоняются от запланированного по времени и/или количеству. Тогда речь идет о неуправляемости материальными ресурсами и, следовательно, стихийном появлении или исчезновении запасов.

Степень незапланированных изменений запаса (как позитивных, так и негативных) — важнейший показатель неуправляемости материальных ресурсов.

Классификация запасов

Вопрос классификации запасов необходим для решения, по крайней мере, двух задач [6; 100]:

- а) конкретизация объекта изучения в рамках заданного материального потока;
- б) управление запасами в рамках заданной логистической системы.

Имеется ряд классификаций запасов, которые помогают детализировать решения в сфере управления запасами (рис.1).

1. По видам товарно-материальных ценностей запасы могут включать:

- сырье и материалы, продовольствие;
- производственные запасы (запасы незавершенного производства) и комплектующие;
- готовую продукцию;
- вспомогательные материалы и т.п.

2. По выполняемым функциям запасы подразделяются на:

- текущие;
- производственные;
- в пути и транзитные;
- гарантийные (страховые или резервные);
- сезонные;
- рекламные;
- спекулятивные;
- неликвидные.

3. По месту нахождения запасы делятся на:

- производственные;
- товарные.

Производственные запасы формируются на промышленных предприятиях и предназначены для производственного потребления.

Товарные запасы находятся у предприятий-изготовителей на складах готовой продукции, а также в каналах распределения и производителей, и торговых компаний. Товарные запасы необходимы для бесперебойного обеспечения потребителей разного уровня продукцией.

4 Запасы в каналах сферы обращения (дистрибутивных каналах) разбиваются на:

- запасы в пути;
- запасы на предприятиях торговли.

Запасы в пути (или транспортные/транзитные запасы) находятся на момент учета в процессе транспортировки от поставщиков к потребителям.

5. Каждая организация в цепи поставок является, с одной стороны, поставщиком (изготовителем), а с другой — потребителем. С этих позиций промышленное предприятие всегда имеет производственные и товарные запасы.

Производственные и товарные запасы подразделяются на:

- текущие;
- подготовительные (буферные);
- гарантийные (страховые или резервные);
- сезонные;
- переходящие.

Текущие запасы обеспечивают непрерывность снабжения материальными ресурсами производственного процесса, а также реализации (распределения) готовой продукции предприятиями-изготовителями и организациями торговли в период между двумя смежными поставками. Текущие запасы составляют основную часть производственных и товарных запасов. Их величина постоянно меняется.

Подготовительные (буферные) запасы выделяются из производственных запасов, они требуют дополнительной подготовки перед использованием в производстве (сушка древесины, например). Подготовительные запасы готовой продукции вызваны необходимостью их подготовки к отпуску потребителям.

Гарантийные (страховые или резервные) запасы предназначены для непрерывного снабжения продукцией потребителя в случае непредвиденных обстоятельств: отклонения в периодичности и величине партий поставок от запланированных, изменения интенсивности потребления, задержки поставок в пути. В отличие от текущих запасов размер гарантийных запасов является постоянной величиной. При нормальных условиях работы эти запасы являются неприкосновенными.

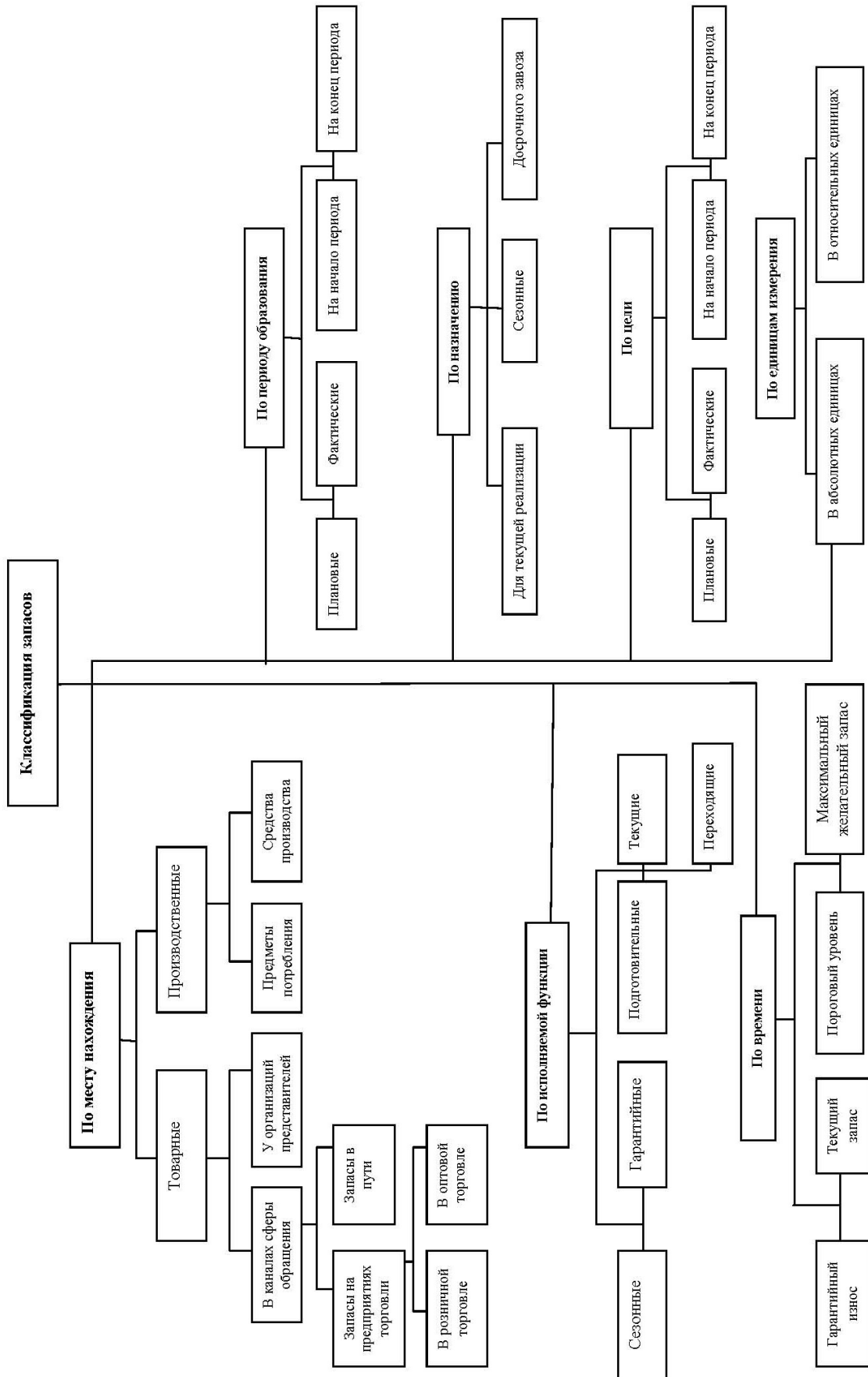


Рисунок 1. Классификация материальных запасов (данные работы [6; 101])

Сезонные запасы образуются при сезонном характере производства, потребления или транспортировки продукции. Сезонные запасы должны обеспечить нормальную работу организации во время сезонного перерыва в производстве, при потреблении или транспортировке.

Переходящие запасы — остатки материальных ресурсов на конец отчетного периода. Они обеспечивают непрерывность производства и потребления в отчетном и в следующем за отчетным периоде до очередной поставки.

Выделяют также запасы:

- спекулятивные;
- рекламные (для продвижения продукции).

Спекулятивные запасы создаются в целях защиты от возможного повышения цен или введения протекционистских квот или тарифов, а также чтобы использовать конъюнктуру рынка для получения дополнительной прибыли.

Рекламные запасы (для продвижения продукции) создаются и поддерживаются в каналах распределения для быстрой реакции на проводимую фирмой маркетинговую политику. Они связаны с широкомасштабными рекламными мероприятиями. Эти запасы должны удовлетворять возможное резкое увеличение спроса на продукцию фирмы.

6. *По времени* запасы подразделяются на:

- максимальный желательный уровень;
- пороговый уровень;
- текущий уровень;
- гарантийный уровень.

Максимальный желательный запас определяет уровень запаса, экономически целесообразный в данной системе управления запасами. Этот уровень может превышать. В различных системах управления максимальный желательный запас используется как ориентир при расчете объема заказа.

Пороговый уровень запаса («точка заказа») используется для определения момента времени выдачи очередного заказа.

Текущий запас соответствует уровню запаса в любой момент учета. Он может совпасть с максимальным, пороговым или гарантийным уровнем запаса.

Системы управления запасами

В настоящее время выделяют две базисные системы управления запасами: с фиксированным размером заказа (СФРЗ); с фиксированным интервалом времени между заказами (СФИВЗ). Остальные системы являются их разновидностями.

1. Система СФРЗ. Она считается классической. Размер заказа является постоянной величиной; повторный заказ подается при уменьшении наличных запасов до определенного критического уровня — точки заказа.

Подобная система имеет два регулируемых параметра: точку заказа (фиксированный уровень запаса конкретного материального ресурса, при снижении до которого заявка на заказ повторяется) и размер заказа (величина партии поставки — для данной системы постоянна).

Основная задача этой системы — определение оптимального размера заказа. Оптимальность определяется балансом издержек по хранению материальных запасов и издержек выполнения заказа; они по-разному зависят от размера заказываемой партии.

Для определения затрат на выполнение одного заказа (с размером партии q) необходимо издержки по выполнению заказа, приходящиеся на единицу материального ресурса (C), умножить на потребность за определенный период во всех материальных ресурсах (P) и разделить на размер партии поставки:

$$CP:q.$$

Зависимость издержек выполнения заказов от размера партии поставки показана на рисунке 2.

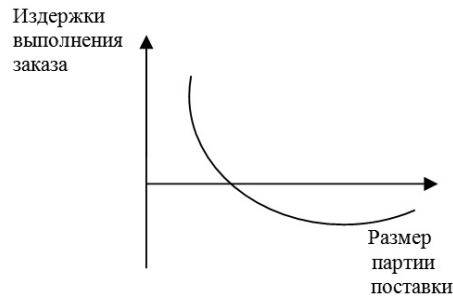


Рисунок 2. Зависимость издержек выполнения заказа от размера партии поставки (данные работы [7; 90])

Как видно из рисунка, издержки выполнения заказа уменьшаются при увеличении размера партии. Также изменяются издержки выполнения заказа, приходящиеся на единицу товара.

Издержки хранения запасов включают расходы, связанные с физическим содержанием материальных запасов на складе, и возможные проценты на капитал, вложенный в запасы. Издержки выражаются в процентах от закупочной цены за определенное время (например, 20% за год). Если Z — закупочная цена единицы товара, i — доля издержек по хранению от закупочной цены в процентах, то Ziq — издержки хранения поставляемой партии размера q . Как правило, издержки хранения материальных запасов определяются средним уровнем запасов. При постоянной интенсивности потребления материальных запасов издержки хранения запасов составляют:

$$Ziq : 2.$$

График зависимости издержек хранения запасов от размера партии поставки (их количества на складе) представлен на рисунке 3.

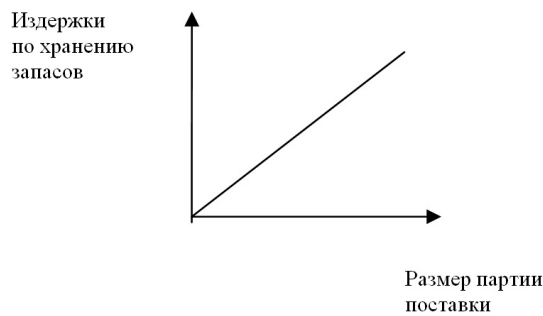


Рисунок 3. Зависимость издержек хранения запасов от размера партии поставки (данные работы [7; 91])

На рисунке 3 видно, что эти издержки при увеличении размера заказа возрастают линейно. Общие издержки управления партией материальных запасов — это сумма издержек выполнения заказа и издержек хранения запасов, т.е.

$$C = \frac{CP}{q} + \frac{Z_{ig}}{z}.$$

Зависимость годовых издержек управления запасами от размера заказа представлена на рисунке 4.

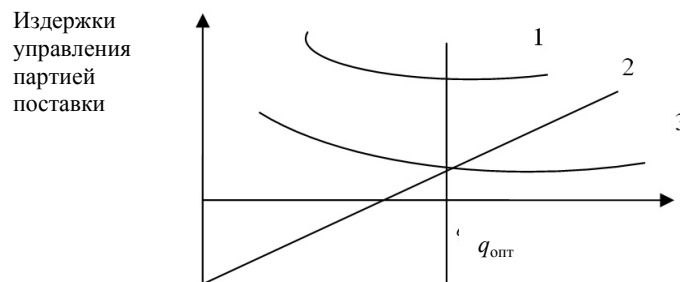


Рисунок 4. Зависимость годовых издержек управления от размера заказа: 1 — издержки управления запасами; 2 — издержки выполнения заказов; 3 — издержки хранения запасов (данные работы [7; 92])

Кривая общих годовых издержек имеет минимальную кривизну вблизи точки минимума. Это говорит о том, что в ее окрестности размер запаса может колебаться в небольших пределах без существенного изменения общих издержек.

Значение размера партии q , минимизирующее издержки управления запасами, является наиболее экономичным размером заказа и обозначается q_{opt} .

Оптимальный размер партии определяют исходя из общих издержек по управлению партией поставки по формуле Уилсона

$$q_{opt} = \sqrt{\frac{2CP}{Z_i}}$$

После определения оптимального размера заказа определяют все параметры функционирования СФРЗ. Исходными данными служат: потребность в заказываемом материальном ресурсе, оптимальный размер заказа и время поставки заказываемой партии в днях.

СФРЗ наиболее эффективно может быть применима для поставки и потребления запасов со следующими характеристиками [7; 93]:

- высокая удельная стоимость снабжения;
- высокие издержки хранения запасов;
- высокие издержки в случае отсутствия запасов к моменту их потребления;
- труднопредсказуемый (случайный) характер потребления материалов в производственном процессе.

2. В отличие от системы с фиксированным размером заказа СФИВЗ (с фиксированной периодичностью заказов) более эффективна в следующих случаях: если она применяется для контроля над малоценными материальными запасами; затраты на хранение запасов относительно невелики; имеется относительно постоянный уровень производственного потребления материальных ресурсов; применяются скидки на закупочные цены материальных ресурсов [7; 93].

В СФИВЗ заказ на поставку очередной партии материальных ресурсов поступает на предприятие в строго фиксированный интервал времени. Его размер должен быть пересчитан таким образом, чтобы поступивший заказ пополнил запас до максимально желаемого уровня. При этом оптимальный размер заказа (партии поставки) в работе системы непосредственно не используется, но позволяет рассчитать эффективный интервал времени между заказами.

Интервал времени между заказами можно рассчитывать по следующей формуле:

$$I = Tq_{opt} : P,$$

где I — интервал времени между заказами, дней (часов); T — число рабочих дней в периоде поставок; q_{opt} — оптимальный размер заказа, шт.; P — потребность в материальном ресурсе.

Графическая модель работы СФИВЗ представлена на рисунке 5.

Промежутки времени между моментами заказа (точками заказа) $t_1 - t_5$ равны. Размеры заказываемых партий поставки ($Q_1 - Q_4$) различны.

Сбои могут быть связаны с задержкой в поставке, преждевременной поставкой, неполной поставкой, поставкой завышенного объема. Сбои не отражаются системой с фиксированным интервалом времени между заказами, т.е. СФИВЗ не ориентирована на учет сбоев в поставках. В ней не предусмотрены параметры, которые при возникновении сбоев поддерживают систему в бездефицитном состоянии.

Именно поэтому объем заказываемой партии должен учитывать интенсивность потребления материальных запасов, чтобы не допустить их дефицита (как в момент времени $t_3 - t_4$ на рис. 5).

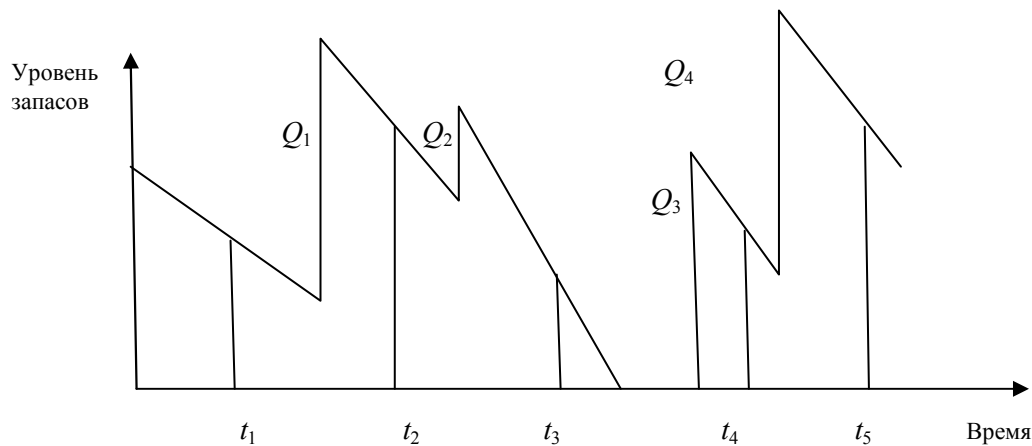


Рисунок 5. Система с фиксированным интервалом времени между заказами (данные работы [7; 94])

В СФИВЗ регулирующими (постоянными) параметрами являются максимальный уровень, до которого осуществляется пополнение запаса, и интервал времени между заказами; варьирующим параметром является величина партии поставки.

Исходными данными для расчета параметров системы являются: потребность в заказываемом материале; интервал времени между заказами; время поставки; число рабочих дней в периоде; возможная задержка в поставках.

Основное преимущество этой системы заключается в отсутствии необходимости в постоянном контроле запасов на складе. Основные недостатки: высокий уровень максимально желаемого запаса и повышение затрат на содержание складов и запасов.

Разновидностью двух рассмотренных систем управления запасами является система управления запасами с установленной периодичностью пополнения запасов до постоянного уровня. В ней заказ производится в фиксированный момент времени, а также в тех случаях, когда достигается пороговый уровень запаса. Размер заказа пересчитывается таким образом, чтобы поступившая партия дополнила запасы до желаемого максимального уровня. Система с установленной периодичностью пополнения запасов до постоянного уровня реагирует на все виды сбоев в поставках.

Целевые функции в математических моделях управления запасами

Проблема управления запасами состоит в решении вопросов: в каких размерах создавать запасы и когда заказывать (производить) необходимые изделия. В общем случае она сводится к регулированию запасов с целью минимизации суммарных расходов.

Поэтому в качестве целевой функции в математических моделях управления запасами чаще всего используется минимум затрат, связанных с заготовкой и содержанием запасов, а также с возникновением перебоев в снабжении потребителей (потери от дефицита) [8; 164].

Обычно эти элементы целевой функции трактуются следующим образом [9; 325]:

1. *Организационные издержки* – расходы, связанные с оформлением и доставкой товаров, необходимых для каждого цикла складирования. Эти затраты связаны с подготовительно-заключительными операциями при поступлении товаров и подаче заявок. Если запасы необходимо пополнить, то на склад завозится очередная партия; издержки, связанные с поставкой, называются организационными. Количество товара, поставляемое на склад, называется размером партии.

2. *Издержки содержания запасов* — затраты, связанные с хранением. Как правило, расходы по хранению запасов являются гораздо более сложным показателем, чем обычно их представляют. Дело в том, что хранение запасов вызывает не только затраты, связанные с физическим хранением товаров на складах, но и затраты вследствие вложения средств в запасы.

В этой связи затраты на хранение подразделяются на:

- складские расходы;
- страхование;
- налоги на складское имущество, оборудование и технику;

- расходы на погрузку, разгрузку, перегрузку и перемещение товара на складе;
- физический и моральный износ оборудования и складских помещений;
- убытки от возможной порчи или потерь при хранении;
- проценты за кредит, если источником капитала для приобретения запасов служат заемные средства;
- величину упущенной выгоды как следствие временного замораживания капитала в товарных запасах.

3. *Зарплата персонала и управленческие расходы* (связь, транспорт, телекоммуникации, компьютеры, канцелярские расходы).

4. *Потери в доходах* в случае отсутствия товара на складе:

- недополученная выгода, когда клиентам приходится уходить с «пустыми руками»;
- «потеря лица», что может привести к окончательной потере клиента;
- отложенный заказ (клиента привлекает то, что ему обещано снизить цену, если он вернется позже, когда товар появится на складе).

Таким образом, следует различать ситуации, в которых издержки, связанные с запасами, могут быть объяснены независимо друг от друга. При этом любая математическая модель, которая применяется для изучения данной ситуации в управлении запасами, должна учитывать все факторы рассмотренных издержек. Как и в большинстве работ по исследованию операций, цель построения этих моделей заключается в том, чтобы найти такую политику управления запасами, при которой суммарные издержки, связанные с запасами, стали бы минимальными.

Зарубежный опыт оперативного планирования материальных потоков

Одной из важнейших областей управленческой деятельности в сфере производства является оперативное планирование материальных потоков. Среди большого количества разработанных и используемых систем наиболее часто применяются на протяжении многих лет в практике компаний стран с развитой экономикой четыре системы планирования материальных потоков. Две из них созданы в США и две — в Японии [10; 273].

Прежде всего, это система MRP-2 (Manufacturing Resource Planning) — так называемая система планирования производственных ресурсов. До 70-х годов XX в. в США использовалась система планирования потребностей в материальных ресурсах MRP-1 (Material Requirements Planning), которая в рамках концепции единой системы управления производством на базе ЭВМ трансформировалась в MRP-2.

Вторая система MAP (Material Availability Planning) возникла также в США, в качестве альтернативы системе MRP, и представляет собой систему планирования реального обеспечения материальными ресурсами.

Третья и четвертая системы возникли в Японии и получили названия «канбан» и «точно в срок» (just-in-time). В западноевропейских странах есть приверженцы каждой из названных систем оперативного планирования. Однако до настоящего времени большее предпочтение в этих странах отдается системе MRP.

Система MRP и MAP

Основные преимущества, которые дает внедрение системы MRP – снижение издержек производства за счет уменьшения складских запасов, сокращение сроков изготовления продукции и их соблюдение. Размеры снижения запасов на складах составляют в среднем 20 % и более. Непременным условием функционирования системы MRP является точность исходных данных (в отношении номенклатуры точность должна быть не менее 98 %, по запасам и незавершенному производству — не ниже 95 %). Поэтому на многих предприятиях ее внедрению предшествует реорганизация информационных систем. В целом налаживание работы предприятия по этой системе занимает от двух до четырех лет (во всяком случае, не менее года). При этом очень важна переподготовка персонала. Сейчас на рынке США предлагаются сотни пакетов программ для целей внедрения MRP. Наибольшим спросом из них пользуются пакет Marix компании IBM [11; 504].

Основу системы MRP составляет прогнозируемый спрос, который служит главным критерием, определяющим количество производимых изделий. Наиболее важный фактор успеха этой системы — точное исследование рынка.

Как показывает практика, использование системы MRP не всегда обеспечивает эффективность, а подчас дезорганизует планирование производственной и снабженческо-сбытовой деятельности. Объясняется это несовершенством самой логики, заложенной в MRP. Так, адаптационные возможности системы незначительны. Система не обеспечивает координированного учета множества требований, поступающих извне, а потому не позволяет действительно объективно определить оптимальные размеры партий готовой продукции. В результате пропадает возможность достоверно оценивать степень эффективности принимаемых решений и реальные размеры экономии от принятого варианта поставок и использования материальных ресурсов.

Все эти недостатки во многом преодолеваются в случае использования альтернативной системы планирования реального обеспечения материальными ресурсами MAP. В соответствии с этой системой оперативное управление осуществляется не на основе перспективного производственного плана, а на базе дискретного потока данных относительно фактически поступающих заказов на поставку продукции. В этих условиях процесс определения размеров партий и продуктовой структуры выпуска продукции приобретает динамичный характер и протекает под воздействием оценки главного фактора – величины затрат на материальные ресурсы, поступающие из внешних источников. При этом учитываются сроки поставок материальных ресурсов, а также «перекрестное» воздействие множества факторов и требований, которые в системе MAP задаются по мере их определения [11; 505].

Таким образом, в рамках системы MAP входными являются данные о фактическом поступлении заказов на продукцию, а параметрами, регулируемыми размеры партий готовой продукции, — данные о фактическом кумулятивном уровне затрат на материальные ресурсы, складывающемся в текущем периоде. Размеры партий определяются в разрезе различных видов одновременно производимой продукции с таким расчетом, чтобы не допускалось превышения предельного уровня вложений в материальные ресурсы.

*Толкающие и тянущие системы управления
материальными потоками в производственной логистике*

Управление материальными потоками в рамках внутрипроизводственных логистических систем может осуществляться различными способами, из которых выделяют два основных: толкающий (система выталкивания) и тянущий (система вытягивания), принципиально отличающиеся друг от друга [12; 161].

Толкающая система (система выталкивания) представляет собой систему организации производства, в которой предметы труда, поступающие на производственный участок, непосредственно этим участком у предыдущего технологического звена не заказываются. Материальный поток «выталкивается» получателю по команде, поступающей на передающее звено из центральной системы управления производством (рис. 6).

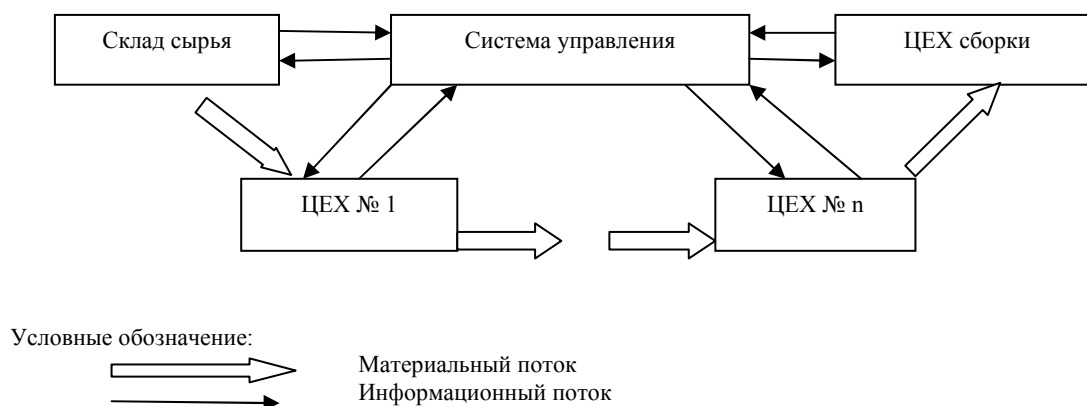


Рисунок 6. Принципиальная схема толкающей системы управления материальным потоком (данные работы [13; 87])

Толкающие модели управления потоками характерны для традиционных методов организации производства. Возможность их применения для логистической организации производства появилась в связи с массовым распространением вычислительной техники.

Толкающие системы, способные с помощью микроэлектроники увязать сложный производственный механизм в единое целое, тем не менее имеют естественные границы своих возможностей. Параметры «выталкиваемого» на участок материального потока оптимальны настолько, насколько управляющая система в состоянии учесть и оценить все факторы, влияющие на производственную ситуацию на этом участке. Однако чем больше факторов по каждому из многочисленных участков предприятия должна учитывать управляющая система, тем совершеннее и дороже должно быть ее программное, информационное и техническое обеспечение.

Тянущая система (система вытягивания) представляет собой систему организации производства, в которой детали и полуфабрикаты подаются на последующую технологическую операцию с предыдущей по мере необходимости.

Здесь центральная система управления не вмешивается в обмен материальными потоками между различными участками предприятия, не устанавливает для них текущих производственных заданий. Производственная программа отдельного технологического звена определяется размером заказа последующего звена. Центральная система управления ставит задачу лишь перед конечным звеном производственной технологической цепи.

На практике к тянущим внутрипроизводственным логистическим системам относят систему «канбан» (в переводе с японского — карточка), разработанную и реализованную фирмой «Тойота» (Япония).

Суть системы «канбан»

Последние новшества в сфере производства таковы: дифференциация продукции на возможно более поздней стадии производства (на базе использования максимально однотипных комплектующих); использование выгод массового производства не на стадии сборки, а на стадии изготовления комплектующих изделий; стремление к максимальному удовлетворению потребностей клиента на этапе выбора товара для производства. Все это требует гибкости производства на цеховом уровне, достигаемой как за счет производства на цеховом уровне, за счет расширения возможностей по переналадке оборудования, так и благодаря применению новых методов управления запасами — «канбан» и «точно в срок» [14; 224].

Суть системы «канбан» состоит в том, чтобы наличные запасы по своему количеству соответствовали потребностям начальной стадии производственного процесса, а не накапливались как прежде. На предприятиях фирмы «Тойота» решение данной проблемы сводится к минимизации сравнительно небольших партий поставляемых материалов и комплектующих и времени операций. Масштабы межоперационного складирования сокращаются вследствие синхронизации операций и нивелировки объемов перерабатываемых на каждом этапе предметов труда.

Фирма «Тойота», дающая свыше 40 % продукции японской автомобильной промышленности, выпускает 22 модели, причем каждая имеет два-три варианта кузова, двигателей, трансмиссий, подвески и пр., что позволяет создавать множество комбинаций.

Таблички «канбан» регулируют график сборки и синхронизацию заданий для участков на поточных линиях заводов «Тойота». Операции сборочных линий сбалансированы между собой по объему работ. Процесс сборки постоянно контролируется при помощи датчиков, установленных на линиях. «Буферные» запасы деталей на заводе не допускаются. Компоновка участков и цехов приспособлена к непрерывной подаче деталей.

Жесткий график сборки внутри завода — центральное звено большой межфирменной производственно-сбытовой системы, построенной на началах постоянной кооперации по долгосрочным контрактам.

На заводах крупнейших автомобильных компаний удельный вес деталей и материалов, получаемых головной фирмой «со стороны», составляет свыше 70 % себестоимости японского автомобиля. «Большая система» корпорации «Тойота» — это 18 сборочных заводов и 224 поставщика комплектующих изделий (каждый из них имеет десятки фирм-исполнителей), а также сотни сбытовых компаний (дилеров) в Японии и за ее пределами. Система кооперации — жесткая, концентрическая, работающая с постоянно высокой синхронностью на всех уровнях, обеспечивающая непрерывное движение продукции и постоянную корректировку объемов и состава выпуска по требованиям рынка.

Полная смена моделей происходит раз в четыре года (грузовиков — раз в шесть лет); промежуточные смены тех моделей, которые хуже принимаются рынком, проводятся каждые два года. Головная фирма имеет «задел» моделей. На разработку новой модели и доведение ее до серийного выпуска дается 36 месяцев.

Распределяя свои заказы, головная фирма на основе конкуренции выбирает лучших исполнителей, заключая с ними контракты на весь срок, пока модель находится на конвейере. Смена моделей — момент новой конкуренции. В основу контрактной цены берутся контрольная себестоимость у заказчика плюс нормативная прибыль (обычно 5 %).

Планирование производства в «большой системе» фирмы «Тойота» организуется по заказам сбытовой сети и ведется в четыре этапа.

Годовая программа с месячной разбивкой по классам и моделям машин составляется в ноябре каждого года. На ее основе разрабатывается годовая программа капиталовложений, кадрового обеспечения, закупок и заказов головной фирмы. В начале каждого календарного года она рассылается всем поставщикам для ориентации.

Месячная программа составляется по двадцатым числам на следующий месяц, с разбивкой моделей и числа машин в штуках по дням, и представляет собой рабочий план для всех производственных линий головной фирмы и ее поставщиков (для последних она составляет основу ежедневного графика заказов).

Декадная программа составляется 8, 18 и 28 числа каждого месяца, с разбивкой по модификациям и цвету машин, и отправляется всем дилерам.

За четыре дня до начала ее исполнения дилеры имеют право вносить в декадную программу мелкие поправки, которые на следующий же день рассылаются сборочным заводам. Таким образом, на линиях сборки действует трехдневная окончательно уточненная программа. Главные конвейеры работают по 16 часов в сутки (две смены), всего с 4-часовыми запасами деталей и материалов на рабочих постах. Доставка заказов от исполнителей ведется мелкими партиями по жесткому графику. Контрольная документация максимально переведена на ЭВМ [15; 220,221].

Пионер создания «канбан» фирма «Тойота» начала работать над этой системой в 50-х годах прошлого столетия. Первым шагом была разработка специальной оснастки и инструмента для сокращения времени на переналадку; за этим последовала перестройка цехов и участков для устранения промежуточных складов и, наконец, организация работы всех линий по единому графику. Это было сделано к 1962 г. После этого еще 10 лет ушло на реорганизацию снабжения и сбыта.

В целом система фирмы «Тойота» нацелена на рост прибыли через сокращение издержек на излишнюю рабочую силу и запасы. Идет снижение как издержек производства, так и издержек обращения, благодаря постоянному вниманию к колебаниям рыночного спроса.

Система «точно вовремя» («точно в срок»)

Сторонники системы «канбан» особо подчеркивают возможность сокращения запасов на складах сырья и материалов на промежуточном хранении и на складах готовой продукции путем поставки материалов непосредственно по мере необходимости использования их в производстве. Этот общий принцип — применительно к области снабжения трактуемый как доставка материалов с немедленным запуском их в производство — может быть реализован и помимо системы «канбан». Применяемая в последнее время на многих предприятиях подобная концепция получила название системы «точно вовремя» [16; 609].

Система «канбан» представляет собой специфическую разновидность логистики по принципу «точно вовремя» («точно в срок»). В рамках системы «точно вовремя» доставка материала осуществляется непосредственно перед моментом его использования. Данный принцип состоит в том, что экономия на затратах при последовательном сокращении складских запасов всех видов выше, нежели связанные с таким сокращением дополнительные расходы на частую переналадку производства, закупку и запуск в производство малых партий сырья и материалов. Реализация системы «точно вовремя» на производстве состоит в следующем [16; 610]:

- производственный процесс организуется по поточному принципу;
- происходит сокращение запасов, в силу чего выявляются «узкие места» производства, где ранее были скрыты возможности экономии материалов;

- высвобождающиеся при сокращении запасов средства направляются на наращивание производственных мощностей с целью преодоления качественных и количественных недостатков и ликвидации «узких мест»;
- сокращается время на переналадку, в частности, путем использования гибких производственных систем.

Внедрение системы «точно вовремя» требует таких же предпосылок, что и логистика «канбан». В большинстве случаев невозможно охватить этой системой весь производственный процесс, поэтому представляется целесообразным разделить его на стадии таким образом, чтобы к ним в отдельности была применима система «точно вовремя».

Внедрение принципа «точно вовремя» в области снабжения предполагает, прежде всего, проведение соответствующих переговоров с поставщиками. После этого уровень запаса исходных сырья и материалов сокращается до минимума, необходимого для покрытия потребности в них во время физической доставки.

К числу обеспечивающих мер относятся меры по повышению дисциплины поставок, а также своевременное информирование поставщиков о сроке и объеме поставок. Реализация принципа «точно вовремя» предполагает, помимо соответствующей готовности поставщика, также стандартизацию обработки заказов и тесное информационное взаимодействие поставщика и покупателя. Необходимы также передача функции контроля качества предприятию поставщика, обеспечение надежности системы транспортировки, эффективная организация приема поставляемых материалов покупателем.

Указанные выше факторы объясняют наличие препятствий на пути практического внедрения логистики по принципу «точно вовремя». Помимо всего прочего, при планировании инвестиций необходимо оценивать степень фактической выгоды от ее внедрения по сравнению с альтернативными вариантами. Так как при анализе эффективности значительную часть проблемы занимает оценка качественных аспектов и рисков, то в силу этого проведение подобных сравнительных расчетов отличается сложностью. Поэтому оптимистические заключения о снижении затрат в результате внедрения системы «точно вовремя» на 50% и более должны восприниматься с осторожностью.

Список литературы

- 1 Дзензелюк Н.С. Теоретические проблемы разработки и реализации работоспособных систем управления запасами // Менеджмент в России и за рубежом. — 2013. — № 3. — С. 113–119.
- 2 Плетнева Н.Г., Власова Н.В. Развитие логистики в строительстве: перспективы, методы принятия решений // Проблемы современной экономики. — 2009. — № 2. — С. 251–253.
- 3 Горелик О.М. Производственный менеджмент: принятие и реализация управленческих решений: Учеб. пособие. — М.: КНОРУС, 2009. — 272 с.
- 4 Козловский В.А., Козловский Э.А., Савруков Н.Т. Логистический менеджмент: Учеб. пособие. — СПб.: Лань, 2002. — 272 с.
- 5 Макаренко М.В., Махалина О.М. Производственный менеджмент: Учеб. пособие. — М.: ПРИОР, 1998. — 384 с.
- 6 Канке А. Логистика запасов // Маркетинг. — 2013. — № 4 (131). — С. 99–111.
- 7 Кузьбожев Э.Н., Тиньков С.А. Логистика: Учеб. пособие. — М.: КНОРУС, 2004. — 224 с.
- 8 Хруцкий Е.А. Экономико-математические методы в планировании материально-технического снабжения. — М.: Экономика, 1976. — 287 с.
- 9 Саркисов С.В. Управление логистикой: Учеб. пособие. — М.: Дело, 2004. — 368 с.
- 10 Гончаров В.И. Менеджмент: Учеб. пособие. — Минск: Мисанта, 2003. — 624 с.
- 11 Туровец О.Г., Бухалков М.И., Родинов В.Б. и др. Организация производства и управление предприятием: Учебник. — М.: ИНФРА-М, 2002. — 528 с.
- 12 Переверзев М.П., Шайденко Н.А., Басовский Л.Е. Менеджмент: Учебник. — М.: ИНФРА-М, 2002. — 288 с.
- 13 Тулембаева А.Н. Логистика: Учеб. пособие. — Алматы: ИздатМаркет, 2004. — 312 с.
- 14 Логистика: Учебник / Под ред. Б.А. Аникина. — М.: ИНФРА-М, 2005. — 368 с.
- 15 Любушин Н.П., Лещева В.Б., Дьякова В.Г. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия: Учеб. пособие. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 1999. — 471 с.
- 16 Экономика предприятия: Пер. с нем. — М.: ИНФРА-М, 2001. — 928 с.

Р.С.Каренов

Отандық және шетелдік компаниялар мен кәсіпорындарда қорларды басқару мәселелері

Мақалада қорларды басқару мәні және мақсаты қарастырылған. Кәсіпорындарда дайын өнім және материалдық ресурстар қорының пайда болу себептері ашылып көрсетілген. Қорларды басқару саласындағы шешімдерді егжей-тегжейлі қарастыру үшін септігі тиетін қорлар жіктелімінің бірқатар түрлері болатындығы айтылған. Материалдық ағындарды жедел жоспарлаудың шетелдік тәжірибесі жалпыланған. Автор Жапония елінде бастау алған «канбан» және «дәл уақытында» жүйесін бейнелеуге айрықша көңіл бөлген. «Дәл уақытында» («дәл мерзімінде») жүйесінің мысалында өндірістік қорлардың азаюы және қоймасыз жұмыс үдерісінде пайда болатын міндеттердің күрделілігі көрсетілген.

R.S.Karenov

Inventory management problems in blightly and foreign companies and enterprises

The intent and purpose of inventory management is considered. The article reveals the root causes leading to the stocks of finished products and material resources in the enterprise. It is noted that there are a number of classifications of reserves that help refine solutions in the field of inventory management. It is also analyzed two basic inventory management systems. It is generalized international experience of operational planning of material flows. Particular attention is paid to the description of systems «kanban» and «just in time» that emerged in Japan. The example of the «just in time» system shows the complexity of problems arising in the connection with reduction of inventories and transaction without warehouses.

References

- 1 Dzenzelyuk N.S. *Management in Russia and abroad 2013*, 3, p. 113–119.
- 2 Pletneva N.G., Vlasova N.V. *Problems of Modern Economics*, 2009, 2, p. 251–253.
- 3 Gorelik O.M. *Production management: adoption and implementation of management decisions*: Training manual, Moscow: KNORUS, 2009, 272 p.
- 4 Kozlovsky V.A., Kozlovskiiy E.A., Savrukov N.T. *Logistic Management*: Training manual, St. Petersburg: «Lan» Publishing, 2002, 272 p.
- 5 Makarenko M.V., Mahalina O.M. *Production Management*: Training manual, Moscow: Publisher «PRIOR», 1998, 384 p.
- 6 Kanke A. *Marketing*, 2013, 4 (131), p. 99–111.
- 7 Kuzbozhev E.N., Tinkov S.A. *Logistics*: Training manual, Moscow: KNORUS, 2004, 224 p.
- 8 Khrutsky Ye.A. *Economic-mathematical methods in logistics planning*, Moscow: Economics, 1976, 287 p.
- 9 Sarkisov S.V. *Logistics Management*: Training manual, Moscow: Delo, 2004, 368 p.
- 10 Goncharov V.I. *Management*: Training manual. Minsk: Misanta, 2003, 624 p.
- 11 Turovets O.G., Bukhalkov M.I., Rodinov V.B. and others. *Enterprise production organization and management*: Textbook. Moscow: INFRA-M, 2002, 528 p.
- 12 Pereversev M.P., Shaiydenko N.A., Basovskiiy L.Ye. *Management*: Textbook, Moscow: INFRA-M, 2002, 288 p.
- 13 Tulembaeva A.N. *Logistics*: Training manual, Almaty: IzdatMarket, 2004, 312 p.
- 14 *Logistics*: Textbook / Edited by B.A.Anikin, Moscow: INFRA-M, 2005, 368 p.
- 15 Lyubushin N.P., Leshcheva V.B., Dyakova V.G. *Analysis of financial and economic activity of the enterprise*: Training manual, Moscow: UNITY-DANA, 1999, 471 p.
- 16 *Enterprise Economics*: Translated from German, Moscow: INFRA-M, 2001, 928 p.

Ж.М.Шаекина, Д.Г.Мамраева, Л.В.Ташенова

Карагандинский государственный университет им. Е.А.Букетова
(E-mail: zh.shayekina@mail.ru)

Развитие событийного туризма в Казахстане сквозь призму ЭКСПО-2017

В статье рассматриваются актуальные аспекты развития событийного туризма и его влияния на социально-экономическое развитие страны. Дается анализ основных определений событийного туризма. Большое внимание уделяется значению проведения международной выставки ЭКСПО-2017 в Республике Казахстан, в частности, показаны вопросы организации, проведения и окупаемости выставки.

Ключевые слова: мероприятия событийного характера, событийный туризм, ивент-туризм, международные выставки, ЭКСПО-2017.

Развитие туристской индустрии способствует диверсификации источников доходов регионального бюджета, что в совокупности с другими его источниками может стать фактором синергетического эффекта социально-экономического развития отдельной дестинации. Таким образом, сфера туризма обеспечит значительный вклад в увеличение внутреннего валового продукта, создание новых рабочих мест и повышение качества жизни населения без истощения природных ресурсов.

Одним из новых и высокодоходных видов туризма является событийный туризм.

Мероприятия событийного туризма имеют большое экономическое значение. В период их проведения активизируется деятельность всех объектов туристской индустрии. Потребительский спрос значительно превышает предложение. Наблюдается возрождение местных культурных традиций, обычаев, развитие народного творчества.

Событийный туризм, или ивент-туризм (от англ. *event* — событие, мероприятие) — довольно молодое и перспективное направление туристского бизнеса. Этот вид отдыха набирает обороты и становится всё более массовым. Чёткого научнообразного определения этого понятия нет. По видимому, считается, что название «событийный» говорит само за себя.

Классик туристской литературы М.Б. Биржаков так определяет это понятие: «Событийный туризм — значимая часть культурного туризма, ориентированная на посещение дестинации в определённое время, связанное с каким-либо событием в жизни сообщества или общества, редко наблюдаемым природным явлением. Событие — совокупность явлений, выделяющихся своей неоднозначностью, значимостью для данного общества или человечества в целом, для малых групп или индивидумов, а также характеризующихся кратким периодом существования. Оно может иметь вид разового неповторимого явления или периодического, наблюдаемого частотно, с регулярной повторяемостью в определённые периоды времени» [1; 362, 363].

Событийный туризм — это вид туризма, объединяющий спортивный, культурный, бизнес-туризм, так как цель поездки приурочена к конкретному событию или мероприятию [2].

В связи с широким спектром событий понятие событийного туризма как части культурного, данное М.Б. Биржаковым и приведённое выше, немного некорректно и слишком идеализировано. Выезды многочисленных футбольных фанатов, оканчивающиеся нередко драками и скандалами, гастрономические (особенно пивные) праздники к понятию «культура» не имеют отношения. Несмотря на ожидаемый положительный эффект, спортивные мероприятия, вплоть до Олимпиад, и наблюдения за редкими природными явлениями (извержениями вулканов, солнечными затмениями), по мнению автора, не относятся к разряду культурных событий, содержание которых должно нести воспитательную и духовно-нравственную нагрузку. Всё это — эмоционально-зрелищные события.

Наиболее объёмным, хотя и небесспорным, является определение событийного туризма, представленное Е.А. Лакомовым в своей диссертации, посвященной разработке данной тематики: «Под событийным туризмом понимается туристская деятельность, связанная с разнообразными значимыми общественными событиями, а также редкими природными явлениями, привлекающими своей уникальностью, экзотичностью, неповторимостью большое количество туристов из разных стран» [3; 10]. Что подразумевается под «большим количеством», остаётся непонятным; также вызывает сомнение обязательное присутствие иностранных туристов.

Еще одно определение: «Событийный туризм – это вид туристской деятельности, привлекающий туристов разноформатными общественными мероприятиями культурной или спортивной жизни, которые способствуют развитию инфраструктуры туризма, интеграции разных слоёв населения в общество и формированию положительного имиджа дестинации» [4; 9]. В данном случае вызывает сомнение ограничение диапазона событий; кроме того, вторая часть этой фразы не определяет событийный туризм, а описывает его преимущества и поэтому некорректна.

По мнению авторов, наиболее приемлемым, кратким и ёмким является определение, утверждающее, что событийный туризм — это поездки с целью удовлетворения потребности в посещении какого-либо мероприятия. Именно потребность или необходимость присутствия во время события, желание увидеть, услышать или ощутить что-либо влечёт человека или группу людей преодолевать расстояния, доставляя себе удовольствие и принося организаторам прибыль.

Таким образом, событие, или ивент, — важнейший мотивирующий фактор и предопределяющая основа существования рассматриваемого вида туризма. Мотивация человека понимается как совокупность движущих сил, побуждающих человека к осуществлению определённых действий. Мотивация выбора туристского путешествия (время, продолжительность, направление, вид, затраты, характер деятельности) — важнейшая характеристика, влияющая на поведенческие инициативы туриста при планировании им отдыха, выборе, приобретении и совершении тура [5].

Мотивация выбора привлекательного для туриста вида мероприятия или события зависит от многих критериев, в числе которых: возраст, характер, образ жизни, хобби, профессия, уровень доходов, семейное положение, здоровье и другие.

На интенсивность передвижений (туристский поток) также влияют:

- 1) уровень туристской индустрии дестинации, её насыщенность и активность в плане организации мероприятий;
- 2) реклама и информационное освещение события;
- 3) отзывы о реализованных проектах.

Кроме того, туристская активность зависит от ряда факторов, непосредственно не связанных с туризмом, но влияющих на объём и форму спроса на туристский продукт. Среди таких факторов выделяют:

- 1) демографические и социальные изменения. К ним относятся: старение населения, тенденция к поздним бракам, возрастание доли одиноких людей, повышение семейного дохода, быстрый рост числа бездетных семейных пар по сравнению с ростом народонаселения, повышение семейного дохода, возрастание осознания возможностей туризма. Проявление этих изменений в туризме, в том числе и событийном, сводится к тому, что всё большее число людей находится в зрелом, способном к путешествиям возрасте;
- 2) экономические и финансовые изменения. Туризм и экономика тесно взаимосвязаны. Туристские потоки очень чувствительны к состоянию транспортной и иной инфраструктуры, средств информационного обеспечения.

Представляет собой интерес и такой немаловажный фактор, как принадлежность людей к определённым культурам и национальностям. Данная принадлежность заставляет, сознательно или подсознательно, членов этих сообществ идентифицироваться, путешествуя «к сакральным местам, к определённым письменным или визуальным текстам, по маршрутам, связанным с ключевыми историческими событиями, чтобы сильнее ощутить собственную культурную принадлежность». Национальный фактор — основной побудитель путешествий культур по миру.

Принято считать событийный туризм специальным видом туризма.

По мнению авторов, деление видов туризма на классические и специальные носит весьма условный характер, поскольку мир меняется с невероятной скоростью, а с ним привычки и потребности людей и, как следствие, количество «специалистов». Поездки, приуроченные к какому-либо событию, постепенно перестают быть чем-то исключительным и становятся обыденными. В качестве примера стоит вспомнить постоянные массовые переезды футбольных болельщиков. Категории и число специальных видов туризма меняются с изменением потребностей туристов; некоторые из них постепенно могут переходить в разряд обычных и привычных. Ресурсы специальных видов туризма постоянно растут.

Существуют различные подходы к классификации мероприятий и событий и, соответственно, видов событийного туризма. Согласно одному из них события распределяются по следующим признакам: целевой аудитории, концепции событий и их организации. По первому из этих признаков

О.В. Алексеева дифференцирует общественные, корпоративные и смешанные ивенты. В качестве примера последних приводятся ярмарки, выставки и т.п. события, в которых могут принять участие и профессионалы, и все желающие.

Вторым признаком классификации является тематика ивента или цели поездки. Здесь мы различаем деловые ивенты с ориентацией на бизнес, ивенты, нацеленные на отдых и рекреацию». Зачастую в этой категории присутствует и смешанный тип, когда деловая поездка сочетается с элементами отдыха и развлечения. Например, посещая международные или национальные выставки и ярмарки, представители фирм заодно подписывают деловые контракты; при этом в свободное время они могут посетить музеи. Фактически происходит совмещение событийного, делового и культурно-познавательного видов туризма.

Третья категория ранжирования базируется на общей концепции события. Это могут быть мероприятия, связанные с каким-либо брендом или важным событием. Также бывают и смешанные концепции, включающие и бренд, и событие.

Кроме этого, событийный туризм классифицируют по масштабу мероприятий и по функциональной направленности [6; 76, 77]. По своему масштабу различают мероприятия локальные, регионального, национального и международного уровня.

Крупнейшие мероприятия, такие как Олимпийские игры и политические саммиты, часто называют мегасобытиями. Их значение по отношению к другим событиям связано с размером. Мегасобытия можно определить как события, которые путем размера и значения обеспечивают высокий туристский спрос, престиж и экономические выгоды для общества.

К национальным относятся все события в масштабах страны. Как правило, реализовать события национального уровня можно только с помощью административных ресурсов. Национальные события со временем могут обеспечить имидж, привлекательность и публичность стране, что даст ей конкурентное преимущество среди других стран. Отличительная черта национальных событий состоит в высоком спросе и в высокой цене.

К региональным могут быть отнесены все события на уровне определенного региона, которые инициируются самим регионом. Региональные мероприятия проводятся периодически или один раз со средним туристским спросом или стоимостью.

Локальные события часто вообще не принимаются во внимание, поскольку ориентированы на целевую аудиторию, состоящую из минимального количества людей. Они целесообразны при необходимости установления контакта со значимой микрогруппой и продвижения ценности события в глазах этой целевой аудитории. Местные события отличаются низким туристским спросом и низкой ценой. Эти события, как правило, небольшие и проводятся либо периодически, либо только один раз.

Местные и региональные события не имеют весьма существенного значения для имиджа страны, тогда как мегасобытия могут привлечь большое количество туристов. На сегодняшний день существует проблема, что туристские организации чаще всего уделяют внимание только мегасобытиям, а более мелкие события рассматриваются как имеющие только местное или региональное значение, хотя они способствуют сохранению местных традиций и обычаев и имеют большой потенциал для привлечения туристов.

Профессор канадского университета Калгари Дональд Гетц классифицирует события, которые являются поводом для организации туризма на следующие типы:

- культурные торжества (включают фестивали, карнавалы, парады и религиозные события);
- политические и государственные события (охватывают встречи на высшем уровне, официальные визиты и выборы);
- события в искусстве и развлекательные события (это концерты, выставки и церемонии награждения);
- события в области образования и науки (состоят из конференций, семинаров, научных премий и студенческих олимпиад);
- спортивные события (подразделяются в зависимости от любителей и профессиональных участников соревнований);
- частные события (включают все мероприятия, которые проводятся для отдельных лиц, семей и социальных групп: свадьбы и другие праздники);
- события бизнеса и торговли (охватывают широкий диапазон мероприятий: встречи, конференции, ярмарки и выставки);

– события с целью отдыха (подразумевают такие мероприятия, как спортивные игры, конкурсы и некоммерческие развлечения).

По функциональной направленности события подразделяются на конгрессный, фестиваль, спортивный, международный выставочный и ярмарочный, развлекательный, познавательный виды.

В некоторой литературе в качестве классификации событийного туризма просто перечисляются тематические виды:

- национальные фестивали и праздники;
- театрализованные шоу;
- фестивали кино и театра;
- гастрономические фестивали;
- фестивали и выставки цветов;
- модные показы;
- аукционы;
- фестивали музыки и музыкальные конкурсы;
- спортивные события [7; 121-122].

К этому списку можно также добавить религиозные праздники и даты, крупные выставки, редкие природные явления.

Кроме того, следует отметить, что событийный туризм является уникальным видом туризма, так как он неисчерпаем по содержанию. Ряд экспертов полагает, что в недалёком будущем число участников событийных туров превысит число участников экскурсионных туров.

Международные выставки активно используются в качестве мощного инструмента, позволяющего сформировать благоприятный туристский имидж страны. Всемирные выставки ЭКСПО, проводимые раз в пять лет, являются самыми престижными и авторитетными выставочными площадками. Их посещают миллионы туристов, поэтому каждая страна стремится создать уникальный павильон, способный отразить ее национальную самобытность и продемонстрировать всему миру уровень ее экономического и технологического развития. Так, в Казахстане в 2017 г. будет проведена специализированная выставка ЭКСПО-2017. Следует отметить, что она продлится 3 месяца — с 10 июня по 10 сентября 2017 г. Ожидается, что участие в ней примут около 100 стран мира и около 10 международных организаций [8; 112].

11 июня 2014 г. Казахстан получил официальное признание в качестве страны проведения международной специализированной выставки ЭКСПО-2017: в Париже в ходе 155-й сессии Генеральной Ассамблеи Международного бюро выставок (МБВ) был вручен флаг ЭКСПО. Это значит, что теперь страна имеет полное право привлекать зарубежных участников, вести переговоры с корпоративными участниками, заниматься имиджевым продвижением выставки. В ходе тайного голосования представителей 161 государства-члена МБВ заявку Астаны поддержали 103 страны-участницы, «против» проголосовали 44 члена МБВ. Наравне с казахстанской столицей на право проведения ЭКСПО-2017 претендовал также бельгийский город Льеж. В своей заявке Бельгия предложила тему «Объединяя людей».

Выставка ЭКСПО-2017 «Энергия будущего» призвана исследовать стратегии, программы и технологии, направленные на развитие устойчивых источников энергии, повышение надежности и эффективности энергоснабжения. Ее цель — стимулировать использование возобновляемых источников энергии и эффективное потребление энергетических ресурсов.

ЭКСПО-2017 должно стать для Казахстана самым грандиозным и масштабным событием в истории. В столице РК представят лучшие достижения науки и техники, многие казахстанцы смогут увидеть экономику будущего.

По словам организаторов выставки, в 2014 г. строительство должно выйти на «нулевой цикл» — будет завершен фундамент выставочной зоны, а в 2015 г. уже будут возводиться стены, должна быть начата и внутренняя отделка зданий.

Общая площадь выставочного комплекса составляет 174 гектара, будут построены объекты площадью более миллиона квадратных метров. В выставочной зоне будут находиться Национальный павильон Казахстана, международные, тематические и корпоративные павильоны, торговые, развлекательные и обслуживающие объекты. Так, планируется создать огромную открытую эстраду, где за различными мероприятиями смогут наблюдать более 3000 человек, а также конгресс-холл на 3000

посадочных мест. Вне выставочной зоны будут расположены конференц-центр, пресс-центр, «крытый город», жилые дома и гостиницы [9; 38–43].

«Крытый город» будет представлять собой полностью крытую улицу длиной 500 метров — от Назарбаев Университета до выставочного комплекса. Главное здание — сфера — будет построено из прочных высокотехнологичных стекол с двойным слоем, которые позволят изолировать от внешней температуры и звука [10].

Тема выставки — «Энергия будущего», и часть объектов будет создана по принципу устойчивого развития и по зеленым технологиям, их качество будет соответствовать международным стандартам. Проект «Энергия будущего» ставит конкретные цели — исследовать стратегии, программы и технологии, направленные на развитие устойчивых источников энергии, повышение надежности и эффективности энергоснабжения, стимулировать использование возобновляемых источников энергии и показать посетителям необходимость их активного участия в разработке и осуществлении плана энергосберегающего производства и эффективного использования энергетических ресурсов [11].

Замысел проекта «Энергия будущего» заключается в том, чтобы привлечь внимание общественности к решениям и способам, обеспечивающим управление устойчивыми источниками энергии. Эти способы направлены на:

- борьбу с изменением климата и снижение выбросов углекислого газа;
- стимулирование использования альтернативных источников энергии — в частности, возобновляемых источников энергии, и внедрение программ;
- обеспечение надежности энергоснабжения;
- контроль над производством, сохранением и использованием энергии;
- обеспечение всеобщего доступа к устойчивым источникам энергии.

Ключевые понятия, рассматриваемые в рамках проекта в отношении социально-экономической сферы:

- стимулирование использования возобновляемых источников энергии и других альтернативных видов энергии;
- эффективность использования и рациональное потребление энергии;
- электрификация транспорта;
- общедоступность экологически чистой энергии;
- энергообеспеченность;
- неотделимость энергии и материи, жизни и человека.

О масштабности данного проекта свидетельствуют проводимые крупные мероприятия и PR-кампании. Так, к примеру, в период с 20 мая по 20 июня 2014 г. проведен международный конкурс на лучший дизайн маскота выставки ЭКСПО-2017. В конкурсе приняли участие дизайнеры из Бразилии, Мексики, Венесуэлы, Португалии, США, Германии, Швейцарии, Великобритании, Испании, Боснии и Герцеговины, Бельгии, Литвы, Румынии, Польши, Украины, Израиля, Индии, Индонезии, России, Казахстана и других стран. Всего на электронный адрес конкурса было направлено свыше 80 работ. Согласно требованиям к дизайну, талисманом ЭКСПО-2017 должен стать одушевленный или неодушевленный персонаж, отражающий тематику выставки «Энергия будущего» и особенности культуры принимающей стороны — Республики Казахстан. Из всех представленных на конкурс работ были отобраны семь лучших и выставлены на всенародное голосование. Всего за талисманы проголосовали свыше 20 тысяч человек. Наибольшее количество голосов набрал маскот «Тенгри и Бөрі» — 3705 голосов. В тройку сильнейших также вошли талисманы «Кунсулу, Бобек и Улан» (3198 голосов) и «Кунсулу, Дауылхан и Толкынай» (3019 голосов). Конкурс на лучший дизайн талисмана выставки проходил в 3 этапа. В рамках первого отборочного периода из всех представленных работ конкурсная комиссия отобрала 7 лучших. Дизайны финалистов 1 этапа были выставлены на всенародное голосование, по итогам которого определилась тройка сильнейших.

Победитель конкурса, которого определит государственная комиссия из тройки финалистов 2 этапа, заключит договор на разработку брендбука маскота ЭКСПО-2017, а также официально закрепит за собой авторство талисмана международной выставки.

Организаторы выставки уверены в окупаемости проекта. Так, стоимость проведения ЭКСПО-2017 — порядка 3 млрд долларов США. Уже известно, что на более чем 500 млн долларов США вложатся местные застройщики — холдинг VI Group, корпорация «Базис-А», компания «СредАзЭлек-

троМонтаж». Эти и другие инвесторы будут строить жилищную и коммерческую зоны комплекса, развлекательные и бизнес-центры, центр обслуживания и продажи автомобилей.

Окупаемость же в первую очередь зависит от послевыставочного использования объектов. Осенью 2013 г. Президент страны в ходе совещания по проведению ЭКСПО-2017 поставил задачу обеспечить загруженность объектов после выставки. Он указал на опыт разных стран, удачный и не очень. К примеру, выставку в Ганновере в 2000 г. вместо 40 млн человек посетили лишь 18 млн, убыток составил, по разным источникам, от 1,2 до 1,5 млрд евро, а послевыставочное применение нашли единичные павильоны. Не была использована и часть объектов выставки 2008 г. в испанской Сарагосе.

Есть и положительные примеры. Во время ЭКСПО-2005 в Айчи (Япония) организаторы получили 51 млн долларов США чистого дохода, плюс 152 млн долларов США инвестировали корпоративные партнеры выставки. ЭКСПО-2010 в Шанхае принесла организаторам прибыль в 12 млрд долларов США. Выручку, как и расходы на подготовку мероприятия, китайские власти не раскрыли, но неофициально инвестиции, с учетом затрат на городскую инфраструктуру, были оценены в 40 млрд долларов США. Затраты на инфраструктуру были очень существенными — например, было открыто 150 новых станций метро. The Wall Street Journal подсчитал, что если бы все посетители оплачивали входной билет, то только на их продаже можно было бы заработать 1,8 млрд долларов США. Но миллионы жителей Шанхая посещали выставку бесплатно. Зато благодаря ЭКСПО-2010 доходы туристской отрасли мегаполиса и близлежащих провинций превысили 12 млрд долларов США, утверждают специалисты Академии туризма Китая.

По словам организаторов ЭКСПО-2017, в павильонах будет работать каждый квадратный метр. К примеру, в помещениях высотой 8 метров в стенах оставляются специальные зазоры, чтобы потом можно было переделать их под стандартные офисы и т.д.

Как конкретно будет использоваться инфраструктура после выставки, еще не определено. На данный момент разрабатывается несколько идей, окончательное решение — за Президентом, которому до конца 2014 г. представят анализ. По словам организаторов, возможно, это будет научно-технологический парк либо глобальный IT-центр с участием международных гигантов IT-индустрии. В качестве одной из идей рассматривается и использование объектов для проведения различных крупных ивентов — форумов и выставок. По мнению организаторов, в стране дефицит офисных помещений класса «А». Нужны и площади в тысячи квадратов, подходящие по различным параметрам. Выставочная зона позволяет проводить масштабные мероприятия, при этом рядом для удобства участников имеются отели, магазины, вся необходимая инфраструктура.

В целом благодаря строительству ЭКСПО-2017 в самый пиковый период будет обеспечено порядка 20 тысяч рабочих мест, преимущественно для отечественных специалистов. Из иностранных кадров будут привлечены высококвалифицированные специалисты, поскольку сооружения уникальны и требуют высочайшего уровня профессионализма.

Планируется, что за три месяца работы выставки ее посетят более 2 млн человек. Свыше 15 % из них предположительно будут иностранными туристами. 15 % зарубежных гостей — это оптимальное соотношение, — убеждены организаторы. — В том же Сеуле было порядка 7 %, по Шанхаю точных данных нет, но в основном все были китайцы, в Сарагосе — тоже около 15 %.

Таким образом, для Казахстана выставка ЭКСПО-2017 — в первую очередь возможность усилить экономический потенциал за счет инноваций, зеленых технологий, оборудования, системы транспортных перевозок и обслуживания, передовых разработок в области градостроительства и архитектуры.

7 октября 2014 г. в штаб-квартире Международного бюро выставок (МБВ) в Париже состоялось заседание Комитета по коммуникациям и информации (International Communication Committee), где были заслушаны отчеты о проделанной работе по продвижению выставок ЭКСПО-2015 Милан, ЭКСПО-2017 Астана. В частности, представители стран, принимающих выставки ЭКСПО, рассказали об этапах проведения PR-кампаний, инструментах коммуникации и имиджевых мероприятиях подготовительного этапа.

Выступая на отчетной встрече, директор департамента маркетинга и продвижения АО «НК «Астана ЭКСПО-2017» рассказала об основных этапах информационной кампании ЭКСПО-2017, в том числе о начале международного продвижения ЭКСПО-2017. Кроме того, были представлены результаты социального исследования, которое проводилось в ряде городов Казахстана. Так, положительно и нейтрально относятся к выставке 82 % респондентов, а количество желающих посетить выставку

составило 5,6 млн населения Казахстана, в среднем уровень информированности о выставке ЭКСПО-2017 среди казахстанцев составил 92 % [12].

Астана ЭКСПО-2017 призвана повысить узнаваемость и туристскую привлекательность Казахстана на мировой арене, показать гостеприимство нашего народа. Проведение выставки станет также дополнительным стимулом для экономического и инфраструктурного развития как столицы, так и страны в целом. Объекты, возводимые на месте проведения ЭКСПО, позволят в будущем рассматривать Казахстан и ее столицу как крупную международную, выставочную и информационно-презентационную площадку.

Список литературы

- 1 *Биржаков М.Б.* Введение в туризм: Учебник. — СПб.: Изд. дом «Герда», 2014. — 544 с.
- 2 *Алексеева О.В.* Событийный туризм и ивент-менеджмент // Российское предпринимательство [ЭР]. Электрон. журн. — 2011. — № 6. — Вып. 2 (186). — С. 167–172. URL: <http://www.creativeconomy.ru/articles/12978/> (дата обращения: 27.09.2013).
- 3 *Лакомов Е.А.* Повышение конкурентоспособности регионов России на основе развития услуг по событийному туризму: Автореф. дис. ... канд. экон. наук. Гос. ун-т упр. — М., 2013. — 27 с.
- 4 *Алексеева О.В.* Событийный туризм как фактор социально-экономического развития региона: Автореф. дис. ... д-ра экон. наук. Рос. междунар. акад. туризма. — М., 2012. — 29 с.
- 5 *Еремеев М.А.* Особенности формирования мотивации в туристской деятельности // Глобализация и туризм: проблемы взаимодействия: Материалы I междунар. науч. конф., Саратов, 15–16 апреля 2009 г. [ЭР]: официальный сайт. Электрон. дан. Саратов, 2009. URL: http://tourlib.net/statti_tourism/eremeev.htm (дата обращения: 23.09.2013).
- 6 *Истомина Э.Г., Гришунькина М.Г.* Внутренний туризм и туристские ресурсы России: Учеб. пособие / Под общ. ред. Е.И. Пивовара. — М.: РГГУ, 2012. — 288 с.
- 7 *Бабкин А.В.* Специальные виды туризма: Учеб. пособие. — Ростов н/Д. Феникс, 2008. — 229 с.
- 8 *Шаекина Ж.М.* Событийный туризм как основа для формирования туристического потока в Казахстан // Менеджмент в России и за рубежом. — 2013. — № 5. — С. 112–117.
- 9 *Ермегияев Т.* ЭКСПО-2017 окупится // Forbes Kazakhstan. — 2014 г., июль. — № 07 (35). — С. 38–43.
- 10 Официальный сайт ЭКСПО-2017. — [ЭР]. Режим доступа: <http://www.expo2017astana.com>
- 11 Энергия будущего. ЭКСПО-2017. — [ЭР]. Режим доступа: URL: <http://www.expo2017astana.com/pages/energy/index.ru.html> (дата обращения: 12.10.2014).
- 12 В МБВ представлен отчет по продвижению выставки ЭКСПО-2017. — [ЭР]. Режим доступа: <http://www.expo2017astana.com/ru/news/mbvpredstavlenotchetexpo2017> (дата обращения: 12.10.2014).

Ж.М.Шаекина, Д.Г.Мамраева, Л.В.Ташенова

ЭКСПО-2017 тұрғысынан алғандағы Қазақстанда оқиғалық туризмнің дамуы

Мақалада оқиғалық туризм дамуының өзекті аспектілері және оның елдің әлеуметтік-экономикалық дамуына әсері қарастырылды. Оқиғалық туризмнің негізгі анықтамалары берілді. Қазақстан Республикасында ЭКСПО-2017 халықаралық көрмесін өткізу маңыздылығына үлкен назар аударылды. Жекелей алғанда бұл көрменің ұйымдастырылуы, өткізілуі және өтілімділігі мәселелері жан-жақты көрсетілді.

Zh.M.Shayekina, D.G.Mamrayeva, L.V.Tashenova

Development of event tourism in Kazakhstan through the prism of EXPO-2017

In this article the actual aspects of event tourism development and its impact on socio-economic development of the country were discussed. The analysis of the basic definitions of event tourism was given. Much attention to the meaning of the international exhibition of EXPO-2017 in the Republic of Kazakhstan was paid. In particular the main issues of organization, implementation and payback of Expo-2017 are disclosed.

References

- 1 Birzhakov M.B. *Introduction in tourism*: Textbook, SPB: Publishing House «Gerda», 2014, 544 p.
- 2 Alekseyeva O.V. *Russian Entrepreneurship* [ER]. Electronic journal, 2011, 6, iss. 2 (186), p. 167–172, <http://www.creativeconomy.ru/articles/12978/> (Date accessed: 27.09.2013).
- 3 Lakomov E.A. *Improving the competitiveness of the regions of Russia on the basis of the development of services for event tourism*: Author's abstract of the dissertation work of the candidate of economic sciences; State University of Management, Moscow, 2013, 27 p.
- 4 Alekseyeva O.V. *Event tourism as a factor of the socio-economic development of the region*: Author's abstract of the dissertation work of the doctor of economic sciences; Russian International Academy of Tourism, Moscow, 2012, 29 p.
- 5 Yeremeyev M.A. Globalization and tourism: problems of interaction: materials of the first international scientific conference, Saratov, 15–16 april 2009 year. [ER]: official web-site. Electronic data. Saratov, 2009, [ER]. Access mode: http://tourlib.net/statii_tourism/eremeev.htm (Date accessed: 23.09.2013).
- 6 Istomina E.G., Grishunkina M.G. *Domestic tourism and tourist resources of Russia*: Tutorial / Edited by E.I. Pivovarov, Moscow: RSUH, 2012, 288 p.
- 7 Babkin A.V. *Special types of tourism*: Tutorial, Rostov-on-Don: Phoenix, 2008, 229 p.
- 8 Shayekina Zh.M. *Management in Russia and abroad*. 2013, 5, p. 112–117.
- 9 Yermegiyayev T. *Forbes Kazakhstan*, July 2014 year, 07 (35), p. 38–43.
- 10 *Official web-site of EXPO-2017*, [ER]. Access mode: <http://www.expo2017astana.com>
- 11 *The energy of the future. EXPO-2017*, [ER]. Access mode: <http://www.expo2017astana.com/pages/energy/index.ru.html> (Date accessed: 12.10.2014).
- 12 *A report of the promotion of Expo-2017 was submitted in International Exhibitions Bureau*, [ER]. Access mode: <http://www.expo2017astana.com/ru/news/mbvpredstavlenotchetexpo2017> (Date accessed: 12.10.2014).

UDC 338.439.02:339.922

A.T.Tleuberdinova, A.B.Ryspayev

Ye.A.Buketov Karaganda State University
(E-mail: tat404@mail.ru)

Common economic space as a perspective form of interaction in ensuring food security

The subject of food security is strategically important for the country. In this article are considered possibilities of increase stability of food supply by means of the trading block of the countries which entering into Common economic space. Authors considered possibilities for identification and using of unrealized potential of a regionalization of the economic relations in the countries of the Customs union. In article the assessment is given to the main results of the present stage of regional integration, positive sides for the Kazakhstan economy from CES functioning are defined: creation of a common market, free moving of the goods and services, cancellation of customs control, etc. Positive and negative sides of functioning of CES are noted in the developed SWOT analysis.

Key words: economic interrelations, globalization, Common Economic Space, Customs union, Euroasian zone.

In modern conditions there is an intensive strengthening of the international economic interrelations and interdependence of the various countries and regions of the world. It conducts to increase of a role of an international component in all factors, links and elements of national reproductive system.

The world economic crisis of 2009 pointed first of all a necessity of legal and economic rapprochement of the countries at regional level. As the professor of Geteborg university (Sweden) Bjorn Hettne, «fairly notes a regionalism — one of ways to cope with global transformation because the majority of the countries which has not enough forces and funds to overcome this problems at national level» [1].

One of important aspects of economic policy and state strategy at the present stage is the regionalism. In general, regionalism in the economic theory and in practice is considered as the policy of the state which

directed on rapprochement of the political and economic relations in some region, or the state integration policy.

In the present time the number of regional agreements about free trade, Customs unions and preferential trading agreements was exceeded by three hundred and almost each country enters into some trading block, and even at once in several blocks. Thus, the regionalism and a regionalization is the objective tendencies of modern world market space which is being globalized. Furthermore this tendencies determined by aspiration of the national states to use the international exchange of the goods and factors of production for an intensification of economic growth, increasing of the income of business sector and public welfare of the country on the whole.

It is important to note that globalisation and a regionalization have the dual functional kind. On the one hand, they carry out consolidating function (from the point of view of liberalisation of every possible commodity and resource streams and the strengthening of interdependence of the various countries caused by it). On the other hand, for them it is also characteristic the dividing beginning: the globalisation inevitably conducts to polycentric stratification of the world, and a regionalism — to isolation from the third countries. In fact it means that the intensification of communications between the participating countries of the regional integration unions, merging of their economic or political systems is not the purpose of regional integration, more likely its incidental effect or the tool. The dominant purpose of regional integration as the model of the consolidated active participation of group of the countries of the region in globalisation processes of stratification of the world, aspiration of the participating countries to take higher position in world the world and to exclude probability of drift towards the periphery.

From these methodological positions it is necessary to analyze possibilities and consequences of the introduction of Kazakhstan in the Customs union with Belarus and Russia and the subsequent creation of Common economic space.

The concept «Common Economic Space» unlike «free trade area» (FTA) and «Customs union» is not mentioned in official documents of the WTO as a special form of integration, nevertheless, there are two economic spaces in the world, issued by the relevant agreements which are formed around the European Union. This European economic space with participation of EU and the countries of the European association of free trade (EFTA) and the General European economic space of EU and Russia, founded later. In the first case the advantages provided by Uniform economic space to the countries of EFTA, are limited and have the limits in comparison with complete membership in EU. The principle of free movement of the goods, services, the capitals and individuals are not fully extends on EFTA countries, and cooperation in the sphere of macroeconomic and currency policy is limited by consultations and exchange of information, control on borders of EU and EFTA remains.

The concept of the General European economic space of Russia and EU, according to experts, has uncertain character from the point of view of a format and common purpose of integration [2]. «The Road map» of the Common Economic Space supplements the Concept and contains a complex of priority actions on the near-term outlook, however does not define terms of realisation of these actions, control and responsibility of the parties mechanisms for their performance. As well as in the Concept, in «The Road map» there is no mention of FTA.

These models of economic space, despite their specifics and difficulties of formation, allow to speak about new general tendencies of development of regional integration in the conditions of globalisation:

- first, precedent for rapprochement in the integration focused format of essentially differing economy and interstate economic associations is created;
- secondly, in the conditions of multiplane influence of globalisation and complication of forms of inclusion of national economies in global processes this format is more preferable than the "rigid" formats of integration assuming consecutive expansion of the sphere of competences of supranational bodies;
- thirdly, this model of integration creates planned environment for deepening economic and scientific technical interaction between the participating countries;
- fourthly, in the classical scheme «the economic space» takes a place between a common market and the economic union, and for the majority of the countries which is building preferential schemes of trade and economic cooperation with partners, this model can be considered as «the top limit of integration» as all further stages are interfaced to restriction of the national sovereignty [3].

Available experience of functioning and realisation of integration initiatives in a format «the general (or uniform) economic space», despite terminological uncertainty and absence of official designation in WTO documents, creates preconditions for its consideration as a transitional form of regional integration.

To features of formed Uniform economic space of Belarus, Kazakhstan and Russia (CES) belong:

- existence of elements of supranational regulation;
- CES consideration as intermediate stage of integration of the countries of the Customs union on the way to creation of the Euroasian economic union. So, the agreements providing realisation are included in number of main units of documents of the CES contract and legal base of «four freedoms», unification of principles of the competition and harmonisation of norms of economic regulation in key spheres, carrying out the co-ordinated macroeconomic and currency policy, definition of uniform rules of functioning of the branch markets (power, communication, transport).

In the conditions of globalisation and uncertainty of the world economic architecture, and also terms of creation of the Euroasian economic union, this form has essential advantages for the participating countries of the Customs union of Belarus, Kazakhstan and Russia. Flexibility of category «uniform economic space» assumes some freedom in a choice of actions and criteria of integration process in this format. These advantages consist:

- first, in definition of the contents, priorities and terms of realisation of actions;
- secondly, in expansion of possible number of participants with different motivation, scales and structure of economy, both in rigid, and in a "soft" format of economic space without creation of supranational bodies (the CU and the EurAsEC country);
- thirdly, this form does not contradict the project of creation of the International zone of free trade (IZFT) of the CIS. According to experts, possibility of Belarus, Kazakhstan and Russia to speak on behalf of faces of the CU, would allow to structure all system of obligations on IZFT and to fix the international legal personality of the Customs union;
- fourthly, CES can develop in parallel with implementation of agreements of the Customs union of Belarus, Kazakhstan and Russia with other Customs unions (on type EC Turkey, EU-MERKOSUR, etc.), and also with the third countries and their groups in a format of regional trading agreements (RTA).

Specificity of CES model of Belarus, Kazakhstan and Russia, caused by its limit character, allows to combine lines of a common market, elements of the economic and currency union. In the conditions of decrease in possibilities of rigid regulation of processes of integration cooperation the given form is most acceptable for integration of CIS countries.

The relevance of completion of processes of institutional formation of the Customs union and Common economic space of Belarus, Kazakhstan and Russia increases due to inevitable involvement of CIS countries in negotiations about conclusion of regional trading agreements with the regional countries (for example, Ukraine-EC, Ukraine — EFTA) and an existing tendency of decrease in volumes of intraregional trade.

In the second half of the XX century and at the beginning of the XXI century established more than ten regional economic associations of integration character which were notified in the Secretariat of the GATT/the WTO as Customs unions. Only EU and Customs unions with EU participation were recognised, however other Customs unions are at less advanced stage or exist only on the paper, any of them has not broken up yet [4].

The Customs union became a fundamental stage of formation of EU. Today it continues to carry out functions of increasing of the international competitiveness of the European economy and to strengthen economic positions of EU in the world market.

The Customs union of Belarus, Kazakhstan and Russia and the Customs union of EU unites existence of the following signs:

- economic interest and strong political will to association;
- the Customs union in both cases was initially considered as the economic project in a context of the economic integration beyond trade in the goods and assuming close merging of national firms in other sectors;
- management of the Customs union provides formation of supranational bodies.

The Customs union of Belarus, Kazakhstan and Russia is closest to a format of the Customs union of EU, but at the same time CU has a number of the differences caused by specifics of CIS countries. First of all it concerns preconditions and conditions of formation of the Customs union, namely from the following a determinant:

- initial factors of integration;
- level of social and economic development of the participating countries of integration interaction;
- level and dynamics of mutual trade;
- existence of alternative projects.

As to initial factors of integration, for the European countries — founders need of increase of efficiency of industrial production (in the absence of considerable stocks of raw material resources) by creation of the integrated economic space became an initial factor to association. For CIS countries the initial incentive inducing to integration, was the external factor of negative global pressure and need of preservation of integrated earlier economic space.

Concerning level of social and economic development of the participating countries of integration interaction, it should be noted that all six founder countries of EU were at approximately identical level of economic development and had the similar structure of an economy based on the advanced industry and opening possibilities for production, interbranch and intra branch cooperation. The Customs union of CIS countries is based on the similar structure of economy of member countries based on using of considerable joint raw potential which intensity of use is insignificant (3,5 % of world export of goods and 2,5 % of services).

Level and dynamics of mutual trade is one more important condition of regional integration. In 1958 30 % of all volume of a foreign trade turnover were the share of mutual trade of EU countries, in 1970 — 49 %, by the beginning of the 80th (taking into account new members) — 54 %. Now 65 % are the share of intraregional trade of EU. In contrast, for the former Soviet Union countries decrease in specific weight of mutual trade from 27,7 % in 2000 — to 21, 8 % in 2010.

Existence of alternative projects also influences degree and depth of integration interaction of the countries of the region. So, for EU is an absence of alternative projects is characteristically except expansion of a field of activity at the expense of the countries of Europe and the Russian Federation (the program «Eastern partnership»). On the former Soviet Union area there are significant alternative projects as in the CU (OEP EU and the Russian Federation, Ukraine-EU and others), and out of the region (SCO) that can be considered as a factor of weakening of the position of the CIS.

The Customs union is considered in the international economic practice as a possibility of using advantages of real integration. For Belarus, Kazakhstan and Russia global advantages are caused by existence of resource, transit potential and the human capital, and problems are connected with inefficient using of these benefits [5].

The main feature of CES of Belarus, Kazakhstan and Russia is a terms of its formation. According to experts it assumes simultaneous realisation of two levels of integration interaction on space of the CIS:

- «rigid integration» in a format of three countries of the Customs union with its possible distribution on the EurAsEC countries;
- «soft integration», meaning creation of such system of the international relations in the CIS at which economic confrontation in principle is impossible. In this model the state keeps the sovereignty, is a separate part of integration process, decisions are accepted by means of consensus and are directed on overcoming of arising problems.

Other consequence of acceleration of processes of regional integration on space of the CIS is formation of two models of its development:

- «positive integration», which is connected with transition to supranational institutes or joint decision-making;
- «negative integration», meaning unification of economic rules and policy within bilateral agreements and creation of rather homogeneous economic space functioning in the conditions of a common market.

The examples of development of integration within given above models are EU and ASEAN, developing, respectively, under the influence of institutional agreements and integration of the markets. On the former Soviet Union area in a transition period can be release preconditions for formation universal model of integration of the CIS, which could unite the following parametres of both models:

- sharing of resources with the maximum economic and social efficiency;
- free circulation of factors of production;
- unification of a trading mode in the conditions of MFTA CIS with agreement elements about «FTA plus».

On the countries of the Customs union forming «the core of integration processes» on space of the CIS, in the conditions of quickly changing situation in world economy lies the main responsibility for preservation and development of the CIS as integration group. Possibly, it will demand reforming of institutes of the CIS, and also correction of the purposes and problems of existing Strategy of its development for the period till 2020, in particular, the solution of questions:

- ensuring economic growth;
- increases in volumes of intraregional trade;
- developments of common markets (commodity, work, investments, education, etc.);
- granting the regional market for the world goods and services and access of the domestic goods to the world markets;
- infrastructure problems (transport service of commodity streams, etc.);
- formations of the Euroasian zone of economic cooperation.

At the present stage there is a possibility for identification and using of unrealized potential of a regionalization of the economic relations on the former Soviet Union space for the account:

- increases of the importance of trade in group (CU) and reorientation of domestic markets from foreign countries on the CIS market;
- stimulations of infrastructure projects;
- increases in investment streams in the CU and the CIS;
- formations of the regional market of primary raw materials;
- changes of structure of intraregional barter;
- achievements of equation of commodity and investment cooperation, both on space of the CIS, and in the CU.

Objective difficulties of economic implementation of the integration project of three states of the CIS only increase the special importance of subjective factors - ideologies and programs of integration, mechanisms of regulation and cooperation stimulation.

Importance of the present stage of integration consists in ensuring stability of an existing format of the Customs union as in a transition period there are economic and political preconditions as for its further development in the high-grade economic union, and for preservation of integration processes in the region at level of the Customs union (with withdrawals and restrictions).

As it is represented, the main results of the present stage of regional integration consist in two perspective possibilities:

- in CU positioning as subject of a world trade policy;
- implementation of the project of «soft integration» without creation of supranational bodies as in scales of all Commonwealth (by MFTA creation, «FTA plus»), and in EurAsEC scales (the CU Common Economic Space with other countries of EurAsEC).

Thus, an optimum and perspective form of integration interaction is the Common economic space which signalize itself completion of processes of institutional formation of the Customs union and is considered as the intermediate stage of integration of the countries of the Customs union on a way to creation the Euroasian economic union.

Potential possibilities and advantages of CES are caused by a geographical arrangement of the partner countries, deep economic relations, cultural and mental proximity. Actually, today there is a speech about formation of the new economic centre of influence global scale on which the environment of the world markets will depend in many respects.

As positive sides for the Kazakhstan economy from functioning of CES it is possible to allocate the following: creation of a common market, free moving of the goods and services, cancellation of customs control etc. Actually the potential from integration within CES is much wider [6].

As negative effects such consequences, as impossibility of protection of domestic market of the country from the competition can act from the Russian, Belarusian and arriving Chinese goods. Kazakhstan obviously and implicitly constrained until recently import, first of all the Russian goods on the Kazakh market. In CES it will be impossible to do it.

Positive and negative sides from CES functioning, and also possibility and threat in the table of SWOT analysis are presented on table.

SWOT-analysis of prospects of functioning of CES for Kazakhstan

<p>Opportunities:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. By calculations of the state structures, the Customs union will allow Kazakhstan to receive by 2015 gross domestic product gain over 15 %. Cumulative effect will make for Kazakhstan — more than 16 billion dollars 2. Abolition of customs borders intensifies the general commodity turnover and, respectively, goods turnover volumes. 3. Kazakhstan has considerable possibilities for realization of potential of small and medium-sized enterprises and promotion of the domestic goods on a common market of the Customs union. 4. The share of Kazakhstan in customs receipts from import from the third countries increases more than twice — with 3,5 to 7,33 percent 	<p>Threats:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Impossibility of protection of domestic market from the competition of the Russian, Belarusian and arriving Chinese goods. 2. Impossibility of Kazakhstan on the basis of CES to constrain import first of all the Russian goods on the Kazakhstan market. 3. Growing presence in the local market of the Russian and Belarusian producers, which have high competitive positions. 4. Decrease in profit of the oil-extracting companies in a type of single export duty on oil.
<p>Strengths:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Rather soft innovative climate in Kazakhstan in comparison with other participants of the CU. 2. Competitive advantages are characteristic for export of Kazakhstan wheat, precious and semiprecious stones. 3. Low tax rates of the VAT (in Kazakhstan they make 12 percent), in comparison with Belarus (20 percent) and Russia (18 percent), give quite good chances in fight for sales markets. 	<p>Weaknesses:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lower level of economic development in comparison with Russia. 2. Low competitive ability of the local producers that conducts to threat of food security of the country 3. Raw material orientation of the economy. Weak innovative level of economy.
Note. compiled by the authors	

As the world practice shows, the competition is the engine of economic progress, because it present optimum ways and mechanisms of the organisation of production that conducts to growth of efficiency of all national economy, and also to increase of level of food security. After final registration of all «rules of the game» and the institutional procedures that necessary for normal functioning of the CU and CES, positions of each participating country and all block in globalisation processes and world hierarchy will amplify.

For the countries of the Customs union and CES is very important the expansion of number of participants at the expense of involvement of strong players, as China and Turkey that should promote increase in volumes of trade, strengthening of competitive fight and decrease in influence of each country at the general situation, to development of competitive productions. From this position the project «New Silk Way», mentioning the main actions of a transport and communication complex, and also a complex of actions of allied industries of economy, including areas of the industry, innovations, customs and other types of control on border and in the Republic of Kazakhstan can become an important stage of integration.

Expansion of geography and number of participants of economic integration will give the chance to Kazakhstan to reduce influence of negative effects which are existing today, to expand sales markets of a domestic production, to strengthen own position and to become the important interregional transit centre, being actively built in modern system of global political and economic interrelations.

References

- 1 *Бьорн Хеттне*. Глобализация и Новый регионализм: Вторая Великая трансформация // Хеттне В., Инотай А. и Санкель О. (под ред.). Глобализм и Новый регионализм. — Лондон, Макмиллан, 1999. — 3-24 с.
- 2 *Долгов С.И.* Общее экономическое пространство — новый интеграционный формат в условиях глобализации // Российский внешнеэкономический вестник. — 2010. — № 9. — 21–45 с.
- 3 *Сабельников Л.В.* Исторические и методологические аспекты функционирования таможенных союзов // Российский внешнеэкономический вестник. — 2010. — № 6. — 66–71 с.

- 4 Чеботарева Е.Д. Опыт создания и основные слагаемые успешной деятельности Таможенного союза ЕС // Российский внешнеэкономический вестник. — 2010. — № 7. — 95–107 с.
- 5 Дюмулен И.И. Международная торговля 2007–2010 г.: некоторые уроки глобального экономического кризиса // Российский внешнеэкономический вестник. — 2010. — № 7. — 55–71 с.
- 6 Спартак А.Н. Развитие и международно-правовое регулирование процессов региональной экономической интеграции: новые тенденции и явления в начале XXI века // Российский внешнеэкономический вестник. — 2010. — № 7. — 86–99 с.

А.Т.Тлеубердинова, А.Б.Рыспаев

Бірыңғай экономикалық кеңістік азық-түліктік қауіпсіздікті қамтамасыз ететін өзара байланыстың әлеуетті үлгісі ретінде

Азық-түліктік қауіпсіздік тақырыбы мемлекет үшін стратегиялық маңызды болып табылады. Мақалада Бірыңғай экономикалық кеңістікке кіретін елдердегі сауда блогы арқылы азық-түліктік қамтамасыз етуді тұрақты жоғарылату мүмкіндіктері қарастырылған. Авторлармен Кедендік одақ елдерінің аймақтық экономикалық қатынастарының жүзеге асырылмаған әлеуетін анықтау және қолдану мүмкіндіктері қарастырылған. Аймақтық кірігудің қазіргі кезеңіндегі негізгі қорытындыларына бағалау жүргізілген, қазақстандық экономиканың Бірыңғай экономикалық кеңістіктің жұмыс істеуінен алатын оң нәтижелері көрсетілген: ортақ нарықтың құрылуы, тауарлар мен қызметтердің еркін ауысуы, кедендік бақылаудың болмауы және т.б. Бірыңғай экономикалық кеңістіктің жұмыс істеуінің оң және теріс жақтары SWOT-талдауда толығырақ зерттелген.

А.Т.Тлеубердинова, А.Б.Рыспаев

Единое экономическое пространство как перспективная форма взаимодействия в обеспечении продовольственной безопасности

Тема продовольственной безопасности является стратегически важной для страны. В данной статье рассматриваются возможности повышения устойчивости продовольственного обеспечения посредством торгового блока стран, входящих в Единое экономическое пространство. Авторами рассмотрены возможности для выявления и использования нереализованного потенциала регионализации экономических отношений стран Таможенного союза. В статье дана оценка основным итогам современного этапа региональной интеграции, определены положительные стороны для казахстанской экономики от функционирования ЕЭП: создание общего рынка, свободное перемещение товаров и услуг, отмена таможенного контроля и др. Положительные и отрицательные стороны функционирования ЕЭП отмечены в разработанном SWOT-анализе.

References

- 1 Bjorn Hettne. *Globalisation and the New Regionalism: the Second Great Transformation* // Hettne, B., Inotai, A. and Sunkel, O. (eds.). *Globalism and the New Regionalism*. London, Macmillan, 1999, p. 3–24.
- 2 Dolgov S.I. *Russian external economic messenger*, 2010, 9, p. 21–45.
- 3 Sabelnikov L.V. *Russian external economic messenger*, 2010, 6, p. 66–71.
- 4 Tchebotareva E.D. *Russian external economic messenger*, 2010, 7, p. 95–107.
- 5 Dyumulen I.I. *Russian external economic messenger*, 2010, 7, p. 55–71.
- 6 Spartak A.N. *Development and international legal regulation of processes of regional economic integration: new tendencies and facts at the beginning of XXI century* // *Russian external economic messenger*, 2010, 7, p. 86–99.

E.Zh.Syzdykova, D.K.Abilov

*Ye.A.Buketov Karaganda State University
(E-mail: ADD1401@mail.ru)*

Preparations for the International specialized exhibition EXPO-2017: first results of the active participation of the regions of Kazakhstan

The article presents material on the relevance and importance of the International specialized exhibition EXPO-2017 in Astana, as well as on the activities conducted in the regions of the Republic of Kazakhstan to prepare for it. Content of the article speaks of the importance of EXPO-2017 in the social, economic and environmental development of the regions. The article notes that the main advantage of the International specialized exhibition EXPO-2017 in Astana for the regions are experience, advanced technology, jobs and scientific potential for the use of them in the implementation of the «green economy».

Key words: International specialized exhibition, green economy, future energy, regions, advanced technology, jobs and scientific potential.

Nowadays the Republic of Kazakhstan is interested in sustaining reserves and reducing the amounts of harmful emissions into the atmosphere. The accepted Strategy «Kazakhstan – 2050»: a new policy of the established state «sets clear objectives for the construction of a sustainable and efficient economic model based on country's transition to a «green» way of the development [1]. The Concept of transition to «green economy», approved by the Decree of the President of the Republic of Kazakhstan dated May 30, 2013 № 577, contains the prerequisites for the transition to «green economy» including highlighted as follows:

- inefficient use of resources in all major sectors;
- lack of incentive for technological improvement of the industry due to the imperfection of the rate and energy pricing system;
- serious deterioration of natural resources and the environment according to all the most important environmental indicators;
- dependence of the economy of Kazakhstan on the export of raw materials, in connection with which it is largely affected by the external sharp fluctuations in commodity prices;
- significant territorial heterogeneity inherited by Kazakhstan in economic, standard of living and the environment indicators.

Development of new industries and «green clusters» will reduce inequality in regional development and use their potential in renewable energy, agriculture, water management, waste management and other sectors. World experience has shown that the «green economy» incites regional development, induces social stability and increases economic capacity by creating new jobs in «green economy» [2].

In this regard, the exhibition EXPO-2017 should help in finding solutions of these global economic, environmental, and energy problems primarily in Kazakhstan.

That is, holding the International specialized exhibition «Astana EXPO-2017» has not only political, economic and environmental backgrounds, but also the ambition of Kazakhstan for the development of effective energy. International specialized exhibition «Astana EXPO-2017» is an opportunity of transition to «green» economy, which in turn allows us to achieve the strategic goal of Kazakhstan i.e. to become one of 30 countries with the most developed economy.

The exhibition «EXPO-2017» will create additional incentives for this and will be a huge step in the implementation of «Green Bridge» Partnership Program, presented at the Seventh Ministerial Conference «Environment for Europe» in Astana, Kazakhstan dated 21–23 September 2011.

The main objectives for the implementation of Partnership Program are strengthening of inter-regional cooperation for the promotion of environmentally sustainable economic growth, or «green» growth as a prerequisite for achieving Millennium Development Goals. Inducement of collaborative research in the development and application of strategies and tools for «green» growth, including environmentally sound technologies and access to them. Promotion of networks for knowledge, experiences and results, as well as lessons learned in projects related to sustainable development exchange. Increase of technical assistance and infor-

mation and experience exchange in the field of «green» economy and international trade; implementation of Astana initiative «Green Bridge» and low-carbon development, including «green» growth in the context of global trends, the development of agreements on climate change; eco-efficient use of natural resources and investment in ecosystem services. Promotion of «green» growth principles and the process of «Bridges to the Future» as part of Astana «Green Bridge» Partnership Program [3].

Every region of the Republic will receive benefits from holding the International specialized exhibition EXPO-2017 in Astana as the president of Kazakhstan Nursultan Nazarbayev has it: «For us EXPO has to become a mega-project which will provide a benefit for every region. This will give a powerful impetus to innovative development of the country. This will be a turning point for Kazakhstan in starting an entirely new chapter of economic development. «He explained that everything that will be built in Astana for EXPO 2017 will become a laboratory, a science park, for the introduction of new technologies in Kazakhstan.

For the organization of «EXPO-2017» in Astana, Kazakhstan has proposed the theme «Future Energy». It is aimed at finding ways of qualitative changes in the energy sector, including, above all, the development of alternative energy sources and new ways of its transportation [4].

In connection with the transition of Kazakhstan to the principles of «green economy», the theme of the exhibition — «Future Energy» — is an expression of the real needs of the country in gaining experience and knowledge in optimal usage of renewable forms of energy, for the introduction of modern technologies and research promotion in this direction.

The project «Future Energy» has clearly defined goals: exploration of the strategies, programs and technologies aimed at the development of sustainable energy sources, reliability and efficiency of energy supply improvement, the use of renewable energy sources promotion and showing visitors the need for their active participation in the development and implementation of the plan of energy-efficient production and efficient use of energy resources.

In the conception of «Future Energy» project there is a necessary condition for sustainable development — a concept that involves adoption, implementation and application of the most advanced methods of energy use in the nearest future.

«Future Energy» is also aimed at drawing attention to such an inalienable heritage of mankind as energy resources — resources that should be used responsibly and rationally.

Goals and objectives of «Future Energy» project are calling for a sense of responsibility of the international community by means of a variety of agencies, organizations, corporations and individuals, in order to stimulate thoughts and knowledge creation on the decisive influence that planning and control of energy consumption has on the lives of people and all life on the planet.

The idea of «Future Energy» project is to draw public attention to the solutions and methods for providing sustainable energy source management, which can be seen in all the regions of the Republic of Kazakhstan.

These methods are directed to:

- combating climate change and carbon emissions reduction;
- promotion of alternative energy sources usage - in particular, renewable energy sources and introduction of energy efficiency programs;
- ensuring energy supply security;
- control over energy production, conservation and usage;
- ensuring universal access to sustainable energy sources.

These decisions affect social, economic and environmentally sustainable development of the regions and identify ways of solving the most complex problems. Development of socio-economic sphere, in accordance with the project provides:

- promotion of renewable energy and other alternative energy sources usage;
- efficient use and management of energy consumption;
- transportation electrification;
- clean energy accessibility;
- energy supply;
- Inseparability of energy and matter, life and man.

Regarding the environment:

- fossil energy sources, limited and heavily polluting when used as the main source of electric power;
- global warming and climate change;

- environmental pollution and health risk;
- reduction of fossil fuel consumption and carbon dioxide emissions [5].

Among the first results changes in the legislation of Kazakhstan for the transition to «green economy» can be seen.

In the first place, there is the Decree of the President of the Republic of Kazakhstan on the Concept of transition to «green economy» dated May 30, 2013 № 577. This Concept presents a vision of the transition to «green economy», including analysis of the current situation, and statement of the Concept adoption need is given as well as goals and objectives are set. The concept considers the basic principles of transition to «green economy» and offers common approaches to the transition to «green economy». Among the common approaches for transition to «green economy» social and regional development, need for investment, a common approach to the transition to «green economy» sector by sector are considered. The staffing for the transition to «green economy» and the formation of ecological culture of the population, the creation of the Council for the transition to «green economy», steps in implementing the transition to «green economy» are considered. The list of legal and other acts by which it is supposed to implement the Concept is mentioned.

In particular, in paragraph 2.2 of the Regional Development of the Republic of Kazakhstan President said: «Economic development of Kazakhstan is centered around the main towns and mining industries. The concept will reduce regional imbalances. Firstly, the introduction of modern farming methods and the use of «green» technologies will significantly increase productivity of the agricultural sector, on which the economy of a number of regions heavily depends. Secondly, power saving in remote areas at the expense of renewable sources with the insurance of low electricity prices will create new industries, such as greenhouse farming and transhumance, and enhance the competitiveness of the regions. Third, with the increase of the effectiveness of the water and land resources conservation such activities as fish farming and animal husbandry will receive new impetus for the development in the regions» [2].

On December 3, 2013 the head of state signed the Law «On introducing amendments and addenda to some legislative acts of the Republic of Kazakhstan on the organization and conduction of the International specialized exhibition EXPO-2017 in Astana». This document makes it possible to resolve the questions of procedure and organization of EXPO-2017, and also gives the legal framework for the construction of facilities and infrastructure for the exhibition.

Changes relate to the budget (strategic funding of the national company «Astana EXPO-2017» from the state budget in the form of the purpose-oriented contribution), and the tax code (national company «Astana EXPO-2017» has an exemption from corporate tax, income tax, land tax, property tax). Changes relate to the Law «On Migration» (simplified procedure for obtaining visas for individuals arriving in the organization and conduction of EXPO-2017), the Law «On architecture, urban planning and construction» (design and project documentation in relation to EXPO-2017 objects), the law «On regulation of commerce» (definitions of «International Specialized Exhibition», «objects of the International exhibition», «member of the International exhibition» consolidation of functions and rights of the national company «Astana EXPO-2017»), the Law «On Technical Regulation» (simplification of the conditions for the use within the organization and holding of the exhibition of foreign certificates in respect of goods, works and services), the law «On special economic zones» (the status of Special Economic Zone for the participating organizations carrying out the construction of exhibition), the Law «on Employment» (attracting foreign specialists with the knowledge of energy saving technologies and experience in design and construction out of quotas and permits) [6].

One of the important aspects of the International specialized exhibition EXPO-2017 is the regional development.

Regions are actively preparing for participation in «EXPO-2017» exhibition. For example, in Oskemen a plant for production of solar cells is opened. In Shymkent a new generation of fuel-efficient and friendly light bulbs — Led lamps — is produced. There is an obvious work on the environment preservation.

The use of renewable energy sources is also a confirmation of EXPO-2017 effect in regions, for example, solar panels and Led lamps are used in Kokshetau [7].

Yereymentau is implementing a wind farm project, which will supply facilities of EXPO-2017, according to the memorandum with the organizing committee of the International exhibition. Similar projects in the south of the country are called upon not only to participate in the upcoming exhibition, but also to improve modes of water use, water supply and contribute to the development of agriculture in their areas, for instance, wind parks in Shelek corridor, construction of HPP in Kerbulak. Expecting the exhibition, JSC «Samruk Energo» is actively working on these projects [8].

Positive effect in the preparation for the exhibition is the attraction of domestic companies working in the construction sector, which correspond to the level of quality: building materials, as well as direct construction according to the latest technologies. And also attraction of the professionals and companies from all the regions of Kazakhstan [9].

Implementation of EXPO-2017, according to preliminary data, will create about 20,000 jobs and attract participation of small and medium businesses [10].

JSC «Samruk-Kazyna» is actively working on investment projects within EXPO-2017, and simultaneously implementing the State Program on Forced Industrial-Innovative Development of Kazakhstan for 2010–2014: output to full capacity of the investment project «Construction of railways Uzen — state border with Turkmenistan» and «Zhetygen – Korgas», «Construction and Electricity Transmission of Moinak hydro-electric power plant», «Construction of the North-Caspian ecological base operating on oil spill response» [11].

According to the Department of Energy and Public Utilities, the amount of private investment in the construction of renewable energy accounts up to 1.9 billion tenge in Zhambyl region.

Within the program akimat is conducting a work on the creation of additional sources of electric power using renewable energy sources. In Merkensky region Merkenskaya TPP-3 is brought into use, the first wind turbine in Kazakhstan is brought into use in Kordaisky region. It is planned to bring into use Karakystaksky 2.1 MW hydropower plant in Turar Ryskulov region, Tas-Otkelskaya 9.2 MW hydropower plant in Shu district and the first stage of Kordai wind-farm -21 with 4 MW.

In the coming years wind power plants should appear near Shokpar settlement in Shu District, in the so-called windy passages of Muzbel and Kordai in Kordai region.

The investment project for the construction of wind energy complex «Baidibek» that is four wind farms with total capacity of 623 MW is being implemented.

In the future, more than 200 wind farms will be built. This will be possible thanks to a memorandum of cooperation in the field of renewable energy, signed between akimat of Zhambyl region, JSC «KEGOK», LLP «Zhambyl electrical networks» and the investor — a group of companies «Central Asia Green Power» [12].

A special role in this process is given to the development of tourism in the country. EXPO-2017 gives some promises for the development of tourism in the regions — Karkaralinsk, Bayanaul, Borovskaya resort area, Korgalyzhsky National Park will be used.

In Pavlodar region in collaboration with the Chinese representatives wind power plant will be set up. This station is the result of preparation for EXPO-2017 in Astana. Output of the plant will be used not only during the exhibition, but also by the residents of the region.

Joint actions of the Ministry of Industry and New Technologies of the Republic of Kazakhstan and Mangistau region will focus on the development of domestic tourism, not only in the framework of the System Development Plan recreation zone «Kenderli», but also in preparation for the international exhibition EXPO-2017: special tourist products will be developed. It is expected to work in terms of the formation and improvement of tourist image, improvement of the quality of tourism products and services, investment, employee training in the field of tourism and sustainable tourism development [13].

Active measures are being taken to prepare for the exhibition — on the implementation issues of the implementation of innovative projects, new technologies — in East Kazakhstan region. This evidence established in the region in order to address the shortage of electricity in 20 wind farms. In the future it is planned to use the energy of the mountain rivers, which are more than 700 in the region [14].

The seriousness and scale of the operations indicates the Decree of the Prime Minister of the Republic of Kazakhstan dated July 31, 2013 № 120-p «On Approval of Media plan on covering the activities of EXPO-2017 inside the country and on the international markets in 2014». In accordance with the media plan training activities must cover Kazakhstani and foreign media: such TV channels as «Khabar», «Kazakhstan», «Astana», «STV», «24.KZ», «7 Channel», «Channel 31», «Eurasia + ORT», «MIR», «KTK», «Madeniet», «BBC», «CNBC», Kazakhstan print media: such newspapers as «Egemen Kazakhstan» and «Kazakhstan Today», «Liter», «Alash Ainasy», information agencies «Kazinform», «Bnews», official online resources of the government agencies, embassies of the Republic of Kazakhstan, blogging platform and information sites, website voxpopuli.kz, social networks, video-hosting radio «Kazakh», «Shalkar» and «Astana».

Among the activities that should be covered, it is planned to hold briefings and press conferences, publications of comments of Kazakhstan and foreign public and political leaders on the preparation and holding the International specialized exhibition EXPO-2017 in Astana; opening of special columns in the print media

and news agencies, as well as their content; official visits of the Presidents and Members of the International Business Exhibition, workshops on the International Trade Fair, as well as the organization of informational support of regional forums and events involving EXPO-2017, etc. [15].

In Temirtau work on the project of the plant is started, and this plant is supposed to use in the process of manufacture industrial waste products. This project offers more than three thousand new jobs, more than a hundred of which are future employees of the company. It is supposed to see much interest on the part of entrepreneurs from abroad for finished products of the plant at EXPO-2017.

According to Interfax-Kazakhstan «exhibition as a national project is about to bring a strong multiplier effect on our country and the region as a whole. Effect of the exhibition of this level will not only major economic actors, but also those industries which development is important for the capital — tourism, hotel industry, services and small and medium businesses», — concluded Ye. Idrisov.

Thus, Expo 2017 will provide a large multiplier effect on Kazakhstan and its regions. In the first place, it will have economic benefits in terms of investment [16].

The main asset of EXPO 2017 for the regions is in experience, advanced technology, jobs, scientific potential for the development of alternative and renewable energy and in the implementation of green economy.

EXPO-2017 is designed to help with the beginning of finding solutions to the problems and challenges of the safety and security of the nation's health and the environment, but also it can ensure economic and social development of the regions.

References

- 1 Послание Президента Республики Казахстан — Лидера нации Н.А.Назарбаева народу Казахстана «Стратегия «Казахстан – 2050»: новый политический курс состоявшегося государства» // Казахстанская правда. — 2012. — 15 дек. — С. 1.
- 2 Концепция перехода к «зеленой экономике» от 30 мая 2013 года № 577 // Казахстанская правда. — 2013. — 1 июня. — С. 1.
- 3 Шабанова Л.В., Ескендинова Г.А. Программа партнерства «Зеленый мост» как инструмент перехода к «зеленой» экономике. — РГП «Информационно-аналитический Центр охраны окружающей среды», Министерство охраны окружающей среды Республики Казахстан. — [ЭР]. Режим доступа: <http://www.G-global.kz>.
- 4 Назарбаев Н.А. Выгоду от проведения EXPO 2017 в Астане получит каждый регион Казахстана. — Агентство международной информации «Новости-Казахстан». — [ЭР]. Режим доступа: <http://meta.kz>
- 5 Официальный сайт заявки Астаны на проведение ЭКСПО-2017. — [ЭР]. Режим доступа: <http://www.expo2017astana.com>
- 6 Закон «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам организации и проведения Международной специализированной выставки ЭКСПО-2017 в Астане» // Казахстанская правда. — 2013. — 7 дек. — С. 15.
- 7 Каукенова С. В Астане обсуждают совершенствование законодательства для перехода к «зеленой экономике»: BNews.kz.
- 8 Каукенова С. Ветроэлектростанция в Ерейментау будет снабжать объекты EXPO-2017. — [ЭР]. Режим доступа: BNews.kz.
- 9 Сексембаева С. В НПП не допустят дискриминации отечественных компаний при подготовке к ЭКСПО- 2017. — [ЭР]. Режим доступа: BNews.kz.
- 10 Тукушева А. Около 20 тыс. рабочих мест появятся в РК во время реализации ЭКСПО-2017. — [ЭР]. Режим доступа: BNews.kz.
- 11 Бондарев В. Н. Рахметов рассказал об инвестиционных проектах в рамках ЭКСПО-2017. — [ЭР]. Режим доступа: BNews.kz.
- 12 ЭКСПО-2017: Жамбылская область шагает в ногу со временем — аким региона Канат Бозумбаев. — [ЭР]. Режим доступа: <http://oldexpo.ars-vision.co>.
- 13 В Мангистауской области к ЭКСПО-2017 будут разработаны специальные турпродукты. — [ЭР]. Режим доступа: BNews.kz.
- 14 Репетицию EXPO-2017 проведут в регионах Казахстана. — [ЭР]. Режим доступа: <http://tengrinews.kz>.
- 15 Распоряжение Премьер-Министра Республики Казахстан от 31 июля 2013 года № 120-р «Об утверждении Медиа-плана по освещению мероприятий в рамках ЭКСПО-2017 внутри страны и на международных площадках на 2014 год». «Әділет» Информационно-правовая система нормативных правовых актов Республики Казахстан. — [ЭР]. Режим доступа: <http://adilet.zan.kz>.
- 16 Интерфакс-Казахстан. — [ЭР]. Режим доступа: <http://2010-2013.iwep.kz/>.

Э.Ж.Сыздықова, Д.К.Әбілов

ЭКСПО-2017 Халықаралық арнайы көрмесіне дайындық: Қазақстан аймақтарының белсенді қатысуының алғашқы нәтижелері

Мақалада ЭКСПО-2017 Халықаралық арнайы көрмесінің Астанада өткізілуінің өзектілігі мен маңызы, сонымен қатар оған дайындық мақсатында Қазақстан Республикасының аймақтарында өткізілген шаралар жөніндегі ақпараттар келтірілген. Мақала мазмұнында ЭКСПО-2017 арнайы көрмесінің аймақтардың әлеуметтік, экономикалық және экологиялық дамуындағы маңызы айтылды. Авторлар арнайы көрмені өткізудің басты басымдығы аймақтардың тәжірибе алмасу, жаңа технологиялар, жұмыс орындары мен «жасыл экономиканы» жүзеге асыруға қолданатын ғылыми әлеуетінің анықталуы болып табылады деген ой айтты.

Э.Ж.Сыздықова, Д.К.Абилов

Подготовка к Международной специализированной выставке ЭКСПО-2017: первые результаты активного участия регионов Казахстана

В статье представлен материал об актуальности и значимости проведения Международной специализированной выставки ЭКСПО-2017 в Астане, а также о мероприятиях, проводимых в регионах Республики Казахстан, в целях подготовки к ней. Содержание статьи говорит о значении ЭКСПО-2017 в социальном, экономическом и экологическом развитии регионов. Отмечено, что главным достоянием проведения Международной специализированной выставки ЭКСПО-2017 в Астане для регионов являются опыт, передовые технологии, рабочие места и научный потенциал для использования их в реализации «зеленой экономики».

References

- 1 *Kazakhstanskaya pravda*, 2012, December 15, p. 1.
- 2 *Kazakhstanskaya pravda*, 2013, June 1, p. 1.
- 3 Shabanova L.V., Yeskendirova G.A. *Partnership Program «Green Bridge» as a tool for the transition to the «green» economy. — RSE «Informational-Analytical Center for Environmental Protection», Ministry of Environment of the Republic of Kazakhstan*, [ER]. Access mode: [http://www. G-global.kz](http://www.G-global.kz).
- 4 Nazarbayev N.A. *Every region of Kazakhstan will benefit from holding of EXPO 2017 in Astana. Information Agency «Novosti-Kazakhstan»*, [ER]. Access mode: <http://meta.kz>
- 5 *The official website of Astana's bid for hosting EXPO-2017*, [ER]. Access mode: <http://www.expo2017astana.com>
- 6 *Kazakhstanskaya pravda*, 2013, December 7, p. 15.
- 7 Kaukenova S. *The improvement of legislation for the transition to the «green economy» is being discussed in Astana*, [ER]. Access mode: BNews.kz.
- 8 Kaukenova S. *Wind power in Yereimentau will supply facilities of EXPO-2017*, [ER]. Access mode: BNews.kz.
- 9 Seksembayev S. *National Chamber of Entrepreneurs will not allow discrimination against domestic companies in preparation for EXPO 2017*, [ER]. Access mode: BNews.kz.
- 10 Tokusheva A. *About 20 thousand jobs will appear in Kazakhstan during the implementation of EXPO 2017*, [ER]. Access mode: BNews.kz.
- 11 Bondarev V.N. *Rakhmetov told about the investment projects within EXPO-2017*, [ER]. Access mode: BNews.kz.
- 12 *EXPO 2017: Jambul region is keeping pace with the times — Akim of the region Kanat Bozumbayev*, [ER]. Access mode: <http://oldexpo.ars-vision.co>.
- 13 *Special tourist products will be developed in Mangistau region for EXPO-2017*, [ER]. Access mode: BNews.kz.
- 14 *Rehearsal of EXPO-2017 will be held in the regions of Kazakhstan*, [ER]. Access mode: <http://tengrinews.kz>.
- 15 *Order of the Prime Minister of the Republic of Kazakhstan dated July 31, 2013 № 120-p «On Approval of Media plan on covering events within EXPO-2017 in domestic and international markets for 2014»*. «Adilet» legal information system of normative legal acts of the Republic of Kazakhstan, [ER]. Access mode: <http://adilet.zan.kz>.
- 16 *Interfax-Kazakhstan*, [ER]. Access mode: <http://2010-2013.iwep.kz/>.

ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ИННОВАЦИЯЛЫҚ ЖӘНЕ ИНДУСТРИАЛДЫҚ САЯСАТТЫ ЖҮЗЕГЕ АСЫРУ ТИІМДІЛІГІ

ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЕАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННОЙ И ИНДУСТРИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ В КАЗАХСТАНЕ

ӘОЖ 338.65.2

Т.Б.Қазбеков, А.Г.Мусина

*Е.А.Бөкетов атындағы Қарағанды мемлекеттік университеті
(E-mail: aselya_mus@mail.ru)*

Кәсіпкерлікті инновациялық негізде дамытудың басты бағыттары

Мақалада Қазақстан Республикасында кәсіпкерлікті инновациялық негізде жүргізудің ілімдік және тәжірибелік мәселелері қарастырылған. Кәсіпкерліктің инновациялық түрлері ретінде венчурлік, концессиялық, лизингтік және франчайзингтік бағыттары алынған. Қазақстандағы инновациялық кіші кәсіпкерлік субъектілерінің қызметін қалыптастыру мен дамытуда кедергі болатын факторлар талданған. Инновациялық кәсіпкерлік субъектілерінің дамуына қол жеткізу үшін қажетті жағдайлар ұсынылған. Шағын және орта инновациялық кәсіпорын ғылыми ұйымдар аумағында құрылуы мүмкін екендігі дәлелденген. Еліміздегі кәсіпорындарының инновациялық белсенділігінің меншікті салмағы екішеліп сараланған.

Кілт сөздер: кәсіпкерлік, инновация, инновациялық негіз, тәуекелділік, концессия, лизинг, франчайзинг, бағыттар, жетілдіру.

Кәсіпкерлікті инновациялық негізде дамытудың басты бағыттары ретінде венчурлік, концессиялық, лизингтік және франчайзингтік бизнестерді қалыптастыру және дамыту бойынша механизмдерді жетілдіру жолдары ұсынылады. Қазақстанның алдында нарық субъектілерінің өзара тауарлар мен қызметтерді өндірудегі бәсекелестікті қолдап және дамыту міндетімен қатар, елімізде ғылыми сыйымды технологиялар саласындағы әлемдік бәсекелестіктің толыққанды қатысушыларына айналу үшін білім экономикасын дамытуға арналған іс-әрекеттерді жандандыру міндеті тұр [1].

Қазіргі күні Қазақстандағы инновациялық кіші кәсіпкерлік субъектілерінің қызметін қалыптастыру мен дамытуда кедергі болатын факторлары келесідей [2]:

- өз қаржыларының жетіспеушілігі негізінде инвестициялық қорлар арқылы несиелерге қол жеткізудің қиындығы;
- инновациялық кәсіпкерлік қызметті жүзеге асыру үшін қажетті сәйкес инженерлік-транспорттық инфрақұрылыммен қамтамасыз етілген өндірістік қойма орындарының жеткіліксіздігі;
- инновациялық кіші кәсіпкерлік субъектілерінің қолданыстағы заңдардағы өзгертулер туралы хабарсыздығы, әкімшілік кедергілер және кәсіпкерлік қызметпен айналысу кезінде билік органдарының нақты тәртіптерінің жоқтығы;
- инновациялық кіші кәсіпорындардағы жұмыскер мамандықтарының білікті мамандарының жеткіліксіздігі. Кіші кәсіпкерлік субъектілерінің өңдеуші өндірістерінің ірі және орта ұйымдарымен өзара әрекеттесу және кооперациялануын дамыту туралы мәселе ерекше зер салуды талап ету қажеттілігі.

Сондықтан инновациялық кәсіпкерлік субъектілерінің дамуына қол жеткізу үшін мына мәселені шешу қажет:

- инновациялық кәсіпкерлік субъектілерін ақпараттық қолдау;
- инновациялық кәсіпкерлік субъектілерін заңнамалық қолдау;
- инновациялық кәсіпкерлік субъектілері алдында тұрған әкімшілік кедергілерді азайту.

Бұл мақсатты орындау үшін мынадай шараларды қолдану болжамданады:

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

Ерекше назар инфрақұрылымдық инвестициялық жобалардың әзірленуіндегі өңірлік инвестициялық бағдарламаларға қарай бағытталуына бөлінеді. Әрбір облыс әкімшілігі ішкі және сыртқы инвесторлармен жұмысты, оларға қажетті және толық ақпарат бере отырып, бюрократтық кедергілердің жойылуына көмектесе отырып, үйлестіреді және тәртіптендіреді.

Шағын инновациялық кәсіпорындардың қалыптасу жолдары әр түрлі болуы мүмкін. Көбіне, жаңа тауарлар, технологиялар немесе қызметтер жасап шығару туралы идеялар туындататын ғалым-өнертапқыштар, инженерлер осындай кәсіпорындарды ұйымдастырудың бастамашылары болып табылады. Бұл адамдар, әдетте, әр түрлі ведомстволар мен министрліктердің ғылыми ұйымдарында жұмыс жасай жүріп, шығармашылық, ғылыми және инженерлік қызметтерде бай тәжірибе жинақтайды [3,4]. Олар біраз уақытқа дейін идеяларын өздерінің ғылыми ұйымдарындағы зертханалар мен бөлімдерде дәлелдеп дамытады, бірақ әр түрлі субъективті және объективті себептерге байланысты идеяларды осы ұйымның аясында дамыту мүмкін болмады.

Бұл идеяны ары қарай дамытудың ең қарапайым жолы — шағын және орта кәсіпорынды ұйымдастыру. Кейбір елдерде шағын кәсіпорындар құру мәселесі көп шығын мен уақытты қажет етпейді. Шағын және орта инновациялық кәсіпорын ғылыми ұйымдар аумағында құрылуы мүмкін. Және де шағын кәсіпорынның басшысы аталмыш ұйымның қызметкері болып қалады, ал инновациялық идеяларды дәлелдеу және дамыту жөніндегі жұмыстар ғылыми ұйымдардың жабдықтарымен жүргізіледі. Осындай шағын ұйымның аясында қол жеткізілген инновациялық жетістіктер шағын кәсіпорынға да, сондай-ақ ғылыми ұйымға да тиесілі болуы мүмкін. Шағын кәсіпорындар инновациялық өнімдерді нарыққа жылжыту үшін делдал қызметін де атқарады [5].

Университет пен колледждердегі, мемлекеттік ғылыми орталықтардағы көптеген ғылыми ашылымдар мен өнертабыстар АҚШ-та шағын инновациялық кәсіпорындардың құрылуына түрткі болды. Дәл осы ғылыми ашылымдар мен өнертабыстардың авторлары ұсақ кәсіпорындар ашып, кәсіпкерлер ретінде көріне бастады.

Шағын фирмалар, әдетте, кез келген жолмен нарыққа шығып, белгілі бір орын алуға тырысады. Ал ірі фирмалар болса кей кезде шығындарды жаба алмайтын жеткіліксіз мөлшерде пайда алудан қауіптеніп, өздерінің ғылыми бөлімшелерінде ойлап табылған өнертабыстарды игере алмай жатады.

Шағын енгізуші фирмалар іргелі және қолданбалы зерттеулерді байланыстыратын тізбек болып табылады. Сондықтан көбіне оларды бұрындары университеттерде немесе ірі зертханаларда жұмыс жасаған ғалымдар, сондай-ақ ірі фирмаларды қызмет жасаған және өз идеяларын өз бетінше жүзеге асырғысы келетін инженерлер дәлелдеп шығарады.

Батыстың көптеген ғалымдары жоғарғы технология және ҒЗТКЖ салаларында нақты көрінетін шағын және ірі фирмалардың ынтымақтастық жасауын қолдайды және мұндай байланыстар тек айқын ғана емес, сондай-ақ заң тұрғысынан ресімделген. Сонымен қатар шағын кәсіпорындар үшін қолжетімді және соңғыларына ірі корпорациялар алдында белгілі бір артықшылықтар беретін зерттеулер түрі ерекшеленіп келеді.

Нарықтық экономикасы қалыптасқан елдерде фирманың көлемі мен инновациялық қызметтің тиімділігі арасындағы өзара байланысты анықтау ғылыми-техникалық прогресті дамытудың маңызды проблемасы болып табылады.

Сол немесе басқа жаңа енгізулерді игеруде ғылыми-зерттеу және тәжірибелік-конструкторлық әзірлемелермен айналысатын орта және шағын фирмалардың тиімділігі, ірі ұйымдарға қарағанда, айтарлықтай жоғары болады. Себебі, біріншісі айтарлықтай қаражат пен үлкен ұжымды қажет етпейді және мамандардың шағын тобы күрделі әрі қымбат зерттеу жабдықтарысыз жұмыс жасай алады.

Әсіресе жоғары оқу орындарына, ҒЗИ-ға және ғылымның мемлекеттік академиясы құрған ғылыми мекемелерге интеллектуалдық қызметтердің нәтижелерін, соның ішінде ЭЕМ-ге арналған бағдарламаларды, мәліметтер базасын, өнертабыстарды, пайдалы модельдерді, өнеркәсіп үлгілерін, іріктелген жетістіктерді, өндіріс құпияларын (ноу-хау) тәжірибеде қолдану үшін шаруашылық қоғамдарын құру құқығын беру ұсынылып отыр.

Интеллектуалдық қызметтің нәтижелерін пайдалану құқығы, жарғылық капиталға қосқан үлес болып табылады және лицензиялық шарт бойынша енгізілген мұндай құқықты ақшамен бағалау шаруашылық қоғам құрылтайшыларының (қатысушыларының) шешімімен бір ауыздан бекітіледі.

Инновациялық өндірістер құру, шағын және орта бизнесті дамыту жөніндегі ұсыныстар [6]:

1. Шағын және орта бизнестің инновациялық жобаларды өнеркәсіп саласына енгізуінің өз ерекшелігі бар, себебі бұл жерде нақты өнім — өнеркәсіп үлгісі, технологиялық регламент, конструкторлық құжаттама болуы қажет. Ал бұл айтарлықтай қаражат тартумен, зертханалық жабдықтарды, конструкторлық құжаттамаларды дайындауға арналған техникаларды тартумен байланысты.

2. Технопарктердің көмегімен зертханалық жағдайларда жекелеген топтардың жұмыспен өтеуі немесе инновациялық өнімді өндірудің толық технологиялық тізбегі жүргізілер еді. Жекелеген зерттеулер — тәжірибелік-өнеркәсіптік тексерулерді бейінді ғылыми-зерттеу ұйымдарының сәйкес келетін тәжірибелі алаңшаларында жүргізудің мақсатқа лайықтығын ескеру қажет және олардың мүмкіндіктері туралы мәліметтер технопарктерде болуы тиіс. Бірлескен қызмет туралы шарт болса, тамаша болар еді. Бұл жағдайда технопарктер осы ұйымдармен тәжірибелік-өнеркәсіптік сынақтар өткізуге тапсырыстарын орналастырар еді. Бұл жинақталған шетелдік тәжірибе — Outotec компаниясы (Финляндия).

Айта кететін жайт, жобалар өздерінің жаңашылдығына, өткізімділігіне, талап етілмелілігіне, шикізат және энергия ресурстарымен қамтамасыз етілгендігіне алдын ала технологиялық сараптамадан өтуі тиіс әрі сәйкес келетін инфрақұрылымы болуы және қолданыстағы өндірістерге бейімделе алуы қажет.

3. Мемлекеттік-жеке серіктестік, жаңа ұйымдастырушылық сызбаларды қолдану және т.б. инновациялық шағын және орта бизнесті дамыта алатын құрал болуы тиіс.

4. Экономиканың дәстүрлі экспортқа бағытталған секторларында жаңа бизнестердің мультипликациясымен — орта және шағын бизнеске арналған мүмкіндіктермен бірге ірі инвестициялық жобаларды жүзеге асыру болып табылады. Ол үшін зерттеулердің прогрессивтілік, тиімділік, экологиялық тазалық, өнімдерді дайындаудың саны және сапасы бойынша нормативтер мен өндіріс процесінің технологиялық режимдеріне сәйкес келуіне технологиялық сараптамалар жүргізіп, жабдықтарды, бейімдеулерді, модельдерді, аспаптарды таңдау, өндірістік күштердің орналасуы және т.б. дәйектілігін анықтау қажет.

5. Конкурстық тапсырыстарды іріктеу барысында ғылыми-техникалық, экологиялық, техникалық сараптамалар жүргізу жөніндегі қолданыстағы ережелерге талдау жасау, нәтижелерін барлық қаржы институттары мойындайтын жобаларға кешенді сараптама жүргізу ережелерін әзірлеу.

6. Технологиялық сараптамалардың өлшемдерін регламенттеу.

7. Төменде берілгендерді қамтитын шағын инновациялық кәсіпорындарды қолдау (технологиялық алаңша) орталығын құру:

- шағын кәсіпорындарға арналған аталмыш инновациялық жобалардың үнемі жаңарып отыратын банктерін;
- консалтинг қызметін;
- бизнес-инкубаторды;
- шағын инновациялық кәсіпорындарды қолдау үшін венчурлік қаржыландыру қорын.

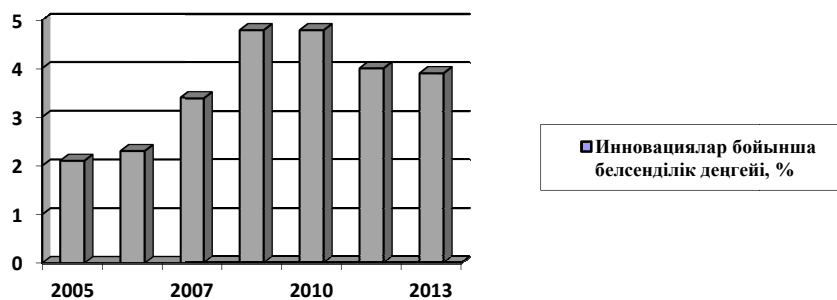
Қазақстандағы инновациялық кәсіпкерлік ахуалын жақсарту үшін:

- білікті кадрлар және жұмыс күшін дайындау жүйесін бекіту: кадрларды кәсіби біліктілігі тұрғысынан дайындау және қайта дайындау, кіші бизнес және өзін жұмыспен қамту саласында оқыту;
- инвестициялық үрдістерді басқаруды ұйымдастыруды жақсарту: басқару кадрларының кәсіби біліктілігін бекіту, қоғамдық бақылау үшін биліктің ашықтық дәрежесін көбейту, шенеуніктердің қызметін реттеу деңгейін жоғарылату керек.

Қазіргі уақытта ғылыми сыйымды өндірістер қатарын құру мақсатында жобалық-конструкторлық және техникалық құжаттама дайын елде отандық технологияларда қолдану негізінде бар химиялық және мұнай-химиялық өндірістерді қалпына келтіру және кеңейту, сонымен қатар мұнай, газ, көмірді және басқаны қайта өңдеу бойынша кіші және орта тиімді және бәсекеге қабілетті өндірістер құрылыс жобалары дайындалуда [7].

Ғылыми-техникалық бағдарламаларды, жоғары тиімді биотехнологияларды құру, денсаулық сақтау, ауыл шаруашылығы, өнеркәсіп үшін биотехнологиялық өнім өндірісі, теориялар мен технологияларды өңдеу саласындағы қоршаған ортаны қорғау, сонымен қатар қара және түсті металлургияның кәсіпорындарында жаңа технологиялық үрдістерді игеру басымдық негізге ие.

Стратегияны іске асыру ЖІӨ құрылымында өнеркәсіптің үлестік салмағын 2015 жылы 46,5 % -дан 50–52 %-ға дейінгі мөлшерде ұлғайтуға; ЖІӨ құрылымында ғылыми және ғылыми-инновациялық қызметтің үлестік салмағын 2010 жылғы 0,9 %-дан 2015 жылы 1,5–1,7 %-ға арттыруға; ЖІӨ құрылымында өңдеуші өнеркәсіп үлесінің төмендеу қарқынын 2010 жылғы 13,3 %-дан 2015 жылы 12–12,6 %-ға төмендеуін бәсеңдетуге, ал ауыл шаруашылығы өнімдерін өңдеу үлесі 38,1 %-дан 45–46 %-ға дейін өседі деп қарастырылған (сур. қара).



Сурет. 2005–2013 жж. Қазақстан Республикасы кәсіпорындарының инновациялық белсенділігінің меншікті салмағы

Қазіргі кезеңде Қазақстанда инновацияларды құру және енгізу аясында кәсіпорындардың белсенділігінің төмендеуін көреміз. ҚР Статистика агенттігінің бағалауы бойынша, 01.01.2013 ж. мерзіміне сәйкес республикада кәсіпорындардың инновациялық белсенділігінің меншікті салмағы жалпы респонденттік санының 3,9 % құрайды (10096 бірлік) (сур. қара). Салыстырмалы түрде Ресей кәсіпорындарының инновациялық белсенділігі 13 % (2008 ж.), ал Шығыс Еуропада — 40 %-ға дейін (Румыния — 28 %, Словения — 32, Польша — 38 %).

Аймақтық кескін бойынша инновациялық дамуда көшбасында: Алматы қаласы — инновациялық белсенділік — 6,7 %, Қарағанды облысы — 6,2, Шығыс Қазақстан — 5,9 %. Соңғы тізгін бойынша: Ақмола облысы — 1,2 %, Алматы — 1,4, Маңғыстау — 1,4, Қостанай — 1,5, Қызылорда — 1,5 %.

Егер 2010 ж. инновациялық қызметпен айналысушы кәсіпорындар арасында өнім өндіруде басты көлемі металлургия саласы болса (ҚР бойынша барлық инновациялық өнім өндірудің 84,4 %), ал 01.01.2013 ж. мерзімінде өңдеу өнеркәсібі алда болды — 68,95 % (1-кесте).

ҚР салалары бойынша инновациялық өнім өндіру көлемі, млн тг

ҚР экономика салалары	Өнім өндіру көлемі (тауарлар, жұмыстар, қызметтер)	Салалар өнімдерін өндірудегі меншікті салмақ, %	Негізгі капиталдағы инвестициялар көлемі	Өнім таралымындағы табыс (тауарлар, жұмыстар, қызметтер)
Барлығы	1006169,6	100	170320,2	1493127,3
Ауыл шаруашылығы	2664,6	0,26	399,3	3262,5
Тау-кен өндіру өнеркәсібі	292194,5	29,04	60885,7	576784,5
Өңдеу өнеркәсібі	693754,8	68,95	105306,9	897705,7
Құрылыс	17555,7	1,75	3728,3	15374,5

Ескерту. ҚР Статистика агенттігінің мәліметтері бойынша авторлардың есептеуі. [ӨР]. Қол жетімділік тәртібі: <http://www.stat.kz>

Инновациялық белсенділікті шаруашылық жүргізуші субъектінің динамикасы мен ағымдағы жағдайын және инновациялық технологияларды енгізу деңгейін көрсететін кешенді нәтиже деп түсінуге болады (2-кесте). Кең мағынада — белгілі бір шаруашылық жүргізуші субъектіде инновация жасау мен енгізуде пайда болған қаржы, экономикалық, саяси, әлеуметтік және басқарушылық қатынастар жүйесі. Ал ШОК секторының инновациялық белсенділігі дегеніміз оның дамуына қаржылық салымдардың перспективасын, табыстылығын, тиімділігін және тәуекелділігінің минимизациясы [8].

Инновациялық белсенділікті анықтайтын негізгі факторлар

<p>Мемлекеттің инновациялық белсенділігі:</p> <ul style="list-style-type: none"> – әлеуметтік-саяси тұрақтылық; – ішкі нарықтың көлемі мен төлем қабілеттілігінің деңгейі; – несие-қаржы және банк жүйесінің қалыптасуының тұрақтылығы; – инфляция деңгейі; – экономикалық сферадағы жемқорлық пен қоғамдағы қылмыс деңгейі; – инновациялық қызметтің құқықтық қамтамасыз етілуінің деңгейі; – кәсіпкерлік және инвестициялық қызметтің нормативтік базасының тұрақтылығы; – қор нарығының дамуы; – салық саясаты; – технологияның даму деңгейі 	<p>Аймақтың инновациялық белсенділігі:</p> <ul style="list-style-type: none"> – жағрафиялық орналасуы; – табиғи ресурстармен қамтамасыз етілуі және оларға қолжетімділік; – қоршаған ортаның жағдайы; – экономиканың құрылымдылық әртүрлілігі; – нарықтық инфрақұрылымының ахуалы мен дамуы; – халықтың мәдениеті мен білімінің дамуы; – әлеуметтік-саяси тұрақтылық; – экономикалық тұрақтылық; – басқару органдарының кәсіпорындармен өзара іс-әрекеті; – ақпараттық-коммуникациялық кеңістік; – нормативтік-құқықтық кеңістік
<p>Саланың инновациялық белсенділігі:</p> <ul style="list-style-type: none"> – салалық нарықтың деңгейі; – азық-түлік өнімдері нарығының монополизациялану деңгейі; – бағаның икемділігі; – капиталға табыстылық нормасы; – саланың капитал сыйымдылығы; – салық ауыртпашылығының деңгейі; – бәсеке деңгейі; – саладағы әлеуметтік мәселелер; – стратегиялық бірлестіктердің қалыптасуы және басқа да контрагенттермен өзара қатынастардың мүмкіндігі; – технология мен өндірістің күрделілік деңгейі; – инвестициялық нарық инфрақұрылымының даму деңгейі; – саланың мемлекеттік реттеу деңгейі 	<p>Кәсіпорынның инновациялық белсенділігі:</p> <ul style="list-style-type: none"> – меншік түрлері; – кәсіпорынның қаржылық жағдайы, кәсіпорынның көлемі; – жаңа нарықтарға кіру мүмкіндігі және өз ұстанымын нығайту; – инвестициялық қызметті жүргізу үшін қаржылардың болуы; – инвестициялық жобалармен басқару тиімділігі; – кәсіпорынның ғылыми-техникалық әлеуеті; – кәсіпорындар арасында инновациялық қызметті ынталандыру жүйесі; – инновациялық белсенділік деңгейі; – негізгі қорлардың тозу деңгейі; – өнімге төлемге қабілетті сұраныстың болуы

Инновациялық белсенділікке сандық және сапалық факторлар да әсер етеді. Сандық факторларды талдау кезінде мақсатты параметрлерге факторлардың әсерін бағалау үшін статистикалық әдістерді қолдану керек. Бұл жерде екі шарт орындалуы қажет: бағаланатын параметр сандық түрде болуы керек және бірыңғай таңдау құруға мүмкіндік беретін мәліметтердің болуы тиіс.

Инновациялық белсенділікке көрсеткіштердің әсері бойынша факторларды екі топқа біріктірген ыңғайлы: қолайлы және қолайсыз. Қолайлы факторларды сипаттайтын мәндер жоғарылағанда өнім өнімділігі, еңбек өнімділігі, өнімнің өндірістік өзіндік құны, еңбек сыйымдылығы, материал сыйымдылығы төмендейді, рентабельділік деңгейі жоғарылайды. Ал кері факторлардың мәні жоғарылағанда өнім өнімділігі төмендейді, шаруашылық нәтижелерді сипаттайтын басқа да көрсеткіштер төмендейді [9].

Ірі өндірістік кәсіпорындардың инновациялық қызметіне талдау жүргізгенде инновацияны басқаруды орталықтандыру заңдылығын нығайтуға бағытталған инновациялық процестердің қазіргі таңдағы ерекшеліктерін сипаттайтын бірқатар жалпы тұжырымдарды бөліп көрсетуге болады.

Зерттеулер көрсеткендей, соңғы онжылдықта Қазақстанның көптеген өндірістік кәсіпорындарда әлеуметтік-экономикалық саясатында инновациялық құраушылары бойынша келесідей тенденциялар байқалып отыр:

- кәсіпорын ішінде тек қолданбалы ғылыми зерттеулер мен жеке зерттеулердің дамуы. Іргелі зерттеулер жүргізу ғылыми-зерттеу институттары мен университеттерімен тығыз кірігу есебінен жүзеге асырылады;
- неғұрлым инновациялық өндірістік кәсіпорындары жаңалықтарды басқару бөлімін құру үшін ғылыми-зерттеу және тәжірибелік-конструкторлық ұжымын (ҒЗТКҰ) және маркетинг бөлімдерін біріктіру мақсатында қайта құрулар жүргізуде;
- фирмааралық венчурлық бөлімшелерін белсенді пайдалану.

Инновацияны басқаруды ұйымдастыру процесінде зерттеуде келесідей сұрақтарды кезеңмен шешу ұсынылып отыр:

- тиімді технология мен ең жақсы ұйымдық формаларды таңдау;
- жаңалықтарға ықпал жасайтын ұйымдастырушылық ортаны қалыптастыру және жұмысшыларды ынталандыру;
- ҒЗТКҰ және маркетинг бөлімдерінің өзара әрекеттерін және технологияны берудегі мәселелерін шешу;
- шығындар мен ресурстардың экономикалық мақсатты көлемін анықтау, әлеуеті тиімді жобаларды таңдау;
- шағын кәсіпорын ассортиментіндегі жаңа өнімдерді енгізудің салдарын зерттеу;
- экономикалық тәуекелді қысқартудан ғана емес, сонымен қатар тұтынушылар мен жабдықтау көздеріне байланысты төмендегенде пайда болатын диверсификация дамуының мүмкін болатын эффектісі;
- экономикалық және саяси сфералардағы біріккен іс-әрекеттерді, фирмааралық байланыстарды ұлғайту.

Төменде 3-кестен шағын кәсіпорын өндірісінің инновациялық белсенділігін қалыптастыратын факторлар жүйесі бейнеленген.

3 - к е с т е

Шағын кәсіпорын өндірісінің инновациялық белсенділігін қалыптастыратын факторлар жүйесі

Артықшылығы	Кемшілігі
өндірістік құрылымдары деңгейінде	
Экономикалық алғышарттар: қор және еңбекпен қамтамасыз етілу, мамандандырылу, материалдық-қаржылай шығындар, сақтандыру қорлары, меншік иесі мен еңбеккерлердің бірлесуі (өз кәсіпорының акционері), салалардың ұтымды үйлесімділігі	Өндірістік ауытқулар, материалдық-техникалық жабдықтаудағы олқылықтар, техникадағы қателіктер, экологиялық шарттардың бұзылуы, техникалық және сервистік факторлардың жетіспеушілігі, немқұрайлы еңбек. Тәуекел шараларының сақтандырылмауы
аймақтық деңгейінде	
Өндірістердің ұтымды орналасуы, бағалық және несиелік реттеу. Техникалық тұрғыда реттеу. Мониторинг тербелісі және қозғалыс тенденциясы. Ұтымды сақтандыру қорлары	Экономикалық тәуекелдің кездесуі. Баға, несие және салық саясатындағы қателіктер

бртұтас республика деңгейінде	
Сыртқы сауда. Мемлекеттік сақтандыру қорларының өнімдерін құру. Бағалық реттеу. Несиелік және дотациялық реттеу. Салық саясаты. Мемлекеттік тапсырысты тарату	Саяси дағдарыстар. Экономикалық дағдарыстар. Бағалық және қаржылай саясаттағы қателіктер (салық саясатын қоса алғанда). Елдің немесе оның айтарлықтай бөліктерінің тәуекелі жоғары аумақта орналасуы

Инновациялық процестерді белсендірудің бір жолы болып республика деңгейінде шағын кәсіпорындарының инновацияға бағытталған даму стратегиясын жасау болып табылады. Бұл егер біз нақты бір кәсіпорын емес, жалпы аймақты немесе экономиканың нақты секторының алдыңғы қатарлы сала туралы айтып отырсақ, өте қиын процесс. Аймақтың экономиканың инновациялық дамуын біз өндірістің ғылымды кең көлемде қажет ететін факторын кешенді түрде пайдаланумен байланыстырамыз. Ал бұл өз кезегінде ШОК секторының ішкі де, сыртқы да тұтыну нарығында жоғарғы бәсекелестікті қамтамасыз ету мақсатында техникалық-технологиялық, қаржылық-экономикалық және ұйымдастырушылық-басқару қызметін қамтамасыз етеді.

Шағын кәсіпкерлікті дамытудың инновациялық бағыттағы стратегиясының мақсаты — жаңа сапалы өнімдерді өндіруді тиімді түрде дамыту болып табылуы. Осы мақсатқа байланысты келесідей міндеттер анықталды: шағын кәсіпорын өнімдерінің шығымы мен сапасын арттыру, мемлекеттік қолдаудың арқасында өнім қауіпсіздігін қамтамасыз ету; шағын кәсіпкерлікті дамытуды қолдау; өнім өнімділігі мен өнімнің сапасын арттыру; шағын кәсіпкерлікпен айналысатындарды мемлекет тарапынан қолдау; ШОК үдемелі ғылыми және технологиялық дамуын қамтамасыз ету; қуаттылықты пайдалану деңгейінің техникалық жанаруының өсуін қамтамасыз ету мен кәсіпорындарды ДСҰ кіру жағдайына бейімдеу.

Әдебиеттер тізімі

- 1 Қазақстан Республикасының үдемелі индустриялық-инновациялық дамуының 2010–2014 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасы. — Астана, 2010. — [ӘР]. Қолжетімділік тәртібі: www.akorda.kz.
- 2 Қазақстанның индустриялық-технологиялық дамуы — біздің ортақ болашағымыз үшін. Қазақстан Республикасы Президентінің «Нұр Отан» партиясының кезектен тыс ХІІ- съезінде жасаған баяндамасы // Егемен Қазақстан. — 2009. — 16 мамыр.
- 3 Курнышева И. Условия инновационного развития // Экономист. — 2010. — № 7. — С. 9–18.
- 4 Кушлин В. Задачи экономического роста // Экономист. — 2011. — № 1. — С. 3–10.
- 5 Черковец В. Факторы обеспечения расширенного воспроизводства // Экономист. — 2010. — № 3. — С. 3–10.
- 6 Новицкий Н. Инновационный путь развития экономики // Экономист. — 2009. — № 6. — С. 34–41.
- 7 Шумпетер Й.А. Теория экономического развития: исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры. — М.: Прогресс, 1982. — 455 с.
- 8 Соловьева О.Л. Формирование рынка инновационных ресурсов. — М.: Интерконтакт – Наука, 2009. — 120 с.
- 9 Санто Б. Инновация как средство экономического развития / Пер. с венг. — М.: Прогресс, 1990. — С. 100.

Т.Б.Қазбеков, А.Г.Мусина

Основные направления развития предпринимательства на инновационной основе

В статье рассмотрены теоретические и практические проблемы развития предпринимательства на инновационной основе. В качестве инновационных форм предпринимательства предложены венчурные, концессиальные, лизинговые, франчайзинговые направления ведения бизнеса. Приведены факторы, сдерживающие развитие субъектов малого предпринимательства на инновационной основе. Предложены необходимые условия для развития субъектов инновационного предпринимательства. Проанализированы показатели инновационной активности отечественных предприятий.

Т.В.Казбеков, А.Г.Мусина

Main directions of development of entrepreneurship on innovative base

The theoretical and practical problems of entrepreneurship on innovative base are viewed in the article. Venture, concessional, leasing, franchising directions of doing business are suggested as innovative shapes of entrepreneurship. Analysed factors, which constrains development of subject's of small entrepreneurship on innovative base. For development of subject's of innovative entrepreneurship suggested required conditions. The indicators of innovative activity of domestic entrepreneurship are analysed.

References

- 1 *State program of forced industrially-innovative development of the Republic Kazakhstan on 2010–2014 years*, Astana, 2010, [ER]. Access mode: website www.akorda.kz
- 2 *Industrially-technological development of Kazakhstan — is for our total future Report of the President Republic Kazakhstan on 12 extraordinary congress of the «Nur Otan» party*, Independent Kazakhstan, 2009, may, 16.
- 3 Kurnysheva I. *Economist*, 2010, 7, p. 9–18.
- 4 Kushlin V. *Economist*, 2011, 1, p. 3–10.
- 5 Cherkovets V. *Economist*, 2010, 3, p. 3–10.
- 6 Novitskiy N. *Economist*, 2009, 6, p. 34–39.
- 7 Shumpeter I.A. *Theory of economical development: investigations entrepreneurship profit, capital, credit, percent and cycle of conjuncture*, Moscow: Progress, 1982, 455 p.
- 8 Solovyova O.L. *Formation of market of innovative resources*, Moscow: Intercontact-Science, 2009, 120 p.
- 9 Santo B. *Innovation as means of economical development. Transl. from hung.* Moscow: Progress, 1990, p. 100.

УДК 331. 101. 52

Е.Б.Романько, С.Ш.Мамбетова

*Карагандинский государственный университет им. Е.А. Букетова
(E-mail: romanko.55@mail.ru)*

Теория «длинных волн» и научно-технический прогресс

В статье отмечается, что в мировой экономической науке исследование циклического характера развития экономики получило значительное развитие. Подчеркивается, что в движении экономического цикла наблюдаются четыре последовательно проходящие фазы. Анализируется современная концепция больших циклов, или длинных волн, экономического роста. Доказывается, что данная концепция увязывает формирование и развитие циклов с закономерностями научно-технического прогресса. Делается попытка разработать методические основы планирования деятельности предприятий с учетом цикличности их развития.

Ключевые слова: длинные волны, цикличность, развитие, фазы, виды, научно-технический прогресс, планирование, переход, реализация.

Циклический характер развития экономики

Новые реалии казахстанской экономики побуждают к некоторому переосмыслению многих уже, казалось бы, вполне устоявшихся трактовок теоретических проблем. Одна из них — циклы и кризисы. Сегодня их объяснение освобождается от политизированных оценок, в частности, от однозначно негативного истолкования цикличности развития и ее последствий. Последнее все более рассматривается с позиций объективной неравномерности инвестиционного процесса, ставится в связь с протеканием не только малых циклов, но и так называемых длинных волн («волн Н.Д.Кондратьева»).

Экономический рост — это не плавный, равномерно совершающийся подъем. В движении общественного производства есть годы, когда рост общего объема производства происходит очень быстро, в другие годы — медленнее, иногда происходит даже спад. Регулярно повторяющиеся за определенный промежуток времени колебания в движении общественного производства означают «циклический» характер его развития [1; 214].

В движении экономического цикла наблюдаются четыре последовательно проходящие фазы — *кризис, депрессия, оживление и подъем* (рис. 1).

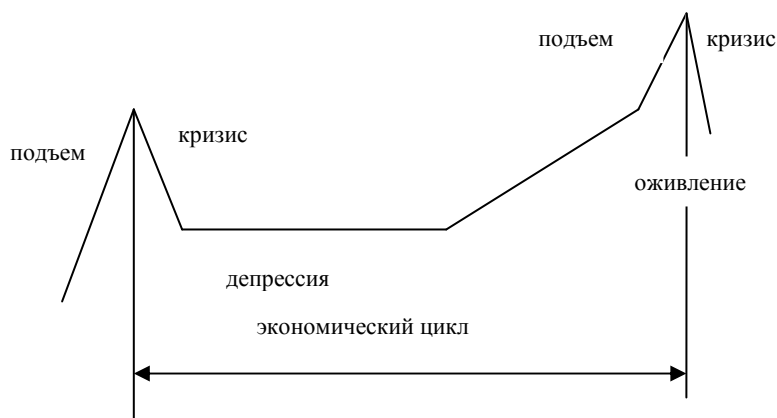


Рисунок 1. Фазы экономического цикла

Кризис — это нарушение равновесия в экономике, вызывающее снижение и приостановку производства, а в наиболее тяжелых случаях — даже разрушение производительных сил. Различают два типа кризисов производства — *кризис перепроизводства* и *кризис недопроизводства* товаров. Для рыночной экономики наиболее характерен кризис перепроизводства. Он проявляется в следующем.

Во-первых, вследствие превышения предложения товаров над спросом происходит резкое падение цен.

Во-вторых, возникает перепроизводство товаров по сравнению с платежеспособным спросом на них; в результате масса уже произведенных товаров не находит соответствующего сбыта.

В-третьих, резко сокращается объем производства, и это понятно: если не реализуются уже произведенные товары, то увеличение их производства в условиях падающих цен означало бы только нарастание убытков.

В-четвертых, как следствие, многие предприниматели оказываются не в состоянии платить по своим долговым обязательствам и терпят крах.

В-пятых, сокращение объема производства ведет к увеличению числа безработных, снижению жизненного уровня занятых и еще большему снижению спроса.

Наконец, в кризисное состояние втягивается кредитная система, так как возникает лихорадочная погоня за наличными денежными средствами. В этой ситуации предприниматели готовы платить все возрастающие проценты за кредит, но массовое изъятие вкладов лишает многие банки возможности вернуть вкладчикам деньги, тем более предоставить ссуды. Многие банки терпят крах. Одновременно падает курс ценных бумаг.

За кризисом следует депрессия, в течение которой постепенно расходуется избыток товаров (часть сбывается по низким ценам, часть портится). Реализация товаров возобновляется, падение цен прекращается. В период депрессии объем производства несколько увеличивается по сравнению с кризисным периодом. В то же время масса капиталов, не находя себе применения в промышленности и торговле, стекается в банки, что увеличивает предложение свободных денег. Но в условиях, когда спрос на них незначителен, норма ссудного процента падает до минимума.

Фазы оживления и подъема характеризуются ростом производства: на фазе оживления восстанавливается предкризисный объем промышленного производства, а во время подъема промышленная продукция уже превышает этот уровень, достигая нового максимума в пределах данного цикла.

На фазе подъема происходит быстрый рост производства, значительно повышаются товарные цены, сокращается безработица, растет спрос на ссудный капитал и повышается уровень ссудного процента. Цикл завершен, подготавливая условия нового перепроизводства, нового кризиса.

Основной фазой промышленного цикла является *кризис*, служащий исходным пунктом для следующих за ним фаз цикла (однако некоторые современные экономисты оценивают *кризис* и *бум* как поворотные точки цикла, а основными его фазами считают фазы *спада* и *оживления*).

Виды циклов

Циклы развития общественного производства можно классифицировать в соответствии с их продолжительностью. Следует выделить краткосрочные, среднесрочные и долгосрочные циклы [2–4].

Краткосрочные циклы — это колебания рыночной конъюнктуры, изменения соотношения *спрос — предложение* под влиянием сезонных и тому подобных факторов. Особенно наглядно такие циклы проявляются в сельскохозяйственном производстве, гостиничном и туристском бизнесе и т.д.

Среднесрочные циклы — это циклы воспроизводства основного капитала и соответствующего изменения рыночной конъюнктуры. Следует подчеркнуть, что характер изменения среднесрочных экономических циклов во многом зависит от того, какой фазе долгосрочного цикла они соответствуют.

Долгосрочные циклы, или *длинные волны*. Впервые понятие длинных волн было предложено русским ученым Н.Д. Кондратьевым в 20-е годы прошлого века. Он предположил, что в развитии экономики можно выделить последовательные периоды ускоренного и замедленного роста со средней продолжительностью около 50 лет. Н. Д. Кондратьев назвал их «длинными волнами». На основе большого эмпирического материала, содержащего данные за 140 лет, он выявил и проанализировал три цикла экономической конъюнктуры, содержащих *повышательные* и *понижательные* волны.

Таким образом, Кондратьев практически предсказал наступление Великой депрессии в Западных странах, а его теория позволяет объяснить углубление кризисов в 60-е и 70-е годы XX в. Он сделал определенные выводы.

1. В начале повышательной волны в хозяйственной жизни общества происходят значительные изменения, которые выражаются в глубоких изменениях техники и технологий, в изменениях условий денежного обращения, в усилении роли новых стран в мировой экономике.

2. В период повышательных волн происходит намного больше крупных социальных потрясений и переворотов, чем в период понижательных волн.

3. Понижательные волны сопровождаются длительной депрессией сельского хозяйства.

4. Среднесрочные экономические циклы, приходящиеся на понижательный период большого цикла, характеризуются длительностью и глубиной депрессий, краткостью и слабостью подъемов; среднесрочные циклы, приходящиеся на повышательный период, характеризуются обратными чертами.

Основные положения теории И.Д. Кондратьева противоречили существовавшему в то время в нашей стране представлениям о скорой гибели капитализма и поэтому не были признаны. Сам Н.Д. Кондратьев был репрессирован в 30-е годы. На Западе его идеи получили высокую оценку. Австрийский экономист Йозеф Шумпетер назвал долгосрочные циклы «циклами Кондратьева».

Волновая природа НТП

Колебания темпов экономического развития в рамках больших циклов конъюнктуры мирового хозяйства, именуемых циклами (волнами) Кондратьева, средней продолжительностью в полвека, связаны с волновой природой НТП [5; 118-120].

Волновая природа НТП обусловлена:

- чередованием периодов чистого накопления (формирования новых больших технологических систем и отставания среднего уровня применяемой техники от уровня, обеспечиваемого последними достижениями НТП) и периодов чистого расходования потенциала НТП (в форме приближения среднего уровня применяемой технологии к прогрессивному);
- преобладающим воздействием на темпы и пропорции экономического роста то технологической (ресурсосберегающей), то конструкторской (ресурсоемкой) ветвей НТП;
- сменой периодов замедления и ускорения роста инфраструктуры.

Циклический характер развития материально-технической базы производства сопровождается проциклическими изменениями в росте и распределении доходов, что еще более усиливает интенсивность колебаний темпов экономического роста.

Первая половина большого цикла связана с расходом ранее накопленного потенциала НТП. В начале цикла разница в эффективности техники, вводимой и выводимой из эксплуатации, особенно велика. Эта разница может сохраняться при дальнейшем совершенствовании новой техники, пока скорость расходования потенциала не превысит скорости его накопления. Высокая отдача от вложений в новейшую технику стимулирует повышение нормы капиталовложений и тем самым обеспечивает более быстрый переход на новый уровень техники, а следовательно, повышает темпы экономического развития.

Повышение нормы капиталовложений (следовательно, и улучшение конъюнктуры, поскольку при этом рост расходов опережает увеличение производства) в первой половине большого цикла связано также с интенсивным ростом производства новых товаров и услуг на базе новых технологических систем, с преобладанием конструкторской ресурсоемкой ветви НТП.

Наконец, первая половина большого цикла сопровождается опережающим ростом инфраструктуры, что также ведет к повышению нормы капиталовложений. Кардинальные (революционные) изменения в материально-технической базе экономики не ограничиваются обновлением парка машин и оборудования и требуют формирования соответствующей инфраструктуры.

Вторая половина длинного цикла характеризуется понижением нормы капиталовложений ввиду уменьшения отдачи на вложенный капитал, прежде всего, из-за уменьшения разницы в эффективности между уровнем вводимой в эксплуатацию техники и достигнутым средним уровнем техники за время интенсивного обновления капитала в первой половине цикла, а также из-за насыщения рынка. В результате темпы экономического развития снижаются. Однако процесс накопления потенциала НТП в этот период опережает процесс его расходования ввиду снижения нормы капиталовложений, т.е. вложений в процесс расходования потенциала НТП, и интенсификации работ по выявлению новых перспективных направлений техники, что находит отражение в увеличении числа нововведений.

Понижение нормы капиталовложений во второй половине цикла сопряжено также с переходом новых отраслей в фазу зрелости, с преобладанием технологической ресурсосберегающей ветви НТП. В частности, повышение норм безработицы в фазе спада большого цикла указывает на то, что среднегодовые значения темпа прироста производительности труда и темпа прироста численности рабочей силы превышают темп прироста выпуска продукции.

Вторая половина большого цикла характеризуется меньшей интенсивностью развития инфраструктуры при большем акценте на обновлении активной части основного капитала. Общая норма капиталовложений в большей степени сокращается за счет вложений в здания и сооружения, чем в машины и оборудование.

Процесс формирования и доведения до уровня высокой конкурентоспособности новых больших технологических систем, а также процесс их распространения (что составляет основу новых отраслей производства) требуют времени, исчисляемого десятилетиями. Интерес к поиску принципиально новых направлений в технике обостряется во второй половине большого цикла, когда снижается отдача от вложений в системы техники, достигшие фазы зрелости своего жизненного цикла.

Экономические условия для интенсивного распространения принципиально новых систем техники, доказавших свою высокую конкурентоспособность, складываются лишь после того, как затраты на инфраструктуру предыдущего поколения окупятся, а здания и сооружения в значительной мере износились в условиях низких норм вложений во второй половине большого цикла.

Переход к новому большому циклу связан с тем, что вложения в модернизацию основных фондов на прежней технической основе становятся все менее перспективными по сравнению с вложениями в принципиально новые системы техники.

Вопросы планирования деятельности предприятий с учетом цикличности их развития

Рассмотрим методические основы реализации подхода к планированию деятельности предприятий с учетом цикличности их развития.

Каждая фаза развития предприятия может быть охарактеризована совокупностью двух величин: направлением изменения показателя и ускорением (замедлением) темпов этого изменения. Поэтому изучение фактических значений данных величин по показателю обобщенной оценки динамики объема продаж в течение длительного (10–15 лет) периода времени позволит выявить временную характеристику эталонного цикла развития конкретного предприятия и определить место предприятия в

нем на момент разработки плана. Характеристики стадий и фаз цикла развития предприятия представлены в таблице.

Т а б л и ц а

Характеристики стадий и фаз цикла развития предприятия

Наименование стадии	Наименование фазы	Рост ("+")/падение ("-") объема продаж в натуральном измерении	Ускорение ("+")/замедление ("-") темпов изменения объема продаж в натуральном измерении
Рост	Оживление	+	+
	Подъем	+	-
Нестабильность	Нестабильность	-	+
Выживание	Выживание	-	-

С точки зрения внутрифирменного планирования важно не только определить, в какой фазе развития находится предприятие в данный момент, но и выяснить время возможного перехода к следующей фазе. Для этого формируются подсистемы лидирующих и отстающих показателей, на основе изучения динамики которых можно рассчитать интегральные лаги опережения и отставания относительно установленных временных границ стадий и фаз эталонного цикла. Знание интегрального лага лидирования в ходе процесса внутрифирменного планирования позволит с опережением, равным ему по величине, определить момент перехода предприятия к следующей стадии развития.

На каждой стадии своего развития предприятие имеет специфические задачи. Например, на стадии роста — максимальное использование благоприятной конъюнктуры; на стадии нестабильности — избежание омертвления запасов готовой продукции; на стадии выживания — предотвращение банкротства, привлечение дополнительного капитала для перевооружения или освоения новой продукции. Это обуславливает выбор соответствующих приоритетных показателей при внутрифирменном планировании. Состав приоритетных показателей зависит как от стадии или фазы цикла развития предприятия, так и от близости перехода к следующей стадии (фазе) развития. Переход от одних приоритетных показателей к другим можно осуществить на основе расчета интегрального лага лидирования, что позволит заранее, по перелому в специфических циклах лидирующих показателей предвидеть возможность смены стадии (фазы) цикла развития предприятия и переориентировать его деятельность в необходимом направлении.

Основные рекомендации по составу показателей, приоритетных для предприятий на разных стадиях, фазах цикла его развития, сводятся к следующему:

1. При формировании приоритетных показателей для предприятия, находящегося в фазе оживления стадии роста, необходимо учитывать, что она характеризуется динамичным ростом объема продаж, причем его темпы постоянно возрастают. Предприятие в первую очередь заинтересовано в неуклонном росте как объема продукции, так и ресурсного потенциала. Это приводит к необходимости рассмотрения в качестве приоритетных следующих показателей:

- характеризующие объем выпуска продукции (объем продаж и др.);
- характеризующие рост и эффективное использование ресурсного потенциала предприятия. К ним можно отнести показатели, характеризующие активы, загрузку производственных мощностей и др.

2. Однако чрезмерное увлечение показателями, характеризующими экстенсивный рост предприятия, может привести к отрыву от величины платежеспособного спроса и степени насыщения рынка. В свою очередь, это можно компенсировать, своевременно перейдя от приоритетных показателей, характерных для фазы оживления, к планированию приоритетных показателей, характерных для фазы подъема стадии роста.

Данная фаза характеризуется продолжающимся увеличением объема продаж, но все более медленными темпами. Следовательно, в этой фазе нельзя полностью отказаться от объемных показателей, но необходимо дополнить их показателями, сдерживающими чрезмерный, непродуманный рост, который в данной фазе может привести к финансовым потерям, и, заранее учитывая наличие жизненных циклов изделий и технологий, переориентировать деятельность предприятия на новые виды про-

дукции. Реализация изложенного выше достигается включением в число приоритетных показателей удельного веса расходов на НИОКР в объеме товарной продукции, коэффициента оборачиваемости товарно-материальных запасов, отношения объема реализованной продукции к стоимости готовой нереализованной продукции, коэффициента загрузки производственных мощностей, нормы балансовой прибыли на капитал, чистой рентабельности продаж и других.

3. Так как цикл развития предприятия — явление объективное, то за стадией роста следует стадия нестабильности, характеризующаяся падением объема продаж, причем с увеличивающейся скоростью. Если на данной стадии в качестве приоритетных продолжить использовать показатели, характерные для одной из фаз стадии роста, то это уже приведет не просто к финансовым потерям, а, возможно, и к финансовой неплатежеспособности, которая является предвестником банкротства. Поэтому на данной стадии происходит резкая переориентация планирования от преимущественного использования объемных показателей к преимущественному использованию показателей, характеризующих финансовую устойчивость и финансовую платежеспособность предприятия, так как именно временная неплатежеспособность может привести к банкротству. То есть необходимый объем продаж на стадии нестабильности является следствием заданного уровня платежеспособности и рассчитывается с учетом значения критического объема продаж.

4. Своевременный переход предприятия на планирование приоритетных показателей, характерных для стадии нестабильности, позволит ему более успешно и быстро преодолеть ее и перейти в своем развитии в стадию выживания, которая хотя и характеризуется продолжающимся падением объема продаж, однако темпы этого падения постепенно замедляются. Свойственные для данной стадии приоритетные показатели, помимо характеризующих финансовую платежеспособность, включают также показатели, характеризующие кредитоспособность предприятия, способность привлечь внимание к деятельности предприятия потенциальных инвесторов и партнеров (доходность акций, норма чистой прибыли на собственный капитал и др.). Априорное планирование уровней данных показателей позволит создать базу для перехода предприятия к новой стадии роста цикла своего развития.

Реализация подхода к планированию деятельности предприятий с учетом цикличности их развития позволяет сократить длительность их пребывания в стадиях нестабильности и выживания и увеличить длительность стадии роста, что, в свою очередь, способствует адаптации отечественных предприятий к рынку, их длительному стабильному функционированию.

Список литературы

- 1 Современная экономика. Общедоступный учебный курс. — Ростов н/Д.: Феникс, 1999. — 608 с.
- 2 Каренов Р.С., Каренов А.Р. Менеджмент технологий: Учеб. пособие. — Астана: Изд-во КазУЭФМТ, 2009. — 363 с.
- 3 Кондратьев Н.Д. Проблемы экономической динамики. — М.: Экономика, 1989. — 450 с.
- 4 Лукашевич И. Развитие идей Н.Д. Кондратьева в теориях длинных волн нововведений // Вопросы экономики. — 1992. — № 3. — С. 16–25.
- 5 Клинов В.Г. Научно-технический прогресс и большие циклы конъюнктуры мирового хозяйства // Проблемы прогнозирования. — 2003. — № 1. — С. 118–135.

Е.Б.Романько, С.Ш.Мамбетова

«Ұзақ толқындар» ілімі және ғылыми-техникалық прогресс

Мақалада әлемдік экономикалық ғылымда экономиканың циклды даму сипатын зерттеу едәуір дамығандығы айтылған. Экономикалық цикл қозғалысында тізбекті өтетін төрт фаза байқалатындығы көрсетілген. Экономикалық өсудің үлкен циклдарының немесе ұзын толқындарының заманауи тұжырымдамасы талданған. Аталмыш тұжырымдамада циклдардың қалыптасуы мен дамуын ғылыми-техникалық прогресс заңдылықтарымен ұштасатындығы дәлелденген. Кәсіпорындардың циклдық даму сипатын ескеріп, олардың қызметін жоспарлаудың әдістемелік негіздерін жасауға ұмтылыс сипатталған.

Ye.B.Roman'ko, S.Sh.Mambetova

The theory of «long waves» and the scientific and technical progress

It's noted that in the global economics study the cyclical nature of the economy has developed significantly. It's emphasized that in the motion of the economic cycle there are four sequentially passing phase. It analyzes the modern concept of large cycles or long waves of economic growth. It prove that this concept links the formation and development cycles with the laws of scientific and technical progress. An attempt is made to develop a methodical basis for planning the activities of enterprises with the cyclicity of their development.

References

- 1 *The modern economy. Public training course*, Rostov-on-Don: Publisher: «Phoenix», 1999, 608 p.
- 2 Karenov R.S., Karenov A.R. *Management of Technology: Tutorial*, Astana KazUEFMT Publishing, 2009, 363 p.
- 3 Kondratiev N.D. *The problems of economic dynamics*, Moscow: Economics, 1989, 450 p.
- 4 Lukashevich I. *Economic Issues*, 1992, 3, p. 16–25.
- 5 Klinov V.G. *Forecasting problems*, 2003, 1, p. 118–135.

УДК 33 : 59

Р.С.Каренов

*Карагандинский государственный университет им. Е.А.Букетова
(E-mail: rkarenov@inbox.ru)*

Задачи планирования на основе модели Леонтьева и построение экономико-математической модели МОБ

В статье подчеркивается, что балансовые модели, как статистические, так и динамические, широко применяются при экономико-математическом моделировании экономических систем и процессов. Доказывается, что в основе создания этих моделей лежит балансовый метод, т.е. метод взаимного сопоставления имеющихся материальных, трудовых и финансовых ресурсов и потребностей в них. Обосновывается, что важнейшими видами балансовых моделей являются частные материальные, трудовые и финансовые балансы для народного хозяйства и отдельных отраслей, а также межотраслевые балансы производства и распределения совокупного общественного продукта в стоимостном выражении. Отмечается, что основу информационного обеспечения модели межотраслевого баланса составляет технологическая матрица, содержащая коэффициенты прямых материальных затрат на производство единицы продукции. Делается вывод, что эта матрица является также основой экономико-математической модели межотраслевого баланса. Рассматриваются вычислительные аспекты решения задач на основе модели межотраслевого баланса.

Ключевые слова: планирование, стратегические цели, модель, балансовый метод, межотраслевой баланс, таблица, матричные модели, построение, матрица, решение.

Планирование развития предприятия и планирование действующего производства

Одной из основных функций управления фирмами является планирование. Планирование — деятельность по подготовке управленческих решений.

На уровне предприятия методы планирования классифицируют по ряду признаков, к числу основных из которых относятся:

- а) временной признак;
- б) направление хозяйственной деятельности;
- в) технологический этап производственной деятельности.

Сочетания значений перечисленных признаков на рисунке 1 указывают на необходимость наличия, как минимум, 72 алгоритмов, обеспечивающих процесс планирования в фирме [1; 60].

Совокупность этих алгоритмов (правил планирования) часто представляют в форме двух тесно взаимосвязанных подсистем:

- планирование развития предприятия (бизнеса);
- планирование действующего производства.

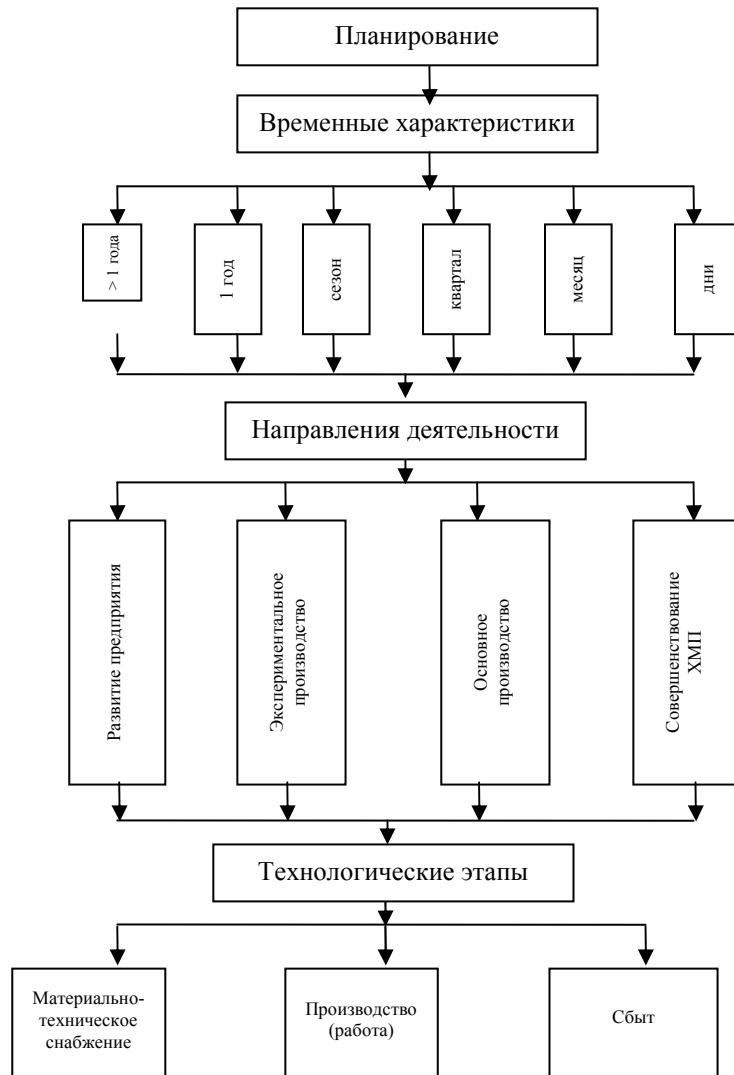


Рисунок 1. Структура системы планирования фирмы
(данные работы [1; 61])

Планирование развития предприятия состоит из разработки стратегической концепции развития предприятия и разработки стратегического плана его развития.

При долгосрочном планировании используется иерархия целей и задач, приоритет которых может существенно отличаться для различных предприятий. В таблице 1 приведен пример приоритетов различных, наиболее часто встречающихся целей долгосрочных планов, используемых фирмами США, Японии и Великобритании.

Анализ таблицы 1 показывает, что во всех приведенных случаях наиболее важными целями долгосрочного плана являются объем продаж, рост, прибыль и доля на рынке. Наибольшее распространение в качестве показателей роста имеет объем продаж, в силу того, что он отражает объем ресурсов, перерабатываемых фирмой, и является признанным показателем ее престижа на рынке.

**Примеры приоритетов долгосрочных целей фирм
США, Японии, Великобритании**

Номер приоритета	Цели	Приоритет (% от общего числа респондентов)		
		США	Япония	Великобритания
1	Объем продаж	4 (63)	1 (88)	4 (51)
2	Темп роста	3 (65)	3 (64)	1–2 (59)
3	Прибыль (размер прибыли)	6–7 (57)	2 (87)	3(53)
4	Норма прибыли на капитал	8–9 (52)	8 (42)	1–2 (53)
5	Структура капитала	1 (71)	12 (32)	8 (41)
6	Базовые цели роста	2 (70)	6 (50)	6 (49)
7	Базовые цели извлечения прибыли	5 (61)	5 (51)	7 (47)
8	Доход на одну акцию	8–9 (53)	15 (18)	9–10 (37)
9	Дивиденды	12 (39)	7 (4)	12 (30)
10	Доля рынка	10 (48)	9 (41)	5 (50)
11	Рентабельность продаж	11 (44)	4 (61)	9–10 (37)
12	Рентабельность акционерного капитала	6–7 (57)	13 (27)	13 (18)

Примечание — данные работы [2; 268]

Используемые (разрабатываемые) стратегические цели можно разделить [2; 268]:

- во-первых, на базовые и оперативные. Базовые цели определяют содержание долгосрочных планов, а оперативные — содержание среднесрочных и краткосрочных планов;
- во-вторых, на цели системы и цели участников. Целями системы применительно к таблице 1 являются рост продаж, прибыли и устойчивость. Целями участников могут быть: поддержание на определенном уровне занятости, уровень дивидендов и другие.

Составление двух планов стратегического развития компании (долгосрочного и среднесрочного) получило большую популярность в Японии. Однако сегодня такой подход воспринимается и используется ведущими фирмами практически во всех рыночно ориентированных странах.

Процесс планирования развития предприятия обеспечивается утвержденной генеральным директором фирмы системой правил (методик), действие которых не должно пересматриваться на протяжении достаточно долгого периода времени (два-три года) и которые регламентируют решение вопросов:

- прогнозирования перспективных условий функционирования фирмы как бизнеса;
- оценки и целесообразности изменения правовой формы фирмы;
- оценки стоимости и эффективности фирмы как бизнеса;
- определения условий диверсификации (изменения направления) деятельности фирмы;
- определения стратегической концепции (целеполагания) развития предприятия, важнейшей составной частью которой должна являться стратегическая доктрина развития действующего производства;
- оценки и выбора наиболее эффективных бизнес-проектов развития действующего производства.

Планирование действующего производства, в свою очередь, делится на [1; 65]:

а) календарное планирование, которое состоит из разработки годовых, сезонных, квартальных и месячных планов производства;

б) оперативное планирование, которое обеспечивает разработку плановых заданий производственным подразделениям на неделю, день, смену.

Исходя из сказанного систему планирования фирмы можно рассматривать так, как это представлено на рисунке 2, где выделены перечисленные выше уровни планирования:

- уровень 1 — планирование развития предприятия как бизнеса;
- уровень 2 — календарное планирование производства;
- уровень 3 — оперативное планирование производства.

Темными прямоугольниками на рисунке обозначены основные выходные документы, результирующие комплекс работ соответствующего уровня планирования, светлыми прямоугольниками комплексы работ, стрелками — логика и последовательность взаимосвязи работ.

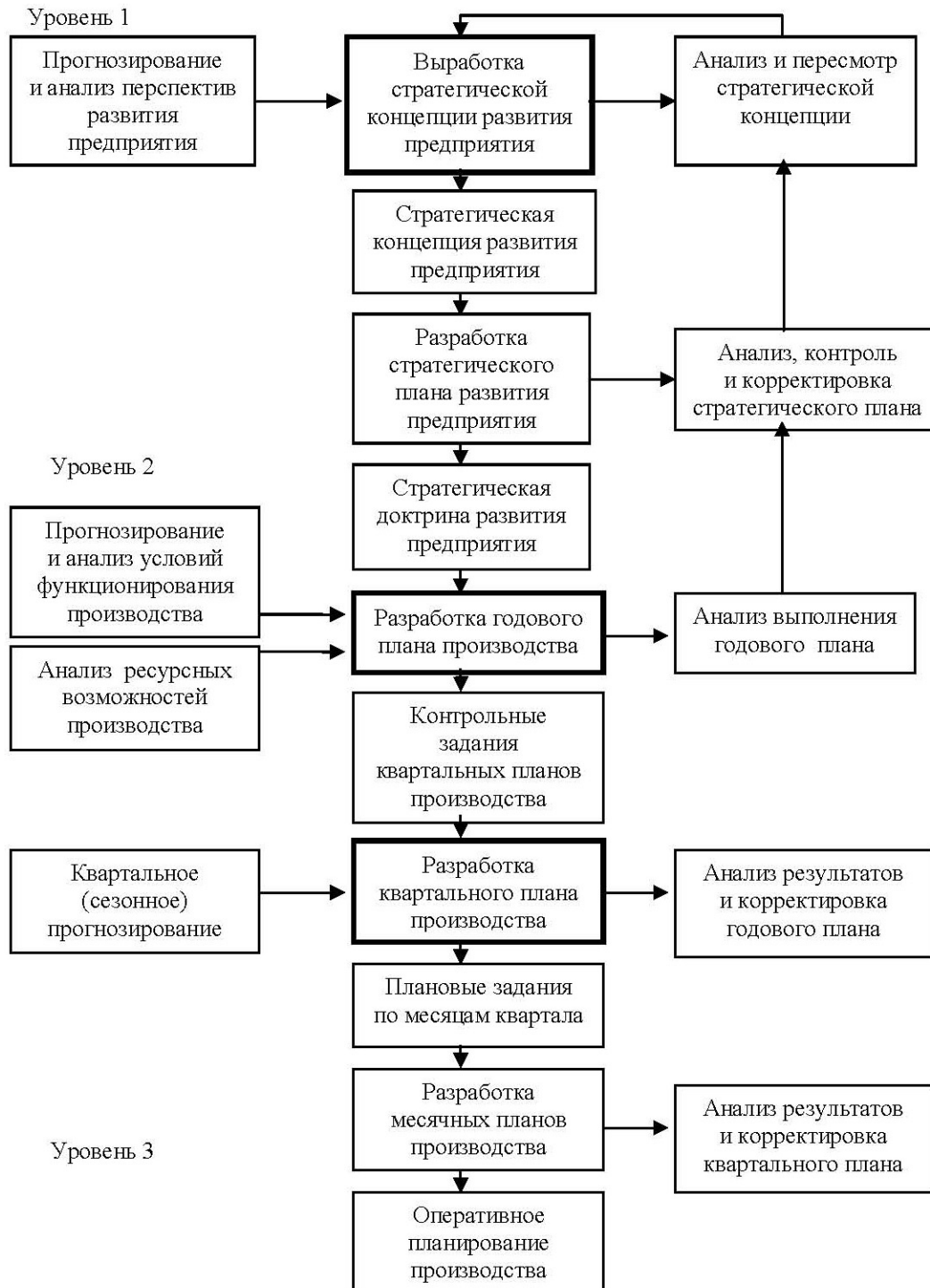


Рисунок 2. Схема планирования фирмы (данные работы [1; 66])

В основе классификации видов планирования по уровням на рисунке 2 лежит временной признак. Уровень первый — это долгосрочное планирование (от 2–3 лет и свыше), уровень второй – календарное планирование (год, сезон, квартал, месяц), уровень третий — оперативное планирование (смена, день, неделя).

*Использование линейной модели баланса
в многоотраслевой экономике при планировании*

На всех этапах планирования широко применяются экономико-математические модели.

Так, в многоотраслевой экономике при планировании используется линейная модель баланса (*input — output model intersectoral balance*), в которой учитывается двойственность отраслей как производителей и одновременно потребителей своей продукции и продукции, вырабатываемой другими отраслями.

На основе такой линейной модели, называемой моделью Леонтьева (так называемая балансовая модель), можно делать расчеты различных вариантов планового баланса, исходя из заданного количества конечного продукта общественного производства. Выбор наиболее подходящего варианта из возможных модификаций развития на плановый (прогнозный) период позволяет оптимизировать план [3; 120].

Необходимо отметить, что в основе создания балансовых моделей лежит балансовый метод, т.е. взаимное сопоставление имеющихся материальных, трудовых и финансовых ресурсов и потребностей в них. Если описывать экономическую систему в целом, то под балансовой моделью понимается система уравнений, каждое из которых выражает требование баланса между производимым отдельными экономическими объектами количеством продукции и совокупной потребностью в этой продукции. При таком подходе рассматриваемая система состоит из экономических объектов, каждый из которых выпускает некоторый продукт, одна часть которого потребляется другими объектами системы, а другая выводится за пределы системы в качестве ее конечного продукта. Если вместо понятия «продукт» ввести более общее понятие «ресурс», то под балансовой моделью следует понимать систему уравнений, которые удовлетворяют требованию соответствия наличия ресурса и его использования.

Кроме приведенного ранее требования соответствия производства каждого продукта и потребности в нем, можно указать такие примеры балансового соответствия, как соответствие наличия рабочей силы и количества рабочих мест, платежеспособного спроса населения и предложения товаров и услуг и т.д. При этом соответствие понимается либо как равенство, либо — менее жестко — как достаточность ресурсов для покрытия потребности и, следовательно, наличие некоторого резерва. Важнейшими видами балансовых моделей являются, во-первых, частные материальные, трудовые и финансовые балансы для народного хозяйства и отдельных отраслей, во-вторых, межотраслевые балансы [4; 52].

Таким образом, в основе плановых расчетов показателей развития отраслей народного хозяйства лежит система сводных народнохозяйственных и частных материальных и стоимостных балансов. Их разработка дает возможность составлять внутренние непротиворечивые планы производства и распределения продукции.

Аналогичное положение и с рабочей силой, денежными средствами, услугами.

Одной из важнейших задач планирования является предупреждение возникновения диспропорций в развитии отраслей народного хозяйства. А это основано на выявлении определенных правильных и сбалансированных пропорций их развития.

Межотраслевой баланс производства и распределения продукции является результатом развития балансового метода анализа и планирования народного хозяйства. Межотраслевой баланс позволяет проверить сбалансированность народнохозяйственного плана, соблюдение установленных пропорций развития различных отраслей народного хозяйства, а также межотраслевых и внутриотраслевых пропорций [5; 39].

Кстати, с переходом к рыночной экономике в странах, в том числе нашей, остаются задачи регулирования экономики на основе общехозяйственных программ, в частности общенациональных проектов, которые вписываются в линейную модель межотраслевого баланса. Общегосударственное планирование отражает предпочтительные варианты развития общественного производства и стратегические концепции социально-экономической политики страны. Такое планирование носит индикативный, т.е. рекомендательный характер, при котором показатели программ и баланса представляют собой, скорее, общие ориентиры, чем плановые задания, даже для государственных органов, не говоря уже о частных фирмах и концернах.

Впервые в бывшем Советском Союзе стали исследоваться отраслевые связи и с 1926 г. публиковаться таблицы межотраслевого баланса (МОБ).

Математическая теория межотраслевого баланса была разработана позднее (1936 г.) Нобелевским лауреатом Василием Леонтьевым (американским экономистом русского происхождения). В целом эта работа В.В. Леонтьева высоко оценена во всем мире. Только перечень его титулов и наград составляет несколько страниц. Он почетный доктор более десятка университетов, в том числе Парижского (Сорбонны), Пенсильванского, Брюссельского, Ланкастерского, Йоркского, Тулузского, Будапештского им. Карла Маркса. В числе его наград орден Херувима (Италия), орден Почетного легиона (Франция), орден Восходящего солнца (Япония), Французский орден искусства и литературы. В активе выдающегося экономиста десятки различных премий. Вершиной оценки его заслуг является Нобелевская премия по экономике, которая присуждена ему в 1973 г. за разработку метода «затраты — выпуск» и за его применение при решении важных экономических проблем [6; 6].

На сегодняшний день в различных экономических районах Республики Казахстан практикуется составление модификаций межотраслевого баланса, в том числе балансов материальных, стоимостных и трудовых ресурсов. Кстати макромодели, разработанные в странах бывшего СССР, в современных условиях могут найти лишь ограниченное использование, в силу того, что они отражают условия централизованной экономики. Что касается зарубежных разработок по макроэкономическому моделированию, то они, как правило, базируются на регрессионных методах и находят активное применение в условиях развитой рыночной экономики, отличающейся стабильностью экономических процессов и наличием длительных рядов сопоставимых статистических данных. Особые условия переходной экономики, характеризующиеся отсутствием устойчивой динамики, а также наличием весьма узкой информационной базы в силу перехода национальной статистики на принятую в международной практике систему национальных счетов, предопределили рост актуальности группы детерминированных моделей: модели межотраслевого баланса в системе национальных счетов, имитационные балансовые модели. В условиях нестабильной экономики значительно возрастает роль методов, позволяющих прогнозировать поворотные точки цикла — метод экономических индикаторов и индексов, а также экспертных методов прогнозирования.

Пример упрощенной таблицы межотраслевого баланса

Таблица межотраслевого баланса описывает потоки товаров и услуг между всеми секторами народного хозяйства в течение фиксированного периода времени, скажем года. Упрощенный пример такой таблицы, описывающей трехсекторную экономику, представляет таблица 2.

Т а б л и ц а 2

Упрощенная таблица межотраслевого баланса трехсекторной экономики

В \ Из	Сектор 1	Сектор 2	Сектор 3	Общий выпуск
	Сельское хозяйство	Промышленность	Домашнее хозяйство	
Сектор 1 Сельское хозяйство	25	20	55	100 бушелей зерна
Сектор 2 Промышленность	14	6	30	50 ярдов ткани
Сектор 3 Домашнее хозяйство	80	180	40	300 человеко-лет труда

Примечание. Используются данные работы [7; 23].

Как видим, этими тремя секторами являются сельское хозяйство, совокупный годовой продукт которого составляет 100 бушелей пшеницы; промышленность, производящая 50 ярдов ткани, и сектор домашних хозяйств, который предлагает 300 человеко-лет труда. Девять (3x3) чисел, составляющих основное содержание таблицы, характеризуют межсекторные потоки. Из 100 бушелей продуктов, производимых сельскохозяйственным сектором, 25 бушелей используются внутри него самого, 20 поставляются промышленности и поглощаются ею в качестве одного из ресурсов и 55 бушелей потребляются

в секторе домашних хозяйств. Вторая и третья строки таблицы аналогичным образом описывают распределение продукции двух других секторов.

Числа в каждом столбце таблицы описывают структуру затрат соответствующего сектора. Чтобы произвести 100 бушелей своего совокупного продукта, сельское хозяйство потребляет 25 бушелей своего собственного продукта, 14 ярдов продукции промышленности и 80 человеко-лет труда из сектора домашних хозяйств. Чтобы произвести 50 ярдов своего совокупного продукта, сектор промышленности должен получить и использовать 20 бушелей сельскохозяйственной и 6 ярдов своей собственной (т.е. промышленной) продукции, а также 180 человеко-лет труда из сектора домашних хозяйств. В свою очередь, сектор домашних хозяйств расходует доход, полученный за предложение 300 человеко-лет труда для оплаты потребления 55 бушелей сельскохозяйственных и 30 ярдов промышленных товаров, а также 40 человеко-лет непосредственных затрат труда.

Таблицы межотраслевого баланса и счета национального дохода

Хотя межсекторные потоки, представленные в таблице межотраслевого баланса, в принципе можно считать измеренными в физических единицах, на практике большинство таблиц составляется в стоимостных показателях. Таблица 3 представляет собой перевод таблицы 2 в стоимостные показатели, т.е. в обсуждаемом нами примере единицей измерения объемов товаров и услуг является их стоимость, показывая следующее потребление продукции:

- сельского хозяйства (200 денежных единиц) для своих нужд (50 ед.), в промышленности (40 ед.) и в домашних хозяйствах (110 ед.);
- промышленности (250 ед.) внутри этого сектора (30 ед.), в сельском хозяйстве (70 ед.) и в домашних хозяйствах (150 ед.);
- домашних хозяйств (300 ед.) внутри самого этого сектора (40 ед.), в промышленности (180 ед.) и в сельском хозяйстве (80 ед.).

Эти данные сводятся в таблицу межотраслевого баланса (табл. 3).

Т а б л и ц а 3

Упрощенная таблица МОБ, выраженная в стоимостных показателях

Производство	Сельское хозяйство	Промышленность	Домашние хозяйства	Общий выпуск
Сельское хозяйство	50	40	ПО	200
Промышленность	70	30	150	250
Домашние хозяйства	80	180	40	300
Затраты	200	250	300	-

Числа в строках таблицы показывают распределение продукции, произведенной в каждом секторе. В последних клетках строк (в крайнем правом столбце) — объем произведенной в секторах продукции, т.е. общий выпуск.

Данные в столбцах показывают продукцию, потребляемую в процессе производства секторами, в нижней строке — суммарные затраты секторов.

Здесь все секторы производящие, и они же потребляют всю продукцию. Это замкнутая модель межотраслевых связей. В ней затраты секторов (суммы столбцов) равны объемам произведенной продукции — суммам строк.

Таблица межотраслевого баланса описывает потоки товаров и услуг между секторами экономики в течение промежутка времени, например года. Таблицу МОБ, выраженную в стоимостных показателях, можно интерпретировать как систему национальных счетов (СНС).

В настоящее время таблицы МОБ на национальном уровне составляются примерно в 80 странах мира. В последнее время было составлено много межотраслевых балансов на уровне регионов и крупных городов. Число секторов, которые описывают экономическую систему, в последние годы существенно увеличилось. Некоторые из наиболее детализированных таблиц описывают национальную экономику в разрезе 500–600 отдельных секторов.

Матричное представление межотраслевого баланса

Балансовые модели строятся в виде числовых матриц — прямоугольных таблиц чисел. В связи с этим балансовые модели относятся к тому типу экономико-математических моделей, которые назы-

ваются матричными. В матричных моделях балансовый метод получает строгое математическое выражение [8; 15–17]:

1. Матричные модели представляют собой модели, представленные в виде таблиц (матриц). Эти модели находят широкое применение при решении плановых и экономических задач, обработке больших массивов информации.

2. Операции над матрицами изучаются в матричной алгебре, или алгебре матриц. Методы матричной алгебры применяются в нормативных экономико-математических моделях, во многих разделах математической статистики, линейном программировании. Операции с матрицами не слишком громоздки. Матричную алгебру во многих случаях ценят именно за краткость, простоту и ясность.

3. Числа или другие величины, необходимые для решения задач с помощью матричного моделирования, представляются в виде специальных таблиц или массивов чисел.

Матрица — это прямоугольная таблица чисел или других величин. Чаще других в матрицах используются действительные числа (положительные, отрицательные или нули).

Пусть три инструментальных завода страны выпустили в 2013 г. продукцию трех наименований в определенном количестве, штук:

Наименование продукции	Завод № 1	Завод № 2	Завод № 3
Фрезы.....	500	800	600
Сверла.....	400	700	300
Метчики.....	200	900	100

Эти данные можно записать в форме массива чисел:

$$\begin{pmatrix} 500 & 800 & 600 \\ 400 & 700 & 300 \\ 200 & 900 & 100 \end{pmatrix}$$

Содержательное значение каждой величины этого массива определяется ее местом в общем массиве. Например, число 600 говорит о том, что завод № 3 выпустил в 2013 г. 600 фрез.

Записанный в круглых скобках массив чисел представляет собой матрицу. Такая форма записи чисел является весьма удобной для математической обработки.

4. Коэффициенты при неизвестных системы линейных уравнений также могут быть выделены в отдельную матрицу. Например, для системы уравнений

$$\begin{cases} 3x - 5y + z = 14 \\ x + 3y - 7z = -22 \\ 2x + y - 3z = -6 \end{cases}$$

матрица коэффициентов будет иметь вид

$$\begin{pmatrix} 3 & -5 & 1 \\ 1 & 3 & -7 \\ 2 & 1 & -3 \end{pmatrix}$$

5. Матрицы коэффициентов — инструмент решения задач линейного программирования. Любое число такого массива называется элементом матрицы. Ряд чисел, расположенных в матрице горизонтально, называется *строкой* матрицы, вертикально — *столбцом*.

Количество строк в матрице обозначается обычно m , количество столбцов — n . Когда в матрице число строк равно числу столбцов, т.е. $m = n$, то такая матрица называется *квадратной*. Общие размеры матрицы определяются количеством строк и столбцов. Размерность матрицы определяется произведением $m \times n$. Это произведение определяет общее число элементов в матрице. Размеры квадратной матрицы определяются величиной m , которая называется ее порядком.

Массив чисел как единое целое, т.е. матрицу, обычно обозначают прописной (большой) буквой, чаще других — A .

6. Для обозначения элементов матрицы необходима гибкая система. Число букв любого алфавита может оказаться недостаточным, потому что матрица может включать сотни и даже тысячи элементов. Наиболее приемлемой системой является буквенное обозначение чисел с использованием

индексов. Если матрица обозначается прописной буквой, например A , то ее элемент — той же строчной (маленькой) буквой с индексами, например a_{ij} , где a — число, i — индекс строки, j — индекс столбца.

Индексы определяют место элемента матрицы в общем массиве чисел. Индекс строки всегда проставляется первым. Так как количество строк в матрице равно m , а количество столбцов — n , то, следовательно, индексы строк принимают целые значения от 1 до m , а индексы столбцов — от 1 до n . Если, например, количество строк в матрице 5, то их индекс (i) будет иметь значения: 1, 2, 3, 4, 5. Если количество столбцов равно 3, то индекс j будет иметь значения: 1, 2, 3.

Матричную структуру имеют межотраслевой и межрайонный балансы производства и распределения продукции в народном хозяйстве, модели развития отраслей, межотраслевые балансы производства и распределения продукции отдельных регионов. Несмотря на специфику этих моделей, их объединяет не только общий формальный (матричный) принцип построения и единство системы расчетов, но и аналогичность ряда экономических характеристик. Это позволяет рассматривать структуру, содержание и основные зависимости матричных моделей на примере одной из них, а именно на примере межотраслевого баланса производства и распределения продукции в народном хозяйстве. Данный баланс отражает производство и распределение общественного продукта в отраслевом разрезе, межотраслевые производственные связи, использование материальных и трудовых ресурсов, создание и распределение национального дохода.

Рассмотренные нами выше табличные данные можно описать и проанализировать методами матричной алгебры.

Строки таблицы (матрицы) с производящими секторами имеют номера от $i = 1$ до $i = n$, где n — количество производящих секторов. Столбцы таблицы (матрицы) с потребляющими секторами нумеруются от $j = 1$ до $j = n$, где n — количество потребляющих секторов, т.е. матрица является квадратной.

Адрес каждой клетки таблицы (матрицы) межотраслевого баланса состоит из номера строки и столбца.

Стоимость товара и услуг, производимых в секторе i и потребляемых в секторе j , обозначается b_{ij} . Стоимости продукции: сельского хозяйства, потребляемой в самом сельском хозяйстве, $b_{11} = 50$, промышленности, потребляемой в сельском хозяйстве, $b_{21} = 70$ и т.д. Вся матрица (табл.) межотраслевого баланса обозначается $B = \{b_{ij}\}_{i,j=1}^n$.

Баланс между совокупным выпуском и затратами в каждом секторе удовлетворяет системе уравнений

$$\sum_{j=1}^n b_{kj} = \sum_{i=1}^n b_{ik}, \quad k = 1, 2, \dots, n.$$

Матрица межотраслевого баланса такого типа называется матрицей замкнутой модели «затраты — выпуск» Леонтьева, впервые описавшего ее в 1936 г.

Построение математической модели межотраслевого баланса

В открытой системе вся произведенная продукция (совокупный продукт) разделяется на две части:

- а) одна (промежуточный продукт) расходуется в производящих секторах;
- б) другая (конечный продукт или конечный спрос) потребляется вне сферы материального производства — в секторе конечного спроса.

В качестве упрощенного примера в таблице 4 приведен стоимостный межотраслевой баланс для открытой экономической системы с четырьмя секторами — производственными (промышленность, сельское хозяйство, транспорт) и конечного спроса (домашние хозяйства).

Таблица упрощенного примера стоимостного межотраслевого баланса в открытой экономической системе (цифры условные)

Производство	Сельское хозяйство	Промышленность	Транспорт	Конечный спрос	Общий выпуск
Сельское хозяйство	50	16	120	60	246
Промышленность	30	10	180	100	320
Транспорт	15	14	140	80	249

В модели, описывающей экономику страны, сумма платежей производственных секторов в сектор конечного спроса образует национальный доход.

Для построения математической модели межотраслевого баланса вводятся следующие обозначения: x_i — объем выпуска в i -м секторе (стоимость товаров и услуг, произведенных в одном из n производящих секторов), $i=1, 2, \dots, n$; b_{ij} — стоимость продукта, производимого в секторе i и потребляемого в секторе j ; y_i — конечный продукт i -го сектора, т.е. объем продукции i -го сектора, расходуемый в секторе конечного спроса; $a_{ij} = b_{ij} / x_j$ — количество продукции i -го сектора, идущее на производство единицы продукции j -го сектора (это коэффициенты прямых затрат, именуемые еще технологическими коэффициентами).

В открытой системе межотраслевой баланс сводится к равенству объема выпуска каждого производящего сектора суммарному объему его продукции, потребляемой производственными секторами и сектором конечного спроса:

$$x_i = \sum_{j=1}^n b_{ij} + y_i, i = 1, 2, \dots, n.$$

Те же уравнения выражаются через коэффициенты прямых затрат:

$$x_i = \sum_{j=1}^n a_{ij} x_j + y_i, i = 1, 2, \dots, n,$$

$$\text{или } x_i - \sum_{j=1}^n a_{ij} x_j = y_i, i = 1, 2, \dots, n. \quad (1)$$

Уравнения (1) интерпретируются как поступления в сектор конечного спроса от каждого производственного сектора части произведенной продукции, остающейся после удовлетворения потребностей производящих секторов.

Уравнения баланса в матричной форме

Для матричного представления уравнения баланса вводятся обозначения:

- X — вектор выпускаемой продукции с компонентами x_1, x_2, \dots, x_n ;
- Y — вектор спроса (конечного продукта) с компонентами y_1, y_2, \dots, y_n ;
- A — структурная матрица экономики (матрица прямых затрат, или технологическая матрица) с элементами (коэффициентами прямых затрат) a_{ij} ;
- E — единичная матрица с основным свойством $EX = XE = X$, которая имеет вид

$$E = \begin{pmatrix} 1 & 0 & \dots & 0 \\ 0 & 1 & \dots & 0 \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ 0 & 0 & \dots & 1 \end{pmatrix}$$

Уравнение баланса в матричной форме выражается как

$$(E - A)X = Y.$$

Одна из задач состоит в том, чтобы для структурной матрицы в условиях баланса определить совокупный выпуск, удовлетворяющий заданный спрос. Предполагается, что:

К числу таких упрощений прежде всего следует отнести то, что в статических межотраслевых моделях не анализируются распределение, использование и производственная эффективность капитальных вложений. Капиталовложения вынесены из сферы производства в сферу конечного использования вместе с предметами потребления и непродовольственными затратами, т.е. включены в конечный продукт.

В отличие от статических динамические модели призваны отразить не состояние, а процесс развития экономики, установить непосредственную взаимосвязь между предыдущими и последующими этапами развития и тем самым приблизить анализ на основе экономико-математической модели к реальным условиям развития экономической системы [9; 254, 255].

Обычно в рассматриваемой динамической модели, являющейся развитием статической межотраслевой модели, производственные капитальные вложения выделяются из состава конечной продукции, исследуются их структура и влияние на рост объема производства. В основе построения модели в виде динамической системы уравнений лежит математическая зависимость между величиной капитальных вложений и приростом продукции. Решение системы, как и в случае статической модели, приводит к определению уровней производства, но в динамическом варианте, в отличие от статического, эти искомые уровни зависят от объемов производства в предшествующих периодах.

Список литературы

- 1 Монахов А.В. Математические методы анализа экономики. — СПб.: Питер, 2002. — 176 с.
- 2 Гончаров В.И. Менеджмент: Учеб. пособие. — Минск: Мисанта, 2003. — 624 с.
- 3 Каплан А.В., Каплан В.Е., Мащенко М.В., Овечкина Е.В. Решение оптимизационных задач в экономике: Учеб. пособие. — Ростов-н/Д.: Феникс, 2007. — 541 с.
- 4 Федосеев В.В., Эриаивили Н.Д. Экономико-математические методы и модели в маркетинге: Учеб. пособие. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. — 159 с.
- 5 Карсеев А.И., Кремер Н.Ш., Савельева Т.И. Математические методы и модели в планировании: Учеб. пособие. — М.: Экономика, 1987. — 240 с.
- 6 Леонтьев В. Экономические эссе. Теории, исследования, факты и политика: Пер. с англ. — М.: Политика, 1990. — 415 с.
- 7 Леонтьев В.В. Межотраслевая экономика: Пер. с англ. — М.: Экономика, 1997. — 479 с.
- 8 Ларионов А.И., Юрченко Т.И. Экономико-математические методы в планировании: Учебник. — М.: Высш. шк., 1984. — 224 с.
- 9 Федосеев В.В., Гармаш А.Н., Дайитбегов Д.М. и др. Экономико-математические методы и прикладные модели: Учеб. пособие. — М.: ЮНИТИ, 1999. — 391 с.

Р.С.Каренов

Леонтьев үлгісі негізіндегі жоспарлау міндеттері және салааралық теңгерілімнің экономикалық-математикалық үлгісін құру

Мақалада теңгерілімдік үлгілер статистикалық, сондай-ақ серпінді үлгілер секілді экономикалық жүйелер мен үдерістерді экономикалық-математикалық үлгілер жасауда кең қолданылатындығы айтылған. Бұл үлгілердің негізінде теңгерілімдік тәсіл, яғни қолда бар материалдық, еңбек және қаржылық ресурстарды және оларға қажеттіліктерді өзара салыстыру тәсілдері жататындығы дәлелденген. Теңгерілімдік үлгілердің аса маңызды түрлері ретінде халық шаруашылығы және жеке салалар үшін арналған жекелеген материалдық, еңбек және қаржылық теңгерілімдер, сондай-ақ ақшалай көріністегі жиынтық қоғамдық өнімнің өндірісі мен бөлінуінің салааралық теңгерілімдері алынатындағы негізделген. Салааралық теңгерілімнің ақпараттық қамтамасыз етілу негізін бірлік өнім өндіруге жұмсалатын тікелей материалдық шығындар коэффициентін қамтитын технологиялық матрица құрайтындығы айтылған. Бұл матрица салааралық теңгерілімнің экономикалық-математикалық негізін құрайтындығы туралы қорытынды жасалған. Салааралық теңгерілім үлгісінің негізінде есептеулер жүргізу қажеттілігі қарастырылған.

Scheduling problem based on the Leont'yev model and construction of economic and mathematical model of MBP

It is emphasized that the balance models, both statistical and dynamic, are widely used in the economic-mathematical modeling of economic systems and processes. It is proved that the basis for the creation of these models is the balance method, ie the method of inter-comparison of available material, human and financial resources and the need for them. It is proved that the critical-balance models are private material, labor and financial balances for the national economy and individual industries, as well as inter-sectoral balance of production and distribution of the total social product in monetary terms. It is noted that the basis of information support of input-output model consists of the technological matrix containing the coefficients of direct material costs per production unit. It is concluded that this matrix is also the basis of economic-mathematical input-output model. Shall be regarded the computing aspects of problem solving based on the input-output balance model.

References

- 1 Monakhov A.V. *Mathematical methods of economic analysis*, St. Peter: 2002, 176 p.
- 2 Goncharov V.I. *Management: Training manual*, Minsk: Misanta, 2003, 624 p.
- 3 Kaplan A.V., Kaplan V.Ye., Mashchenko M.V., Ovechkin Ye.V. *Optimization problem solution in economics: Training manual*. Rostov na Donu: Phoenix, 2007, 541 p.
- 4 Fedoseyev V.V., Eriashvili N.D. *Economic-mathematical methods and models in marketing: Training manual*, Moscow: UNITY-DANA, 2001, 159 p.
- 5 Karasev A.I., Kremer N.Sh., Savel'yeva T.I. *Mathematical methods and models in planning: Training manual*, Moscow: Economics, 1987, 240 p.
- 6 Leont'yev V. *Economic essays. Theory, research, facts and policy*: Translated from English, Moscow: Policy, 1990, 415 p.
- 7 Leont'yev V.V. *Interindustry Economics*: Translated from English. Moscow: «Economy» Publishing Ltd., 1997, 479 p.
- 8 Larionov A.I., Yurchenko T.I. *Economic-mathematical methods in planning: Textbook*, Moscow: Vysshaya shkola, 1984, 224 p.
- 9 Fedoseyev V.V., Garmash A.N., Dayitbegov D.M. et al. *Economic-mathematical methods and applied models: Training manual*, Moscow: UNITY, 1999, 391 p.

УДК 331. 108. 2

Фредерик Херцберг

Университет штата Юта в Солт-Лейк-Сити, США
(E-mail: rkarenov@inbox.ru)

Как пробудить рвение к работе?

В статье автором менеджерам организаций предлагается конкретный путь решения проблем мотивации через обогащение труда. Доказывается, что труд должен быть более осмысленным. Подчеркивается, что недостаточно только расширять задания для работника или чередовать их для уменьшения утомления. Особо отмечается, что работу следует заранее основательно планировать таким образом, чтобы она имела смысл для человека, ее выполняющего.

Ключевые слова: мотивация, сотрудники, формы, негативный, позитивный, мифы, варианты, тренинг, психологическое консультирование, рабочий процесс.

Сколько статей, книг, речей и семинаров было посвящено злободневной теме «Как заставить подчиненного делать то, что вам нужно?».

Психология мотивации чрезвычайно сложна, и вопросов тут пока больше, чем ответов. Но это печальное обстоятельство ничуть не охладило энтузиазма, с которым встречают новые спасительные

средства (тем более, что часто они имеют научное происхождение). Уверен, что и предлагаемая вашему вниманию статья не подорвет веру в существование панацеи. Но поскольку высказанные в ней идеи опробованы во многих организациях, она поможет, надеюсь, несколько изменить соотношение достоверного знания и догадок.

Стимулирование методом пинка

Читая лекции, посвященные проблеме мотивации, я заметил, что слушатели мечтают о средстве быстрого действия и удобном. Поэтому начну с самого простого и практичного способа оказывать воздействие на сотрудников. Вам надо, чтобы подчиненный что-то сделал. Какой путь самый простой, надежный и прямой? Попросить? А если человек отказывается? Обратиться к психологу — пусть он выявит причину упрямства? Приказать? Но, похоже, подчиненный вас не понимает, и тогда приходится подключать специалиста по социальным связям, чтобы он помог вам разрулить ситуацию. Посулить денег? Нет нужды напоминать читателю, как трудно создавать систему поощрения и управлять ею. Научить? Однако тренинги дорого стоят. А вам нужен простой способ. Всякий раз среди слушателей оказывается руководитель — сторонник решительных мер, который кричит: «Дать хорошенько под зад!» И он прав. Самый надежный и убедительный способ заставить кого-либо шевелиться — дать пинок под зад (ППЗ).

Существуют разные формы ППЗ, вот некоторые.

Негативный физический ППЗ. Его, понимая термин буквально, широко практиковали в прошлом. Он имеет три существенных недостатка: 1) неэтичен; 2) его применение противоречит образу, который истово пестуют организации; 3) будучи физическим нападением, такой пинок напрямую стимулирует вегетативную нервную систему и тем самым нередко вызывает отрицательную реакцию: подчиненный может пнуть вас в ответ. Перечисленными обстоятельствами объясняется запрет на негативный физический ППЗ.

Негативный психологический ППЗ. Исследуя бесчисленные причины психологической уязвимости и корректные способы их устранения, психологи пришли на помощь тем, кто не может применять метод негативного физического ППЗ. «Когда она говорит со мной, мне кажется, она имеет в виду что-то другое»; «Начальник вечно стоит у меня над душой» — эти обычные жалобы оказываются следствием применения негативного психологического ППЗ. У него несколько преимуществ по сравнению с негативным физическим ППЗ. Во-первых, жестокость незаметна — кровотечение внутреннее. Во-вторых, поскольку негативный психологический ППЗ воздействует на высшие корковые центры головного мозга, в том числе центр торможения, вероятность физической реакции уменьшается. В-третьих, поскольку предела психологическим мучениям, которые способен вынести человек, почти нет, эффективность ППЗ резко возрастает. В-четвертых, инициатор ППЗ может сделать вид, что он ни при чем, и позволить нервной системе жертвы доделать за него грязную работу. В-пятых, практикующие этот метод получают удовлетворение, причем вид крови не портит им удовольствия (не все переносят это зрелище). В-шестых, если подчиненный пожалуется на вас, его всегда можно обвинить в паранойе — никто ведь не докажет, что нападение на самом деле имело место.

К чему приводит метод негативного ППЗ? Если я пинаю вас сзади (физически или психологически), я толкаю (т.е. мотивирую) вас и вы двигаетесь. Значит, негативный ППЗ не мотивирует — он приводит в движение!

Позитивный ППЗ. Если я вам скажу: «Сделайте это ради меня или ради компании, и я за это обещаю вам деньги, повышение, все блага, какие только есть у нас в организации», заинтересует ли это вас? Большинство руководителей ответят: «Конечно».

У меня годовалый шнауцер. Когда он был совсем маленьким, я, если мне надо было сдвинуть его с места, пихал его под попу. Теперь он уже умеет выполнять команды, и, чтобы он пошевелился, я предлагаю ему какое-нибудь лакомство. Кто из нас заинтересованная сторона — я или пес? Шнауцер хочет косточку, но ведь это мне нужно, чтобы он сдвинулся с места. Я тут вдохновитель, а он — исполнитель. Я применяю все тот же ППЗ, только захожу спереди: тяну, а не толкаю. В распоряжении компании, желающей применять метод позитивных ППЗ, великое множество самых разных «пряников» (коль скоро речь идет о людях), которыми можно кормить подчиненных, чтобы заставить их вертеться.

Мифы о мотивации

Почему ППЗ не годится в качестве мотивации? Если я толкну собаку (спереди или сзади), она совершит некое действие. Но если я хочу, чтобы она это действие повторила?

Подтолкнуть ее еще раз. Точно так же я могу «зарядить» человека и потом, когда он «разрядится», «зарядить» снова — но только если у него есть свой «мотор». Тогда ему не нужен внешний стимул. Тогда ему самому хочется действовать.

Помня об этом, пересмотрим некоторые варианты позитивных ППЗ, применяемых по отношению к подчиненным, дабы воздействовать на их служебное рвение.

1. Сокращение рабочего дня. Отличный способ воодушевить подчиненных — отправить всех по домам! Последние 50 или 60 лет мы сокращали (официально или неофициально) рабочий день, и, похоже, постепенно приближаемся к «6,5-дневным выходным». Интересная вариация на эту тему — «разработка программ отдыха в нерабочее время». Идея, видимо, в том, что, играя вместе, люди заодно и работают. Но ведь те, кому хочется работать, стремятся работать больше, а не меньше.

2. Повышение зарплаты. Можно ли это рассматривать как мотивирующий фактор? Да, люди ждут очередного повышения. Кто-то смотрит на дело иначе: расшевелить лентяев можно, лишь урезав им зарплату. Раз уж от повышения толку нет, то от понижения он точно будет.

3. Дополнительные льготы и пособия. По части пособий на все случаи жизни нынешние предприятия превзошли своей щедростью «государства всеобщего благоденствия». В одной американской компании какое-то время неофициально действовали «дополнительные пособия к ежемесячным пособиям». В США итак зарплата на четверть состоит из пособий, а мы все еще ломаем голову — как бы нам мотивировать трудящихся.

Такого еще не было: люди работают меньше, но получают больше и со всех сторон застрахованы от жизненных неурядиц. Пособия и льготы не воспринимаются больше как награда, это — права. Шестидневная рабочая неделя — это негуманно; десятичасовой рабочий день — это эксплуатация; расширение медицинской страховки — хороший тон, а опционы — спасение духа американской предприимчивости. Если ассигнования не растут с каждым днем, людям кажется, что их организации деградируют. Когда компании начали понимать, что постоянными вливаниями лишь разжигают аппетит у людей и потакают их желанию работать поменьше, а получать побольше, они стали прислушиваться к корпоративным психологам, которые — в основном из общегуманистических, нежели научных соображений — критиковали бизнес за неумелое обращение с людьми.

4. Тренинг по межличностным отношениям. Все стали осваивать, а нередко и на деле применять психологический подход к управлению людьми. В итоге появились дорогостоящие программы по межличностным отношениям, но остался все тот же вопрос: как внушить людям желание работать? Не обошлось и без перегибов. Тридцать лет назад достаточно было попросить: «Не плюйте, пожалуйста, на пол». Теперь ту же самую просьбу надо сопроводить тремя «пожалуйста» — только тогда подчиненный признает, что начальник психологически правильно обращается с ним.

Когда стало очевидно, что тренингами желания работать не разжечь, появилось и объяснение неудачи: методисты или сами руководители не всегда до конца настроены на вежливость. И тогда была разработана более совершенная методика пинка.

5. Тренинги по развитию сенситивности.

Вы сами себя понимаете? Вы уверены? Вы доверяете другим? Точно, в самом деле? Вы и правда взаимодействуете? Честно? Как на духу? Сейчас зачинатели этой методики, пытаясь найти причину ее фиаско, утверждают, что виной всему люди, которые просто неспособны правильно проводить занятия по развитию сенситивности.

Осознав, что выгода, удобство и взаимные ППЗ дают только временные преимущества, менеджеры по персоналу пришли к выводу, что это не они действуют неправильно, а подчиненные превратно истолковывают их действия. Открылось новое поле деятельности: испытания научно одобренных пинков.

6. Общение. На сей раз к тренинговым программам привлекли специалистов в сфере межличностного общения, дабы они помогли трудящимся осознать, что делает для них руководство. Получили распространение совещания, доклады, инструктаж консультантов и тому подобные формы пропаганды пользы правильного общения. Но стимула к работе как не было, так и нет. И тут родилась мысль, что, возможно, руководители не слышат своих подчиненных. А значит, кто-то просто обязан был изобрести следующий тип пинка.

7. Обратная связь. Руководители стали интересоваться моральным духом персонала, требовать отчетов о положении дел в этой сфере, программ по работе с коллективами, после чего начальники и подчиненные стали как никогда много общаться, но трудового энтузиазма не прибавлялось.

Корпоративные психологи пересмотрели свои концепции, и теория межличностных отношений продвинулась еще на шаг вперед. В трудах некоторых ученых вдруг забрезжила истина. Люди, говорили они, хотят реализоваться. К сожалению, сторонники этой идеи затерялись среди специалистов по межличностным отношениям, и был разработан новый тип пинка.

8. Участие в общем деле. Вероятно, теория подразумевает нечто иное, но в жизни этот тип ППЗ нередко сводится к чему-то вроде «нарисуйте ему глобальную картину». Допустим, рабочий на сборочном конвейере закручивает гаечным ключом 10 тысяч гаек в день. Оказывается, ему нужно объяснить, что он не просто закручивает гайки, а собирает «Шевроле». Применялся и другой подход, его цель — дать людям «почувствовать», что конечный результат зависит и от них. Достижение само по себе не имело значения — важно было вызвать ощущение достижения.

9. Психологическое консультирование. Применение этого типа ППЗ началось с эксперимента, проводившегося в 1930-х гг. на одном из заводов Western Electric Company. Он должен был подтвердить, что производительность зависит от физических условий, в том числе от освещенности конвейера, периодичности перерывов, продолжительности рабочего дня, оплаты труда. Но оказалось, что на производительность куда сильнее повлиял моральный подъем: работавшие на конвейере люди ощущали внимание к себе исследователей и знали, что они — участники эксперимента. Так был открыт Хоторнский эффект (по названию завода). Никаких выводов о связи между условиями труда и производительностью труда нельзя было делать, так как само наблюдение создавало необычную обстановку. Было замечено, что чувства, которые испытывают люди, мешают им нормально работать. В этом случае консультирование и правда помогало работникам: беседуя с психологом и рассказывая о своих проблемах, они лучше себя чувствовали. Несмотря на примитивность тогдашних методов психологической помощи, программа эта была обширной. Развитие метода приостановилось во время Второй мировой войны: тогда было решено, что все беды у организаций как раз из-за подобных программ. И все же психологическое консультирование, несмотря ни на что, сейчас возродилось, причем в самом изошренном виде. Увы, и оно несколько не приблизило нас к разгадке секрета мотивации. Поскольку Методом пинка можно лишь на время вызвать трудовой азарт, берусь предсказать, что стоимость этих программ будет неуклонно расти, а по мере того, как уже опробованные позитивные ППЗ перестанут давать результаты, будут появляться все новые их варианты.

ППЗ vs интерес

Попробуем изменить вопрос: каким образом вы заряжаете подчиненных энергией? Прежде чем перейти к теоретическим и практическим соображениям, я хотел бы изложить свою теорию профилактики и стимулирования. Основана она на изучении трудовой жизни инженеров и бухгалтеров.

Полученные мной данные, подтвержденные выводами других исследований, показывают, что факторы, вызывающие удовольствие от работы (и желание работать), в корне отличаются от факторов, вызывающих неудовлетворенность. Поскольку (в зависимости от того, о чем идет речь — об удовлетворенности или неудовлетворенности) учитываются разные факторы, то получается, что эти два чувства не противоположны друг другу. Противоположностью удовлетворенности работой будет не неудовлетворенность, а, скорее, отсутствие удовлетворенности; значит, противоположностью неудовлетворенности является не удовлетворенность, а отсутствие неудовлетворенности.

Тут возникает проблема смыслового свойства: мы привыкли думать, что слова «удовлетворенность» и «неудовлетворенность» — антонимы, иначе говоря, то, что не приносит удовлетворения, должно создавать чувство неудовлетворенности, и наоборот. Но применительно к поведению людей на работе речь идет о чем-то большем, чем игра слов, — о двух разных человеческих потребностях. Одна проистекает, видимо, из биологической природы человека. Это заложенное в нас стремление избежать боли, которую может причинить внешняя среда, плюс инстинкты, вызываемые основными биологическими потребностями. К примеру, голод, один из основных инстинктов, заставляет нас зарабатывать деньги, в результате чего деньги становятся стимулом. Другая же потребность имеет отношение к присущему только человеку качеству — способности достигать цели, брать новые высоты и благодаря этому психологически расти. Как удовлетворить эту потребность на производстве? Нужно обеспечивать человека работой, которая способствует его психологическому росту. А как избежать боли, которую может причинить внешняя среда? Необходимо приспособляться к условиям

работы. Факторы роста, или стимулирующие факторы, напрямую связаны с работой. Это достижение, признание вследствие этого достижения, сама работа, ответственность, профессиональный рост, карьера. Факторы, позволяющие избежать боли, профилактические факторы, т.е. все те же ППЗ — внешние по отношению к работе. Это политика компании и методы руководства, контроль, отношения в коллективе, условия работы, заработная плата, статус и безопасность. Факторы роста оказываются главным источником удовлетворенности, а неудовлетворенность порождается прежде всего ППЗ, или профилактическими факторами. В числе опрошенных (их истории изучались во время 12 исследований) были менеджеры низшего звена, работающие женщины, бывшие начальники, технический персонал больниц, контролеры на производстве, сиделки, заведующие продовольственными складами, военные, инженеры, ученые, домохозяйки, учителя, лаборанты, бухгалтеры.

Их просили вспомнить, что особенно нравилось им в работе или, наоборот, вызывало неудовлетворенность. На схеме их ответы приводятся в процентном отношении к абсолютно «позитивным» и абсолютно «негативным» факторам (если в сумме получается больше 100 %, значит, один фактор «тянет» за собой другой: например, продвижение по службе часто связано с ответственностью). Вот типичный ответ — речь идет об отрицательном опыте: «Я чувствовал себя ужасно, потому что не справлялся с работой». А типичный ответ о позитивном событии, связанном с политикой компании, звучал примерно так: «Я был счастлив, когда реорганизовали отдел, потому что мне не надо было больше сдавать отчеты одному кретину, которого я терпеть не мог».

Вечный треугольник. Существует три основных принципа управления персоналом. Первый — организационный — строится на убеждении, что человеческие потребности либо слишком иррациональны, либо слишком изменчивы и зависят от конкретных ситуаций и что управление персоналом должно быть практичным, подчиненным одной цели — выполнению конкретных задач. Если работа каждого налажена правильно, то и организационная структура будет разумной, и отношение к работе самым благоприятным.

Второй подход, назовем его инженерно-промышленным, основан на том, что человечество склонно рассматривать мир как механизм и подчиняться экономическим стимулам, а значит, нужно каждого настаивать на максимально эффективный процесс работы — именно это лучше всего отвечает нашим потребностям. Задача менеджеров по персоналу — придумать оптимальную систему поощрений и создать такие условия работы, при которых рабочая сила использовалась бы с наибольшей отдачей. Считается, что в этом случае создается адекватная организационная структура и формируется надлежащее отношение к работе.

При третьем — поведенческом — подходе на первый план выходят настроение коллектива, отношение к своему делу каждого отдельного человека, общественный и психологический климат. Сторонники этого подхода особо выделяют некоторые профилактические и стимулирующие факторы. Они считают, что людей нужно обучать межличностному взаимодействию, чтобы привить им здоровое отношение к труду, а в организации создать атмосферу, базирующуюся на общечеловеческих ценностях. По поводу общей целесообразности первого и второго подходов ведутся нескончаемые дебаты. Вроде бы оба позволили достичь очевидных успехов. Но для корпоративных психологов, исповедующих третий подход, самым большим вопросом всегда был такой: как оценить издержки, вызванные личными проблемами работников, которые проявляются, к примеру, в текучести кадров, прогулах, браке, нарушении правил безопасности, забастовках, ограничении объемов производства, повышении заработной платы и увеличении дополнительных льгот и постепенно оборачиваются для организации все большими расходами? Помимо всего прочего, корпоративные психологи не могут представить убедительные доказательства того, что их метод действительно совершенствует управление персоналом.

Согласно теории профилактики и стимулирования рабочий процесс будет обогащаться, если эффективно использовать людей. Делаются первые попытки добиваться большей трудовой отдачи за счет стимулирующих факторов — это еще не развитое направление называют «обогащением рабочего процесса». (От прежнего термина «расширение рабочего процесса» лучше отказаться: он ассоциируется с прошлыми ошибками, вытекавшими из непонимания проблемы. Обогащение рабочего процесса позволяет персоналу психологически расти, тогда как расширение лишь влияет на структуру процесса.) Поскольку научное обогащение рабочего процесса — направление совсем новое, в этой статье излагаются принципы и практические шаги, которые недавно были предложены после нескольких успешных экспериментов.

Рабочая нагрузка. Пытаясь обогатить отдельные виды деятельности, руководители порой доби- ваются того, что вклад каждого отдельного работника лишь сокращается, хотя логичнее было бы соз- давать такие условия, чтобы люди могли профессионально расти, выполняя работу, к которой они привыкли. Подобная ошибочная политика — я называю ее горизонтальной рабочей нагрузкой (в про- тивоположность вертикальной или приданию стимула) — характерна для устаревших программ рас- ширения рабочего процесса. Эта экстенсивная рабочая нагрузка лишь усугубляет бессмысленность работы. Вот некоторые примеры такого подхода и его следствий.

- Увеличение нормы выпуска продукции. Сейчас рабочие закручивают по 10 тысяч болтов в день, но не факт, что им удастся закручивать по 20 тысяч. Как мы знаем, умножение на ноль дает ноль.
- Прибавление еще одного бессмысленного задания к уже существующему, — как правило, имеется в виду какая-нибудь писанина. В этом случае мы прибавляем к нулю ноль.
- Выполнение видов деятельности, нуждающихся в обогащении. То есть какое-то время помоем по- суду, потом займемся чисткой столового серебра. Тут мы подставляем ноль вместо ноля.
- Отмена самой сложной части задания. Эта мера позволила бы работнику выполнить основную часть менее сложных задач. Сторонники инженерно-промышленного подхода надеются создать та- ким образом у людей ощущение достижения, хотя, по сути, этот подход равнозначен вычитанию.

Типичные виды горизонтальной нагрузки — зачастую результат титанических умственных уси- лий, и предпринимаются эти усилия для того, чтобы решить задачу обогащения рабочего процесса. Принципы вертикальной нагрузки разработаны еще не полностью и выглядят пока довольно общо.

Удачный опыт. Вот пример успешного эксперимента по обогащению рабочего процесса. Он по- казывает, сколь велика разница между нагрузкой горизонтальной и вертикальной. Объектом изуче- ния были служащие из отдела по связям с акционерами в очень крупной корпорации. Судя по тому, как тщательно отбирали и готовили людей, им предстояла очень сложная и ответственная работа. Но почти все показатели, связанные с производительностью и отношением к труду, были низкими, а опрос подтвердил, что работа сложная и ответственная только на словах.

Обогащение рабочего процесса началось с рассчитанного на полгода эксперимента. Предстояло обогащать рабочий процесс одной из групп, и делалось это в соответствии с принципами, описанны- ми во врезке «Принципы вертикальной нагрузки». Контрольная группа продолжала работать как обычно. (Еще были сформированы две «непричастные» группы для определения Хоторнского эф- фекта, согласно которому производительность труда и отношение к работе изменяются только пото- му, что люди чувствуют себя в центре внимания. Результаты эксперимента в этих группах мало чем отличались от результатов контрольной группы, поэтому в статье они не рассматриваются.) Профи- лактические факторы (ППЗ) для всех участников эксперимента остались прежними, если не считать обычной в подобных случаях денежной надбавки.

Первые месяцы работа экспериментальной группы постепенно изменялась благодаря стимули- рующим факторам. Через полгода оказалось, что члены экспериментальной группы обогнали своих коллег из контрольной группы по производственным показателям и, кроме того, стали проявлять больший интерес к работе, меньше прогуливать, а впоследствии значительно быстрее продвигаться по службе.

Показатель качества работы отдела по связям с акционерами учитывал качество писем, в том числе точность информации, и оперативность ответов на запросы. В конце каждого месяца выводился показатель текущего месяца — как среднее арифметическое показателей трех последних месяцев. Это значит, что если бы показатели двух предыдущих месяцев были низкими, то и показатели текущего были бы невысоки и отделу было бы сложно улучшить качество своей работы. До начала проекта показатели экспериментальной группы были низкими и продолжали снижаться еще какое-то время после введения стимулирующих факторов, видимо, из-за неуверенности работников. Но на третий месяц производи- тельность улучшилась и вскоре достигла высокого уровня.

Как изменилась работа сотрудников отдела по связям с акционерами? Во врезке «Расширение vs обогащения производственных задач отдела по связям с акционерами» перечислены предложения экстенсивного типа (горизонтальная рабочая нагрузка) и факторы, действительно относящиеся к типу вертикальной нагрузки, благодаря которым была изменена работа экспериментальной группы (табл.).

Расширение *vs* обогащения производственных задач отдела по связям с акционерами

Отвергнутые предложения, объясняемые большой горизонтальной нагрузкой	Принятые предложения по вертикальной нагрузке
Обязать сотрудников отвечать на определенное количество писем в день, причем норму нужно нарочно завышать.	В каждую группу были назначены эксперты по делам подчиненных, чтобы остальные участники группы советовались с ними, прежде чем обращаться за помощью к начальнику. (Обычно начальники отвечают на все сложные запросы.)
Сотрудники могут сами составлять и печатать письма или исполнять другие обязанности.	Сотрудники сами подписывали письма. (Обычно это делают начальники.)
Несколько человек должны взять на себя все самые сложные запросы, чтобы остальные могли больше успевать на работе.	Письма более опытных сотрудников начальники проверяли реже; частота проверок постепенно снизилась со 100 % до 10 %. (Прежде начальники проверяли все письма.)
Время от времени можно переводить человека с одного участка работы на другой.	О производительности труда говорилось только в общих выражениях, например: «Желательно выполнить дневную норму». (Раньше группе постоянно напоминали, на сколько писем надо ответить.)
Сотрудников можно переводить из одного подразделения в другое, чтобы они работали с разными клиентами, а затем возвращать обратно.	Исходящую корреспонденцию отправляли сразу на почту, минуя столы начальников. (До этого письма всегда проходили через начальников.)
Сотрудников можно переводить из одного подразделения в другое, чтобы они работали с разными клиентами, а затем возвращать обратно.	Сотрудникам позволили отвечать на письма в более свободной манере. (Раньше письма составлялись по шаблону.)
Сотрудников можно переводить из одного подразделения в другое, чтобы они работали с разными клиентами, а затем возвращать обратно.	Теперь каждый сотрудник лично отвечал за качество и сроки отправки писем. (Раньше ответственность за это лежала на начальнике и корректоре.)

Как обогатить рабочий процесс

Теперь, когда мы знаем, как идея стимулирования выглядит на деле, перечислю, что нужно делать руководителям, дабы подстегнуть трудовое рвение подчиненных [1].

1. Выберите виды деятельности, для которых характерны следующие особенности: а) затраты на организацию производства по новому принципу не слишком высоки; б) труд считается непрестижным; в) профилактические меры обходятся слишком дорого; г) производительность труда особенно зависит от мотивации.

2. Убедите себя, что эти виды деятельности можно изменить. Руководители обычно считают, что суть трудового процесса — нечто неизменное, а значит, у них остается единственное средство — поощрять людей.

3. Проведите мозговой штурм и составьте список мер по обогащению рабочего процесса, не обращая на этом этапе внимания на их практическую применимость.

4. Вычеркните из этого списка предложения, предполагающие не стимулирование, а ППЗ.

5. Вычеркните банальности вроде «предоставить сотрудникам больше ответственности» — на деле этим советам следуют редко. Слова «ответственность», «рост», «достижение» — это лирика, и больше всего они подходят для патриотических корпоративных гимнов. Это старая проблема — верность государственному флагу важнее, чем вклад в процветание родины.

6. Вычеркните из списка предложения, предполагающие горизонтальную рабочую нагрузку.

7. Избегайте прямого участия в процессе обогащения работников, деятельность которых надо обогащать. Их инициативы, касающиеся изменений, конечно, нужно учитывать, но помните, что преобразования они подменяют другой деятельностью — выстраиванием отношений с начальниками, новыми сослуживцами и т.д., которая даст им лишь ложное ощущение участия в улучшении работы. Работу необходимо изменить, и желание заниматься ею может появиться только в том случае, если она станет интересной, а не потому, что дает ощущение причастности — так можно добиться лишь кратковременного эффекта.

8. Начиная обогащение рабочего процесса, сформируйте хотя бы две группы: экспериментальную, которую будут систематически стимулировать, и контрольную, в работе которой все остается прежним. До и после введения изменений необходимо проводить тесты на профпригодность и отношение к работе, чтобы определить эффективность программы обогащения рабочего процесса.

9. Будьте готовы к тому, что поначалу производительность труда в экспериментальной группе снизится.

10. Вероятно, ваши непосредственные начальники проявят беспокойство (вызванное страхом, что из-за перемен их подопечные станут хуже работать) и даже враждебно отнесутся к вашим инициативам. Враждебность появится, когда подчиненные начнут брать на себя ответственность, ведь начальники считают это своей личной привилегией. Да и чем заниматься руководителю, если ему нечем будет руководить?

Однако после успешного окончания эксперимента начальники обычно берут на себя новые контролирующие и руководящие функции. Прежде они их отрицали, потому что все время только и делали, что следили за подчиненными. Приведу пример: в одном отделе крупной химической компании линейные менеджеры наблюдали за работой лаборантов. Теоретически они отвечали за их подготовку и должны были оценивать их работу, но на самом деле занимались этим лишь формально. После проведения программы по обогащению рабочего процесса, в ходе которой менеджеры не были лишь пассивными наблюдателями, они стали действительно вникать в работу своих подчиненных и руководить их подготовкой. Так называемый ориентированный на человека стиль руководства сложился не в результате повышения квалификации руководителей, но благодаря изменению характера работы.

Обогащение рабочего процесса должно быть не разовым мероприятием, а постоянной задачей руководства. Первые положительные результаты проявятся не скоро. Это объясняется несколькими причинами:

- надо поднять трудовую деятельность на такой уровень, чтобы потребность человека в работе соответствовала его квалификации;
- надо, чтобы люди, которые еще не реализовали полностью свой потенциал, могли бы сделать это и заслужить повышение по службе;
- стимулирующие факторы, в отличие от ППЗ, оказывают более продолжительное воздействие на отношение людей к работе. Возможно, рабочий процесс придется снова обогащать, но профилактические меры необходимо применять чаще.

Не все виды деятельности можно обогатить, да и не всегда это нужно делать. Но если бы организации тратили на обогащение рабочего процесса хотя бы часть времени и денег, выделяемых на профилактические меры, то они добились бы больших экономических успехов и подняли бы трудовой энтузиазм своих работников на невиданный прежде уровень. А именно этого бизнес и общество ждут от управления персоналом. Доводы в пользу обогащения рабочего процесса можно свести к следующему: если у вас есть люди и работа для них, используйте их. Если вы не можете использовать их на этой работе, избавьтесь от них — либо наняв новых, либо автоматизировав производство. А если вы не можете ни использовать их, ни избавиться от них, то вам придется решать проблемы мотивации.

Список литературы

- 1 *Херцберг Ф.* Работа и природа человека. — Кливленд, 1966. — 317 с.

Фредерик Херцберг

Еңбекке құлшынысты қалай ояту керек?

Мақалада автор ұйым менеджерлеріне арнап талаптандыру мәселесін еңбек мәнін байыту арқылы нақты шешу жолын ұсынған. Тек қана тапсырманы кеңейту немесе шаршауды азайту үшін оларды кезегімен орындау жеткіліксіз болатындығы айтылған. Жұмысты орындайтын адам үшін мағыналы болатындай етіп, оны алдын ала түбегейлі жоспарлау қажеттігі айрықша дәріптелген.

Frederick Herzberg

How to inspire the zeal to work?

In this article the author suggests to the managers of organizations specific way to solve the problems of motivation through job enrichment. We've proved that the work should be more meaningful. It's emphasizes that not enough just to expand job or alternate for to reduce weariness. It most emphasizes that the work should be thoroughly pre-planned in such a way that it made sense for the person performing it.

References

- 1 Herzberg F. *Work and the Nature of Man*, Cleveland, 1966, 317 p.

ӘОЖ 005.96

А.Эргенели¹, Ж.А.Темірбекова²

¹*Хаджеттепе Университеті, Анқара, Түркия;*

²*Сүлейман Демирель атындағы Университет, Алматы
(E-mail: ergeneli@hacettepe.edu.tr)*

Халықаралық менеджментте жаһандық көшбасшылық тұжырымдамасы: мәдени құндылықтар арқылы көзқарас

Мақалада қоғамның тарихи даму үрдісінде пайда болған мәдени құндылықтар жүйесі, жеке тұлғалардың қызмет барысында және жұмыс орнындағы іс-әрекетіне әсер етуі тұрғысынан алып қарағанда өте маңызды болып саналатындығы айтылған. Себебі артып келе жатқан жаһандану үрдісімен бірге кәсіпорындардың өзге мәдениет өкілдерімен құрған байланысы да тығыз өсуде. Бұл зерттеудің мақсаты халықаралық кәсіпорын басшыларының басқа мәдениеттерден келген адамдармен түсіністікті арттыру мақсатымен ортаға шыққан жаһандық көшбасшылық ұғымын сипаттау және қазақстандықтардың мәдени құндылықтары анықтау болып табылады. Гирт Хофштедтің ғылыми әдісін пайдалана отырып, авторлар мәдени құндылықтар классификациялық топтарға бөлінген және эмпирикалық зерттеу нәтижесінде қазақстандықтардың мәдени құндылықтары сандық индекстермен анықталған.

Кілт сөздер: жаһандық көшбасшылық, мәдени құндылықтардың өлшемдері, Хофштед әдістемесі, Қазақстан, халықаралық менеджмент.

Kipicne

Жаһанданумен бірге кәсіпорындардың өзге мәдениет өкілдерімен құрған байланысы да тығыз артып келеді. Қазіргі таңда көптеген кәсіпорын басқа елдердегі кәсіпорындармен сауда-саттық орнатуда, ол елдерге өнімдер сатуда немесе басқа елдердің өнімін сатып алуда. Негізінде жаһанданудың алғашқы адымы болып саналатын бұл қызметтерді жаңа деп те атауға болмайды. Мысалы, Жібек жолы осындай сауда-саттықтың бір көрінісі еді. Алайда бұрынғы заманда басқа елдерден өнім алып сатқандар жалпы өз елдеріне қажетті деп табылатын өнімдерді сататын саудагерлерді тауып, солармен байланыс құратын еді. Бірақ қазіргі таңда кәсіпорындар басқа елдердегі кәсіпорындармен бұрынғыдай жай ғана сауда-саттықпен шектеліп қоймайды. Оның орнына кейде сол елде өкілдіктер ашады, өнімдерін басқа елдердегі өндіріс орындарында шығарып, оны басқа мемлекеттерге өткізіп сатады, кейде бір елде аты шыққан немесе бренд болып қатысқан өнімді әр түрлі елдерге өткізуге тырысады, кейде басқа елдердегі кәсіпорындармен серіктестік құрып үшінші бір мемлекетке инвестиция жасайды. Тіпті қазірдің өзінде көптеген кәсіпорын басқа елдерден келген мамандарды шақыртып бір жерде жұмыс істете алады. Осы тәріздес өте күрделі қызмет

барысында кәсіпорын басшылары басқа елдердің мәдениетімен танысу, олардың мәдениетін түсіну және тіпті ол мәдениетке бейімделуге мәжбүр [1, 2]. Бұл жағдай басшылардың басқа мәдениеттерден келген адамдармен түсіністікті арттыру мақсатымен олардың этноцентрикалық көзқарастарын (*ethnocentric view*) азайту жағынан маңызды деп саналады. Міне, жаһандық көшбасшылық осы жағдайда пайда болған бір ұғым. Жаһандық лидер — өзінің дәстүрлі шегінің сыртына шыға алатын кісі. Жалпы, әр түрлі мәдениет өкілдеріне ықпал жасай алатын жаһандық көшбасшы төмендегі ерекшеліктер мен тәжірибелерге ие болуы қажет:

- басқа елдерге саяхатқа шыққан;
- шетелде білім алған;
- бірнеше мемлекетте өмір сүрген;
- бірден көп шетел тілінде өте жоғары дәрежеде сөйлей алатын;
- басқа мемлекеттерде жұмыс тәжірибесі болған;
- жаһандық деңгейде бір команданы басқара алатын.

Осы ерекшеліктерден шығарылатын нәтиже, жаһандық көшбасшылық үшін өзге мәдениеттің айырмашылығын сезіну өте маңызды болып келеді. Басқа мәдениет өкілдерін басқара білу үшін олардың іс-қимылдары мен мұның артындағы құндылықтарды түсіну қажеттілігі бар. Осы тақырыпта жасалған ең маңызды және атақты зерттеулердің бірі Гирт Хофштедтің жұмысы болып табылады [3]. 1970 жылдарда 40-тан аса мемлекетте өндіріс пен сауда-саттық қызмет атқарып жатқан IBM компаниясы өзінің қызметкерлерінің құндылықтарына қатысты зерттеу жүргізу мақсатымен Хофштедті шақырған еді. Хофштед мәлімет жинау үшін жасаған сауалнамамен IBM-ның 116000-нан аса қызметкерлерінен құндылықтарына қатысты мәлімет жинаған. Жиналған мәліметтерді статистикалық тұрғыдан қорытындылағанда әр түрлі елдердегі қызметкерлердің құндылықтары жағынан кей жағдайларда ұқсастықтар, кей жағынан айырмашылықтары анықталған. Хофштед осы ұқсастықтар мен айырмашылықтарды «қоғамдық мәдени құндылықтарға қатысты өлшемдер» деп 5 топқа бөлген [4, 5]:

1. Индивидуализм/Коллективизм (*Individualism/Collectivism — IDV*).
2. Күш аралығының жоғары болуы/Күш аралығының төмен болуы (*Power distance — PD*).
3. Белгісіздік толеранттылығы жоғары болуы/Белгісіздік толеранттылығы төмен болуы (*Uncertainty avoidance — UA*).
4. Ерлер құндылықтары басым/Әйел құндылықтары басым (*Masculinity and Femininity — MAS*).
5. Ұзақ мерзімді бағыт/Қысқа мерзімді бағыт (*Long-term orientation and Short-term orientation — LTO*).

1. Индивидуализм/Коллективизм

Индивидуализмі жоғары қоғамдарда тұлға алдымен өзін және жеке отбасын ойлайды. Өзін қоғамның бір мүшесі ретінде көру жағы кемшін. Бұл қоғамда қызмет ететіндер жеке тұлға секілді, мадақтамалар жеке жетістіктерінің нәтижесінде беріледі, топтық бағалау орнына жеке бағалау басым болады. Жұмысқа алынғанда, жұмыс топтары құрылғанда, жұмыста жоғарылау кезінде жеке адамның дағдыларына мән беріледі. Жетістігі төмен болғандар жұмыстан шығарылуы мүмкін. Қызметкерлердің артық жұмыс жасауларына тура келеді (1-кесте).

Коллективизмнің жоғары болған қоғамдарда жұмысқа алу және жоғарылату кезінде таныс адамдарды алу алдыңғы орында тұрады. Жалпы, туысқандарды жұмысқа алу жағы басым. Жұмыс беруші және қызметкер бір отбасының мүшелеріндей болады. Жетістіктің төмен болуының себебін басқалардың жасаған жұмыстарынан көреді, бір топта болғандар бір-біріне түсіністікпен қарайды, бірақ басқа топта болғандарды дұшпанындай көреді. Топтық шешім маңызды деп саналады. Жеке жетістікті тікелей бағалау топтың татулығын бұзуы мүмкін. Қызметкерлер аз уақыт жұмыс істеуді жөн көреді.

Индивидуалистік және коллективістік мәдениеттердің ерекшеліктері

Мәдениет параметрлері	Индивидуализм	Коллективизм
Жеке өмірге араласу	Қызметкерлер жеке өмірлеріне араласуды қаламайды	Қызметкерлер ұйымнан жеке өмірлеріне араласып, істерін шешіп беруін қалайды
Ұйымның қызметкерлерінің көңіл күйіне әсері	Әлсіз	Қатты
Мүдделердің қорғалуы	Қызметкерлер тек қана өзіне сеніп, өз мүддесін қорғауға дайын	Қызметкерлер ұйымнан олардың мүддесін қорғайтынын күтеді
Ұйымның қызмет жасау принципі	Әр қызметкердің жеке инициативасына негізделген	Қызметкерлердің сана сезімі мен ұйымға деген жылы сезіміне негізделген
Қызметтегі көтерілу	Ұйымның ішінде немесе сыртында біліктілікке негізделген	Тек қана ұйымның ішінде және еңбек өтіліміне байланысты
Мотивация	Басшылар жаңа идеялар мен методтарды қолдау арқылы жеке адамдар мен топтарды ынталандырады	Басшылар қалыптасқан әдеттерді қолданады
Әлеуметтік байланыстар	Дистанционалды	Жақын және ынтымақтастыққа негізделген

Ескерту — Авторлар тарапынан құрастырылған. Дерек: Hofstede G. Culture's consequences. 2.nd edition. Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations Across Nations. — USA: SAGE Publ., 2001. — 244–245-б.

2. Күш аралығының жоғары болуы/ Күш аралығының төмен болуы

Тұлғалардың қоғамда күштің қандай мөлшерде — тең бөлініп бөлінбеуіне байланысты сенімдері. Күш аралықтары жоғары қоғамдарда жоғары қызметте жүрген кісілердің (күш-қуатқа ие болғандардың) кей нәрселерді жасауға немесе қалауға құқы бар деп саналады.

Күш аралықтары жоғары қоғамдарда шешім қабылдау механизмі орталықта болады, қатаң иерархиялық ұйым құрылымы кеңінен тараған, кәсіпорында бақылаушылардың саны көп, идеал басшының «әке секілді» болғанын қалайды, бастықтар бюрократ болып келеді, жазбаша ережелер көп, басшылардың қызметкерлерге жасалатын жұмыстарды айтулары қажет деп есептеледі, басшы-қызметкер қатынасы көбіне сезімталдыққа негізделген, статусы бар нәрселер жақсы көріледі, басшылар өз позицияларын қолданып күшпен қызметкерлерге артық жұмыс істете алады (2-кесте).

Күш аралықтары төмен қоғамдарда болса қызметкерлер де шешім қабылдау үрдісіне қатыса алады, иерархиялық адымдар өте аз, идеал басшының демократиялық болғанын қалайды, мәлімет тек басшыға емес бәріне ортақ айтылады, басшылардың привилегиялары көп болмайды, мәртебе маңызды емес, жоғары-төмен арасындағы жалақы айырмашылығы да аз болып келеді.

Күш аралығы жоғары және төмен мәдениеттердің ерекшеліктері

Мәдениет параметрлері	Күш аралығы жоғары мәдениет	Күш аралығы төмен мәдениет
Қызметкердің бастығына келіспеушілігін білдіру жиілігі	Сирек	Жиі
Басқару стилі	Директивті	Демократиялық
Бастыққа деген көзқарас	Қызметкерлер бастықтарына өзіне ұқсамайтын, «басқаша» адам деп қарайды	Қызметкерлер бастықтарына өзіне ұқсас адам деп қарайды
Басшылықпен арақашықтық	Жоғарыдағы басшылар өте ұзақ, оларға жету өте қиын	Жоғарыдағы басшылар жақын, оларға жету қиын емес
Басшы аппаратының саны	Басқарушылардың және тексерушілердің саны көп	Басқарушылардың саны аз
Жалақының дифференциациясы	Үлкен	Шамалы

Ескерту. Авторлар тарапынан құрастырылған. Дерек: Hofstede G. Culture's consequences. 2.nd edition. Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations Across Nations. — USA: SAGE Publ., 2001. — 107–108 б.

3. Белгісіздік толеранттығы жоғары болғандар/ Белгісіздік толеранттығы төмен болғандар

Тұлғалардың белгісіз жағдайларға қарсы көзқарастарына қатысты болып келеді.

Белгісіздік толеранттығы жоғары қоғамдарда жұмыс істейтіндер жұмыс алмастырудан қорықпайды, осы себептен кәсіпорынға тәуелді болу маңызды емес, фирманың ережелеріне бағынбауы мүмкін, шетелдіктердің басшы болғаны ешкімді алаңдатпайды. Бұл қоғамдарда жастармен толерантты байланыс орнатылып, оларға көбірек сенім артылады, адамдар басшы болуға немесе қызметін жоғарылауға ұмтылады, жеке шешімдер қабылдау және қызметкерлердің бір-бірімен бәсекелестікке түсуі ерсі болмайды (3-кесте).

Белгісіздік толеранттығы төмен қоғамдарда болса, жұмыс істейтіндер жиі жұмыс алмастыруды қаламайды, бір ғана басшымен жұмыс жасағылары келеді. Бұл қоғамда жұмыс істейтіндер жұмыс орнына тәуелді болғаны және басшылық қызметке тәжірибелі болғандардың келулерін күтіледі. Қызметкерлердің жеке қабілеттерін дамытуға деген талпыныстары төмен, топ болып шешім қабылдағандарын қалайды, қызметкерлер арасындағы бәсекелестік ерсі болып табылады және жас қызметкерлер мен жастарға күмәнмен қарайды. Қызметкерлер жаңа әдіс пен өзгерістерге қарсы тұрады, көпшілік қызметкерлердің фирманың ережелеріне бағынғандарын қалайды, шетелдіктердің басшы болғанын қаламайды. Адамдар бір-біріне көбіне сенбейді, бірақ жұмыс орнында татулық өте маңызды. Қызметкерлер өзгеше болған әр нәрсенің қауіп қатер туғызатынына сенімі мол, жасы егде адамдарға құрмет көрсетіп, мамандарға сеніммен қарайды, жаңалықтарға қарсылық білдіреді, бірақ бір рет үйреніссе, тастағылары келмейді.

3 - к е с т е

Белгісіздік толеранттығы жоғары және төмен мәдениеттердің ерекшеліктері

Мәдениет параметрлері	Белгісіздік толеранттығы төмен мәдениет	Белгісіздік толеранттығы жоғары мәдениет
Уақытқа байланысты көзқарас	Персонал бүгінгі күнмен өмір сүруге дайын	Қызметкерлердің келешекке байланысты орасан қайғылары бар
Ұйымның қалаулы мөлшері	Қызметкерлер кішігірім ұйымды қалайды	Қызметкерлер үлкен ұйымды қалайды
Орта деңгейдегі менеджерлердің жасы	Жастар	Орта және қарттар
Мақсатқа жету ынтасы	Бірқалыпты	Төмен
Жетістікке байланысты көзқарас	Жетістікке жетуге үміт артады	Жетістікке жетпеу қалудан қорқады
Тәуекелділікке байланысты көзқарас	Тәуекелдік алудан қорықпайды	Тәуекелдіктен қашады
<i>Ескерту.</i> Авторлар тарапынан құрастырылған. Дерек: Hofstede G. Culture's consequences. 2.nd edition. Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations Across Nations. — USA: SAGE Publ., 2001. — 160–161, 169–170-б.		

4. Ерлер құндылықтары басым (Masculinity) / Әйел құндылықтары басым (Femininity)

Ерлер құндылықтары басым қоғамда мақсат, ақша секілді тым эго-ға бағынышты мақсаттар маңызды болып келеді, және бұлар ер адамдар үшін маңызды құндылықтар болып саналады. Әйел құндылықтары басым қоғамда болса, әйелдерге тән мейірімділік, қарым-қатынастың маңыздылығы, бір-біріне көмек беру және қоршаған ортаның маңыздылығы секілді әлеуметтік мақсаттар алғашқы орында (4-кесте).

Ерлер құндылықтары басым қоғамда, жұмыс істеу үшін өмір сүру түсінігі қалыптасқан. Жұмыс істейтіндер үшін жұмыстың мәнділігі, жұмыстың тұрақтылығы және жалақысы өте маңызды. Жұмыс істейтін әйел мен ерлер арасында алатын жалақы мөлшерінде едәуір айырмашылық бар. Басқару сатысында көбіне ер адамдар отырады. Әйелдер де ер адамдардың басшы болғанын қалайды. Басшы әйелдер отбасыларын жұмысқа бейімдеуге тырысады, табысты әйел басшылар болса ер адамға тән ерекшеліктер көрсетеді. Жұмыс істеуге талпынған үміткерлер өздерін қабілетті етіп көрсеткілері келеді. Денсаулығына байланысты жұмысқа келмеу қалу деген өте аз кездеседі. Алайда жұмысқа қатысты стресс бұл қоғамда өте жиі ұшырасады.

Әйел құндылықтары басым қоғамда, өмір сүру үшін жұмыс істеу түсінігі бар. Жұмыс істейтіндер үшін жұмыс бабындағы байланыс, жұмыс істеу шарттары, жұмыстың сапасы маңызды. Табысты басшыларда әрі әйелге, әрі ер адамға тән ерекшеліктер бар. Басшылық орындарда отырған

әйелдер саны көбірек кездеседі. Басшылар өз позицияларына байланысты отбастарын да ұмыт қалдырмайды, басшы әйелдер жұмыстарын отбасы жағдайына қарай бейімдеуге тырысады. Жұмысқа қатысты стресс көп бола бермейді, денсаулықтарына байланысты жұмысқа келмей қалу көптеп кездеседі.

4 - кесте

Ерлер құндылықтары және әйел құндылықтары басым мәдениеттердің ерекшеліктері

Мәдениет параметрлері	Ерлер құндылықтары басым мәдениет	Әйел құндылықтары басым мәдениет
Қоғамдағы ерлер және әйелдердің ролі	Ерлер ақша табу керек, әйелдер балаға қарау керек	Ерлер ақша табуға міндетті емес, үйде отырып балаға қарай алады
Басымдылық	Ерлер қандай да болсын жағдайда, әрдайым басым болып келеді	Жыныстар арасындағы айырмашылық басшылық орын мен қызметіне әсер етпейді
Басты құндылық	Жетістікке жету	Өмірдің сапасы
Өмір және жұмыс	Жұмыс істеу үшін өмір сүру	Өмір сүрі үшін жұмыс істеу
Маңызды болған нәрселер	Ақша және жақсы материалдық жағдай	Қызметтестермен байланыс және жұмыс шарттары
Конфликтке байланысты көзқарас	Ұйымда конфликттің болуы қалыпты жағдай болып есептелінеді	Ұйымда конфликттің болуы қаланбайтын жағдай

Ескерту. Авторлар тарапынан құрастырылған. Дерек: Hofstede G. Culture's consequences. 2nd edition. Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations Across Nations. — USA: SAGE Publ., 2001. — 318-б.

Бұл өлшемдерге қосымша ретінде кейіннен 5-ші болып «Ұзақ мерзімді бағыт/ Қысқа мерзімді бағыт» қосылған. Ұзақ мерзімді бағыт болған қоғамда болашақ ұғымы өте маңызды. Бұл қоғамдарда үнемдеу және тұрақтылық маңызды боп келеді. Болашақ үшін жоспар құру, болашақты қаржыландыру өте қажетті тақырып болып саналады. Қысқа мерзімді бағыт болған қоғамда өткен мен осы шақ маңыздырақ. Осыған байланысты дәстүрді құрметтейді және әлеуметтік қажеттіліктерді орындауды қажет деп санайды.

Бұл зерттеу барысында Хофштедтің әдістемесі Values Survey Module (VSM 94) қолданылып жоғарыда аты аталып өткен аспектілер бойынша қазақстандықтардың мәдени құндылықтары анықталды. Осы мақсатта жасалған сауалнаманың қорытындысы төмендегі 5-кестеде көрсетілген.

5 - кесте

Хофштедтің әдістемесі бойынша қазақстандықтардың мәдени құндылықтары

Мәдени құндылықтар	Мөлшері	Стандарттық
PD	29.67	43.19
UA	88.9	67.30
IDV	68.66	50.72
MAS	58.0	80.40
LTO	45.35	24.23

PD — Күш аралығы (Power distance);
 UA — Белгісіздік толеранттылығы (Uncertainty avoidance);
 IDV — Индивидуализм / Коллективизм (Individualism-Collectivism);
 MAS — Ерлер құндылықтары басым / Әйел құндылықтары басым (Masculinity and Femininity);
 LTO — Ұзақ мерзімді бағыт/ Қысқа мерзімді бағыт (Long-term orientation and Short-term orientation).

Ескерту. Зерттеу барысында статистикалық талдаудың қорытындыларына негізделіп, авторлар тарапынан құрастырылған.

Кесте көрсеткіштерін талдай отырып, біз төмендегідей қорытынды жасадық: Гирт Хофштедтің мәдени құндылық тұрғысынан алып қарағанда қазақстандық студенттердің күш аралығы төмен, белгісіздік толеранттылығы өте жоғары, индивидуализмі жоғары, ерлер құндылықтары басым және қысқа мерзімге бағытталғаны анықталды.

Жалпы жаһандық көшбасшы қызметінің тиімділігін арттыру үшін ең алдымен өзге мәдениеттерді түсінуге тырысу, басқа елдің адамдарына құрмет көрсету, олармен ортақ іс байланысын құру, басқа мәдениет өкілдерімен арадағы кедергіні жою және олардың құндылықтарынан синергия жарату арқылы қол жеткізуге болады. Ал, құндылықтар деп, қоғам

мүшелерінің дұрыс деп қабылдаған стандарттар мен принциптерді атаймыз. Бір мәдениеттің мүшесі болып өмір сүріп жатқан жеке тұлғаның құндылық негіздерінің қалыптасуына сол мәдениеттің құндылықтары тікелей әсер етуде.

Әдебиеттер тізімі

- 1 *Schwartz S.H.* A theory of cultural values and some implications for work // *Applied Psychology: An International Review*. — 1999. — № 48. — P. 23–47.
- 2 *Trompenaars F.* *Riding the Waves of Culture: Understanding Culture Diversity in Business*. — London: The Economist Books, 1999. — 215 p.
- 3 *Hofstede G.* *Cultures and organizations: Software of the mind*. — London: McGraw-Hill, 1991. — 279 p.
- 4 *Hofstede G.* *Culture's consequences: international differences in work-related values*. — USA: SAGE Publ., 1984. — 596 p.
- 5 *Hofstede G.* *Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions, and organizations across nations*. — USA: SAGE Publ., 2001. — 596 p.

А.Эргенели, Ж.А.Темирбекова

Концепция глобального лидерства в международном менеджменте: взгляд через призму культурных ценностей

В статье отмечено, что с ростом уровня глобализационных процессов в организациях растет взаимодействие представителей различных культур. В этой связи авторами показано, что концепция глобального лидерства, его место и роль в формировании организационной культуры, чувствительной к культурным ценностям работников, приобретают особую актуальность в современных исследованиях по менеджменту, где значительное место отводится дискуссии по вопросам, касающимся национальной культуры. Авторы определяют, что в современной глобальной экономике новейшее международное разделение труда тесно взаимодействует с национальным разнообразием организационных форм и трудового поведения, имеющих различное институционально-культурное происхождение. Цель данного исследования — классифицировать, выявить и измерить культурные ценности казахстанцев.

A.Ergeneli, Zh.A.Temirbekova

Cultural Values and Global Leadership Concept in International Management

With increasing globalization, it is quite understandable that common technological imperatives, common industrial logic, and global technologies and institutions serve to harmonize management practices. Therefore, global managers need universally valid leadership theories and principles that transcend cultures. Thus, it is expected that there will be some similarities in beliefs regarding effective leaders' behavior across cultures. Considerable research on leader behavior has been done in a variety of disciplines and in recent years, scholars and practitioners have increasingly focused on the global leadership concepts, which is very sensitive to the cultural values of subordinates. The purpose of this study is to analyze Global leadership concept and reveal specificity of cultural values in Kazakhstan. The five cultural values constructs were measured by using the Hofstede 1994 version of the Values Survey Module (VSM 94). The results of 126 business administration students revealed that, Kazakhstani participants stands out as individualistic, masculine, has high uncertainty avoidance, low power distance and short time orientation.

А.Б.Жумашева

*Карагандинский государственный университет им. Е.А.Букетова
(E-mail: ardashka26@mail.ru)***Лизинг как мощный инструмент финансирования
инвестиций в машины и оборудование**

В статье раскрывается специфика лизинга как экономической категории. Описываются особенности лизинговых отношений в развитых странах мира. Анализируются субъекты и объекты лизинговых отношений. Уделяется внимание наиболее распространенным видам лизинга. Рассматриваются возможности совершенствования механизма лизинговых сделок. Делаются выводы о перспективах развития лизинга в агропромышленном комплексе Казахстана.

Ключевые слова: лизинг, инвестиции, оборудование, лизинговые сделки, преимущества, лизинговые операции, субъекты, объекты, агропромышленный комплекс.

Особенности лизинговых отношений в развитых странах мира

В рамках реализации Стратегии «Казахстан – 2050» при развитии отечественной промышленности и сельского хозяйства производители и продавцы товаров смогут проводить эффективную ценовую политику, ориентированную на потребителя. Но для увеличения выпуска конкурентоспособной продукции предприятиям необходимы современные средства производства, а это требует значительных инвестиций, которых, как известно, не хватает.

В связи с этим целесообразны поиск и внедрение нетрадиционных для нашего национального хозяйства финансовых инструментов обновления материально-технической базы и ускоренной модернизации основных фондов предприятий различных форм собственности. Один из таких инструментов, позволяющих осуществить крупномасштабные капитальные вложения, — широко применяемый в мире лизинг, который включает элементы кредитных, инвестиционных и внешнеторговых операций.

До начала 60-х годов XX в. лизинг в зарубежных странах в основном затрагивал розничные компании, которые часто арендовали свои помещения. В течение последних трех десятилетий популярность лизинга резко возросла; вместо того, чтобы брать в долг деньги для покупки компьютера, автомобиля, судна или спутника, компания может взять их в лизинг.

Сегодня лизинг во всем мире — мощный инвестиционный инструмент, с помощью которого финансируется до 30–35 % инвестиций в оборудование [1; 5].

В таблице представлены основные показатели мирового лизингового рынка в начале XXI в. [2; 23].

Т а б л и ц а

Основные показатели мирового лизингового рынка в начале XXI в.

Ежегодный объем лизинговых операций	500 млрд долл.
Суммарный портфель (активы) лизинговых компаний (оценка)	1,5 трлн долл.
Доля лизинга в инвестициях в основные фонды (средневзвешенное значение)	17–18 %
Доля лизинга в мировом ВВП (средневзвешенное значение)	1,60–1,65 %
Доля международного лизинга в экспорте оборудования, транспортных средств и сопутствующих услуг	4–5 %

За рубежом импульсом к развитию лизинга послужило открытие в 1952 г. в Сан-Франциско американским предпринимателем Генри Шоенфельдом первой в мире специализированной лизинговой компании United States Leasing Corporation (US Leasing). Еще в 1951 г. Шоенфельд предложил своим коллегам по работе использовать долгосрочный лизинг машин и транспортных средств. Новизна ре-

шения состояла в том, что Шоенфельд выступал в роли посредника между изготовителем имущества и лизингополучателем, находил требуемое для клиента имущество и сдавал его в лизинг. Для американской хозяйственной практики это было необычным явлением, так как имущество сдавалось во временное пользование и владение либо непосредственно производителем (юридический собственник), либо пользователем (экономический собственник).

Особенностью компании US Leasing было и то, что она являлась независимой, т. е. не контролировалась банками, финансовыми группами и производителями оборудования. Однако несмотря на небольшой собственный капитал, US Leasing предоставляла лизинговые услуги на суммы, намного превышающие свои активы.

Постепенно лизинговые сделки начинают практиковать сотни компаний и лизинг формируется как специализированный институт финансово-посреднических операций. К концу 50-х годов в США функционировала устойчивая структура лизинговых фирм, начавших проводить операции и за рубежом.

В целом с момента основания первой в мире лизинговой компании лизинг в США превратился в огромную индустрию. Его популярность в США связана с несколькими обстоятельствами, в частности, он предоставляет возможность приобрести активы полностью за счет привлеченных средств, в то время как стандартный банковский кредит может покрыть только 80% стоимости активов. Другие преимущества лизинга активов заключаются в том, что компании используют «забалансовое» финансирование, что дает значительные налоговые льготы как для лизингодателя, так и для лизингополучателя. Кроме того, лизинг позволяет достаточно гибко использовать активы в течение ограниченного периода времени, при этом благодаря краткосрочным схемам лизингополучателю не грозит моральный износ оборудования. Участники международных лизинговых сделок имеют возможность начислять «двойную амортизацию», т.е. лизингодатель и лизингополучатель при расчете налога на прибыль получают право на вычет амортизационных отчислений по предмету лизинга. В результате таких международных сделок участники пользуются преимуществами налогового законодательства различных стран. Значительный объем сделок с «двойной амортизацией» заключается между немецкими и американскими компаниями, при этом лизингодатель в Германии оформляет сделку в своей стране как оперативный лизинг, а лизингополучатель в США – как финансовый лизинг. Помимо стимулирующего налогообложения, к факторам развития лизинга в США следует отнести также устойчивый экономический рост и благоприятное положение финансовых рынков.

Лизингодателями в США являются как универсальные поставщики, так и компании узкоспециализированные (филиалы производственных компаний, независимые коммерческие финансовые и лизинговые компании, коммерческие банки).

Компании, занимающиеся лизинговыми операциями, могут быть сегментированы, исходя из первоначальной стоимости оборудования, сдаваемого в лизинг, а также размера активов. Первую группу образуют компании с активами, превышающими 2 млрд долл., а размер лизингового контракта превышает 30 млн долл. Они имеют прочные позиции на рынке Северной Америки, а в последние годы наметилось их отчетливое стремление по завоеванию рынков Европы и Азии. Вторую группу составляют компании, чьи активы находятся в диапазоне от 100 млн долл. до 2 млрд долл. Компании имеют более четкую специализацию на типах оборудования по сравнению с компаниями первой группы. «Малый класс» арендодателей сдает в аренду оборудование с ценой приобретения меньше чем 1 млн долл., включая строительное, конторское оборудование и персональные компьютеры. Активы компаний третьей группы не превышают 100 млн долл., а операции заключены в пределах одного экономического района.

Основными потребителями лизинговых услуг в США по отраслям являются: транспорт (35%), технологическая отрасль, производство компьютеров и программного обеспечения, инновационное машиностроение (15%), сельское хозяйство (5,5%), строительство (9,4%).

Успех лизинга в США не оставляет вопросов об эффективности данной формы финансирования инвестиций. Сыграв значительную роль в самом продолжительном периоде экономического роста за историю США, лизинг остается необходимой альтернативой банковскому кредиту. Дальнейшее развитие в США будет обусловлено как общим экономическим положением в стране, так и способностью лизинговых компаний использовать новые информационные технологии для более быстрого и недорогого обслуживания потребителей.

Субъекты и объекты лизинговых отношений

В лизинговых операциях могут участвовать три и более юридических лица: лизингодатель, лизингополучатель, поставщик (изготовитель) предмета лизинга (рис. 1).



Операция 1 — заключение договора лизинга.
 Операция 2 — поставка предмета лизинга.
 Операция 3 — оплата поставки предмета лизинга.
 Операция 4 — платеж (арендная плата) за лизинг имущества

Рисунок 1. Взаимоотношения между участниками лизинговой сделки

Таким образом, в лизинговой сделке обычно участвуют несколько субъектов:

а) лизингодатель — физическое или юридическое лицо, которое за счет привлеченных или собственных денежных средств приобретает в ходе реализации лизинговой сделки в собственность имущество и предоставляет его в качестве предмета лизинга лизингополучателю за определенную плату, на определенный срок и на определенных условиях во временное владение и в пользование, с переходом или без перехода к лизингополучателю права собственности на предмет лизинга;

б) лизингополучатель — физическое или юридическое лицо, которое обязано принять предмет лизинга за определенную плату, на определенный срок и на определенных условиях во временное владение и пользование в соответствии с договором лизинга;

в) банк или другое кредитное учреждение, предоставляющее средства на приобретение предмета договора.

На рынке лизинговых услуг можно выделить и специальные субъекты, такие как страховые компании, осуществляющие страхование всевозможных рисков, возникающих при лизинговой сделке (страхование имущества лизингодателя, кредитов, предоставляемых лизингодателю кредитным учреждением, страхование возможных рисков неплатежей и др.).

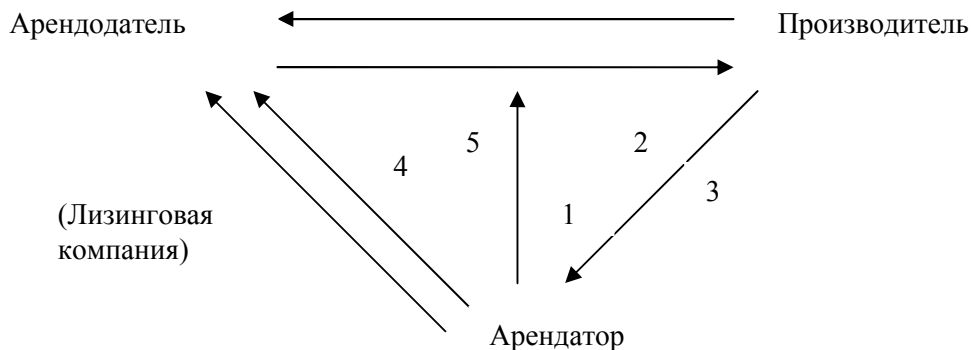
В практике развитых стран применяются различные виды лизинга. Наиболее распространенными являются [3–5]:

- оперативный (сервисный) лизинг (operating lease);
- финансовый (капитальный) лизинг (financial lease);
- возвратный лизинг (sale and lease back);
- долевого лизинга (с участием третьей стороны) (leveraged lease);
- прямой лизинг (direct lease);
- сублизинг (sub-lease).

Все существующие виды лизинговых соглашений являются разновидностями двух базовых видов — оперативного либо финансового.

Оперативный (сервисный) лизинг (рис. 2) — это соглашение о текущей аренде. Как правило, срок такого соглашения меньше периода полной амортизации арендуемого актива. Таким образом, предусмотренная контрактом арендная плата не покрывает полной стоимости актива, что вызывает необходимость сдавать его в лизинг несколько раз.

К основным объектам оперативного лизинга относятся быстро устаревающие виды оборудования (компьютеры, копировальная и множительная техника, различные виды оргтехники и т.д.) и технически сложные, требующие постоянного сервисного обслуживания объекты (грузовые и легковые автомобили, авиалайнеры, железнодорожный и морской транспорт).



1 — заявка на оборудование; 2 — плата за оборудование; 3 — оборудование; 4 — арендные платежи; 5 — возврат оборудования по истечении срока контракта

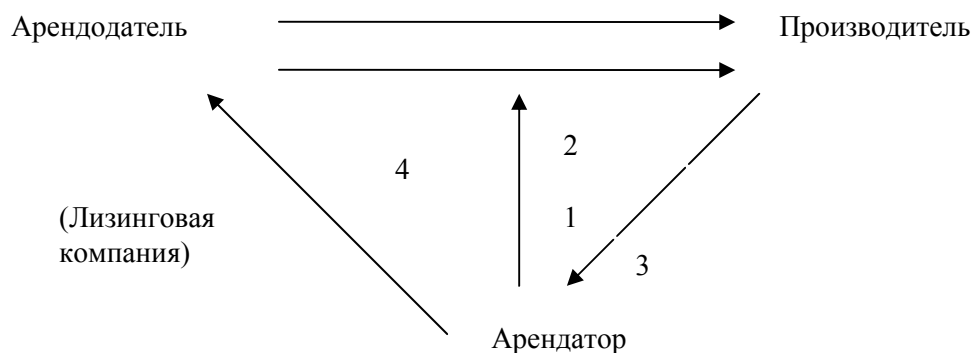
Рисунок 2. Схема оперативного лизинга

Условия оперативного лизинга более выгодны для арендатора. В частности, возможность досрочного прекращения аренды позволяет своевременно избавиться от морально устаревшего оборудования и заменить его более высокотехнологичным и конкурентоспособным. Кроме того, при возникновении неблагоприятных обстоятельств арендатор может быстро прекратить данный вид деятельности, досрочно возвратив соответствующее оборудование владельцу, и существенно сократить затраты, связанные с ликвидацией или реорганизацией производства.

Использование различных сервисных услуг, оказываемых лизингодателем либо производителем оборудования, часто позволяет сократить расходы на текущее техническое обслуживание и содержание соответствующего персонала.

Недостатки оперативного лизинга: более высокая, чем при других формах лизинга, арендная плата; требования о внесении авансов и предоплат; наличие в контрактах пунктов о выплате неустоек в случае досрочного прекращения аренды; прочие условия, призванные снизить и частично компенсировать риск владельцев имущества.

Финансовый (капитальный) лизинг (рис. 3) — долгосрочное соглашение, предусматривающее полную амортизацию арендуемого оборудования за счет платы, вносимой арендатором.



1 — заявка на оборудование; 2 — плата за оборудование; 3 — оборудование; 4 — арендные платежи

Рисунок 3. Схема финансового лизинга

Поскольку подобные соглашения не допускают возможности досрочного прекращения аренды, правильное определение величины периодической платы обеспечивает владельцу полное возме-

ние понесенных затрат на приобретение и содержание оборудования, а также требуемую норму доходности. При этой форме лизинга все расходы по установке и текущему обслуживанию имущества возлагаются, как правило, на арендатора. Часто такие соглашения предусматривают право арендатора на выкуп имущества по истечении срока контракта по льготной или остаточной стоимости (стоимость может быть чисто символической, например один доллар).

Финансовый лизинг имеет ряд разновидностей: лизинг с обслуживанием; левиридж-лизинг; лизинг «в пакете». Лизинг с обслуживанием представляет собой сочетание финансового лизинга с договором подряда и предусматривает оказание целого ряда услуг, связанных с содержанием и обслуживанием сданного в аренду оборудования. Левиридж-лизинг, или возвратная аренда, — частный случай прямого финансового лизинга. Его специфика заключается в том, что собственник имущества (поставщик) передает право собственности на него будущему лизингодателю на условиях купли-продажи, т.е. продает это имущество. Одновременно поставщик вступает со своим партнером в арендные отношения в качестве пользователя этого имущества. В данном случае поставщик и лизингополучатель являются одним и тем же юридическим лицом. Поставщик выплачивает своему партнеру арендные платежи, включаемые в издержки производства, что понижает налогооблагаемую прибыль и создает у него эффект налоговой экономии (отсрочки уплаты налога). Данный вид финансового лизинга представляет интерес для отечественных предприятий, поскольку в условиях экономической нестабильности позволит им успешнее решать свои финансовые проблемы.

Лизинг «в пакете» — метод финансирования предприятия, при котором здание предоставляется пользователю в кредит, а оборудование передается по договору аренды.

*Развитие лизингового бизнеса — один из механизмов
поддержки государством сельского хозяйства Казахстана*

Реальный доступ к сельскохозяйственной технике, как свидетельствует мировая практика, может обеспечить широкое применение лизинга. Сегодня совершенно иные мотивы введения в практику аренды сельскохозяйственной техники в форме лизинга. Все сводится к тому, что ее потребители — сельскохозяйственные предприятия и фермеры — не в состоянии оплатить технику в разовом порядке, в момент ее покупки. Нет у нас и перепроизводства сельскохозяйственной техники, наоборот, существует ее острейший дефицит.

Лизинг машин и оборудования, как средство сокращения производственных издержек, особенно привлекает мелкие и средние фирмы, широко распространенные в сфере агробизнеса, фермерские хозяйства и кооперативы, которые тем самым получают возможность ввести в действие современную технику и технологии при незначительных и растянутых во времени затратах.

Казахстан тоже ищет свои пути решения вопросов технического обеспечения аграрного сектора. Это возможно, на наш взгляд, при организации на лизинговой основе обслуживающих прокатных пунктов технического оборудования. В целях поддержки отраслей сельского хозяйства и обеспечения нормальной работы в рыночных условиях необходимо введение гарантированного материально-технического обеспечения сельских товаропроизводителей по паритетным и стабильным в течение года ценам.

Государству следует закупать часть новой техники у ее изготовителей, с последующей реализацией в кредит сельским товаропроизводителям, при расчетах за нее по договорным ценам сельхозпродукцией. Этим будут обеспечиваться сбыт продукции и стабилизация экономического положения сельского хозяйства и отрасли машиностроения, ускорение оборачиваемости капитала и ликвидация физического и морального старения техники в условиях обеспечения НТП. Необходимо стимулирование производства, выпускающей ресурсосберегающую технику, обеспечение эквивалентности обмена между сельским хозяйством и промышленностью, создание рынка машин и технологий для товаропроизводителей АПК всех уровней.

С помощью лизинга сельскохозяйственный товаропроизводитель имеет возможность получить для своего производства необходимые машины и оборудование; фактически пользуется беспроцентной долгосрочной ссудой, которая не учитывает инфляцию, а стоимость арендной платы составляет значительно меньшую величину в сравнении с банковской учетной ставкой. К тому же лизингополучатель может воспользоваться отсрочкой по платежам.

Таким образом, одним из механизмов поддержки государством сельского хозяйства должно быть активное развитие лизингового бизнеса в нашей стране. Заинтересованность государства в развитии лизинговой деятельности предопределяет введение эффективных правил ее осуществления, так

как лизинг создает условия для расширенного воспроизводства. Помощь государства в этом могла бы выражаться в форме процентной субсидии и предоставления гарантий возврата полученных кредитов банкам второго уровня. Для государства же политика целенаправленной поддержки развития лизинга позволила бы оживить сферу отечественного сельхозмашиностроения, увеличить число рабочих мест.

Список литературы

- 1 *Карп М. В., Масленченков Ю.С., Тавасиев А.М.* и др. Лизинг: экономические, правовые и организационные основы: Учеб. пособие / Под ред. А.М. Тавасиева, Н.М. Коршунова. — М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2004. — 320 с.
- 2 *Белоус А.* Мировой рынок лизинга на рубеже XX–XXI веков: эволюция, основные показатели и тенденции // Технологии лизинга и инвестиций. — 2002. — № 2. — С. 23.
- 3 *Филиософова Т.Г.* Лизинг: Учеб. пособие. — М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2006. — 191 с.
- 4 *Макеева В.Г.* Лизинг: Учеб. пособие. — М.: ИНФРА – М, 2003. — 192 с.
- 5 *Красева Т.А.* Основы лизинга. — Ростов н/Д.: Феникс, 2003. — 224 с.

А.Б.Жұмашева

Лизинг машиналар мен құрал-жабдықтарға арналған инвестицияны қаржыландырудың қуатты құралы ретінде

Мақалада экономикалық категория ретіндегі лизингтің айрықша мәні ашылған. Әлемнің дамыған елдеріндегі лизингтік қатынастардың ерекшеліктері суреттелген. Лизингтік қатынастардың субъектілері және нысандары талданған. Лизингтің барынша кең таралған түрлеріне көңіл бөлінген. Лизингтік мәлімдемелер тетігін жетілдіру мүмкіндіктері қарастырылған. Қазақстанның аграрлық өнеркәсіп кешенінде лизингтің даму болашағы туралы қорытынды жасалған.

A.B.Zhumasheva

The leasing as a powerful tool for the financing of investments in machinery and equipment

It's disclosed specificity of leasing as an economic category. It's described the features of leasing relations in the developed world. The analyzed the subjects and objects of leasing relations. The attention is given to the most common types of leases. It's considered possibilities of improving the mechanism of leasing transactions. It's conclusions about the prospects for the development of leasing in the agro-industrial complex of Kazakhstan.

References

- 1 *Karp M.V., Maslencikov Yu.S., Tavasiev A.M. et al. Leasing: economic, legal and organizational framework: Textbook / Edit. by A.M. Tavasieva, N.M. Korshunova, Moscow: UNITY – DANA, 2004, 320 p.*
- 2 *Belous A. Technology leasing and investment, 2002, 2, p. 23.*
- 3 *Filiosofova T.G. Leasing: Textbook, Moscow: UNITY – DANA, 2006, 194 p.*
- 4 *Makeeva V.G. Leasing: Textbook, Moscow: INFRA – M, 2003, 192 p.*
- 5 *Kraseva T.A. The fundamentals of Leasing, Rostov n/d: «Phoenix», 2003, 224 p.*

Д.А.Құнанбаева

*Абылай хан атындағы Қазақ халықаралық қатынастар мен әлем тілдер университеті, Алматы
(E-mail: san.1960@mail.ru)*

Білім беру қызмет нарығының конъюктурасына қоршаған маркетингтік ортадағы компоненттердің ықпалы

Автор білім беру саласында маркетингтің әлеуетін іске асырудың қажеттілігі мен болашағын дәйектеді, маркетингтік ортаның анықтамасы берілді. ҚазХҚжӘТУ-нің стратегиялық даму және мониторинг басқармасы университеттің ішкі, сонымен қатар сыртқы маркетингтік ортасын зерттеуді үнемі жүргізеді. Автормен Германия, Ұлыбритания, Франция, АҚШ, Жапония жоо-дың модельдері талданып, ҚР қалыптасып жатқан жоғары мектептердің алдында әлі көп мағыналы салдарды болжайтын, білім беруді мазмұндық интернационалдандыру сатысы тұрғандығы жайлы айтылған. Сұранысқа ие мамандарды қалыптастырудың маркетингтік заңдылықтарын анықтау және оларға талдау жасауға мүмкіндік берді, жоғарғы білім беру жүйесіндегі субъектілерінің қызметін бағалау жүйесін құрастыруға алғышарттар жасалды. Осы зерттеудің аясында, Абылай хан атындағы ҚазХҚжӘТУ маркетингтік талдаудың нәтижелері бойынша сұранысқа ие мамандарды даярлау үдерісіндегі құзыреттілік тұрғысынан қарау мен психоәлеуметтік факторлардың рөлінің күшеюін бейнелейтін білім беру қызметі нарығының профиль-пакеті ұсынылды.

Кілт сөздер: компоненттер, маркетингтік орта, конъюнктура, білім беру қызмет нарығы, талдау, ішкі орта, сыртқы орта, модельдер, өлшемдер жүйесі, профиль-пакет, құзыреттілік тұрғы.

Білім беру қызметтерін қалыптастыру мен жоғары оқу орындарының жұмыс істеуінің нарықтық жағдайлары жоғары оқу орындарын басқарудың жаңа ұйымдастырушылық-экономикалық механизмдерін жасауды талап етеді. Нарықтық экономика жағдайларында жоғары оқу орындарын басқаруда маркетингтік тұрғыдан қараушылық басым болу керек. Неғұрлым тиімдісі ретінде жоғарғы оқу орындарын басқаруда басым орын алуы тиіс басқарудың маркетингтік тұжырымдамасы бой көрсетеді. Әр түрлі факторларға байланысты әрбір жоғары оқу орны маркетингтік басқарудың өз тұжырымдамасын таңдауға құқылы. Білім беру саласында маркетингтің әлеуетін іске асырудың қажеттілігі мен болашағы дәйектелді. Дәл осы өтпелі кезеңде, білім беруді, мемлекет қолдауының жеткіліксіздігі жағдайында, маркетинг барлық меншік формаларындағы білім беру мекемелерінің өмір сүруі мен дамуының шынайы құралы ретінде маркетинг қажет. Тек ол ғана стихиялы қалыптасу үстіндегі білім беру қызметі (БҚ) нарығын өркендетті, оларды ұсыну сұранысқа сайма-сай етуге және оның келешегіне көмектеседі, ал білім беру мекемелеріне даму тұрақтылығына кепілдік береді. Зерттеудің жаңа ғылыми нәтижелері қоршаған маркетингтік ортаның құрылымы мен беталысын талдау, білім беру саласындағы маркетингтің миссиясын, субъектілерінің құрамы мен функцияларын, принциптері мен әдістерін, білім беру қызметтерінің сипаттамасын қоса алғандағы жасалған тұжырымдама болды, ол білім беру қызметтерінің маркетингтік қызметінің, бәрінен бұрын жоғарғы және қосымша білім берудің нақты бағдарларын береді, өйткені дәл осылар мамандарды даярлау, қайта даярлау және біліктіліктерін көтеру жөніндегі БҚ ұсынысын қалыптастырады.

Маркетингтік орта — бұл жоғары оқу орнының тұтынушылардың мақсатты аудиториясымен өзара тиімді қатынастарды орнату және ұстап тұру мүмкіндігіне ықпал ететін факторлардың жиынтығы. Маркетингтік орта ішкі (микроорта) және сыртқы (макроорта) болады. Ішкі маркетингтік орта жоғары оқу орнының қызметіне тікелей қатысы бар элементтерден тұрады. Жоғары оқу орнының (жоо) бақылаушы факторлары болып университеттің өзі және оның маркетингтік шешімдерді қабылдауға ықпал ететін түрлі әкімшілік деңгейдегі бөлімшелері болып табылады. Сыртқы маркетингтік орта басқарылатын бола алмайды, және жоо-ның, оның факторларына ықпал етуге шамасы келмейді, сондықтан да ол сыртқы макроортаның факторлары, оның дамуына көмектесетіндей оңтайлы жағдайларды іздестіреді. Сыртқы маркетингтік орта демография, географиялық орналасу, саясат, құқық, ғылыми-техникалық және әлеуметтік-мәдени даму және т.б. сияқты элементтерде берілген. Университеттің сыртқы маркетингтік ортасы университетке қатысты және университет тарапынан тікелей басқаруға бағынбайтын, бірақ жоо олардың ықпалын өз қызметінде ескеруі тиіс сыртқы факторларды, жағдайларды, күштер мен субъектілерді білдіреді. Университеттің сыртқы маркетингтік ортасы сыртқы макроорта мен сыртқы микроортаға бөлінуі

мүмкін. Сыртқы макроортаны кең ауқымды әлеуметтік мәні бар сыртқы факторлар: демографиялық, экономикалық, әлеуметтік-мәдени, саяси, құқықтық және ғылыми-техникалық факторлар белгілейді. Сыртқы микроорта университеттің қызметіне тікелей ықпал ететін күштермен берілген: университеттің тауарлары мен қызметін тұтынушылар, бәсекелестер, ұсынушылар, делдалдар, байланысты аудиториялар (мемлекеттік басқару органдары, қоғамдық ұйымдар, бұқаралық ақпарат құралдары). Университеттің ішкі ортасы оның әлеуетін сипаттайды және университет бақылауындағы факторлармен белгіленеді. Қазіргі уақытта университеттің ішкі ортасының маңызды құрамдас бөлігінің бірі университетті маркетингтік қамтамасыз ету деңгейі мен белсенділігі болып табылады. 1-суретте университет бір мезгілде нарықтың үш түрінде: БҚ, еңбек, ғылыми-техникалық өнімдер мен қызметтер нарығында жұмыс істейтіндігін ескергендегі университеттің маркетингтік ортасы берілген.

Университеттің маркетингтік ортасына талдау жасау оның өзгергіштігіне байланысты нарық жағдайында дәйектелген басқарушылық шешімдер қабылдау мақсатында үнемі жүзеге асырылуы тиіс. Осыған байланысты университетте маркетингтік ортаның элементтерін сипаттайтын маркетингтік индикаторлардың өзгеру динамикасын талдауға мүмкіндік беретін маркетингтік ортаны зерттеу жүйесін жасаған дұрыс. ҚазХҚжӘТУ-нің стратегиялық даму және мониторинг басқармасы университеттің ішкі, сонымен қатар сыртқы маркетингтік ортасын зерттеуді үнемі жүргізеді. Ұйымның ішкі ортасын зерттеу әдістерінің бірі SWOT-талдау болып табылады. Бұл құралды пайдаланудың үлгісін басқарма жоо-ның ғылыми және инновациялық қолдауын талдау үшін қолданған. ҚазХҚжӘТУ-індегі ғылыми және инновациялық қызметті қолдау инфрақұрылымын, менеджмент пен қызметкерлерін сипаттайтын көрсеткіштерді сараптамалық бағалау талданып отырған саланың күшті және әлсіз жақтарын анықтауға мүмкіндік берді.



1-сурет. Университеттің маркетингтік орта құрылымы [1]

Қауіптерді білдіретін немесе сыртқы орта ұсынатын жағымды мүмкіндіктерді қамтамасыз ететін сыртқы факторларды сараптамалық бағалау олардың университеттегі ғылыми және инновациялық қызметтің дамуына әсерін бағалауға мүмкіндік берді. Жүргізілген SWOT-талдаудың нәтижесінде алынған мәліметтер ҚазХҚжӘТУ-нің 2020 жылға дейінгі ғылыми және инновациялық қызметін қолдауды жақсарту саласындағы стратегиясын жасауда пайдаланылды.

Білім беру саласында оның макроортасымен ең тұрақты және кең кері байланысы бар. Білім беру макроортаның ықпалына неғұрлым ұшырағыш, өйткені мәні бойынша ол оның көшірмесі болып табылады. Микроорта маркетингтің белгілі бір субъектісіне, сондай-ақ оның нақты мүмкіндіктеріне тікелей қатысы бар нақты адамдарды (ұйымдарды) білдіреді. Микроортаны мыналарға бөлуге болады:

- білім беру ұйымдарының бақылауына бағынбайтын факторлар (бұған нақты ұсынушылар, бәсекелестер мен тұтынушылар жатқызылады);

- білім беру ұйымдары тарапынан ішінара бақыланатын факторлар (бұған ұйымның қызмет саласын таңдауы мен өзгертуі, мақсаттарын анықтауы, ондағы маркетингтің орны, сондай-ақ маркетинг саласындағы қызметкерлерінің кәсіби біліктілік және олардың мәдениетінің дәрежесі жатқызылады). Осы факторлардың реттелушілік деңгейі ұйымның дербестілік деңгейін анықтайды;

- маркетинг қызметі тарапынатын бақыланатын факторлар: маркетингтік қызметтің мақсаттық сегменттерін (жасалымдардың ерекшеліктерін, көлемі мен тереңдігін), мақсаттарын (ұйымның имиджіне, ілгерілету жолдарына, бәсекелестіктің рөліне қатынасын, сондай-ақ (маркетингтік әрекеттерді орындау кезінде түзетулер енгізуді қоса алғандағы) мақсаттарды таңдау.

Маркетинг субъектісі микроорта факторларымен қатынастарды реттей алады. Ол нарықта өзінің олармен өзара қарым-қатынастарын жолға қою мүмкіндігі бар субъектілерді таңдай алады. Бұның тек, егер шынайы нарық туралы сөз болғанда және онда таңдау бар болғанда ғана, мағынасы бар. Осыған байланысты микроортаны модельдеу деңгейінде немесе нарықтың белгілі бір субъектісінің, яғни білім беру мекемесінің мысалында, зерттеп білуге болады. Макроорта, керісінше, маркетинг субъектілерінің бәріне ортақ болып табылады. Жоғарғы мектептегі БҚ нарығының макроортасына назар аударамыз [2].

Отандық саяси ортада қоғамдағы жалпы саяси беталыстардың ауысуының тікелей салдары болып табылатын үдерістердің екі негізгі тобын бөліп көрсетуге болады. Үдерістердің бірінші тобы КСРО-ның құлауымен, жаңа егеменді мемлекеттердің құрылуымен анықталады. Үдерістердің екінші тобы, бұрын білім беру саласына жауапты болған әлеуметтік-саяси институттардың жалпы сынуы ретінде сипатталады. Бұл әсер етушілік әсіресе соңғы жетпіс жылда дәстүрлі түрде саяси-идеологиялық принциптер басым болған отандық жоғарғы білім үшін айрықша маңызды. Оқу жоспарларында дайындық пен мамандық бағдары бойынша пәндерге қарағанда аз орын алмаған қоғамдық-саяси пәндердің тұтас бір қатары келмеске кетті. Оқу-әдістемелік материалдар кешені, бағдарламалар, оқулықтар мен оқу құралдарын қоса, білім беру технологиялары, мамандардың мақсаттық модельдері түбегейлі жаңаруда. Мемлекеттердің – бұрынғы одақ республикалары арасында жаңа саяси шекаралардың іс жүзінде пайда болуы олардың білім беру саласындағы мүдделерін ерекшеледі. Айталық, жаңа егеменді республикаларда ұлттық тілдерге мемлекеттік мәртебе беру, жаңа саяси байланыстарды ескере отырып, басқа шет тілдеріне, соның ішінде тек еуропалық қана емес, сонымен қатар шығыс тілдеріне оқытудың маңыздылығы мен сұраныстылығын күрт көтерді. Орыс тілінің өзінің айрықша мәртебесін жоғалту салдарынан іскерлік қатынастардың жалпы қабылданған тілі ретіндегі ағылшын тілінің статусы жоғарылады. Жаңа шекаралар білім беру мекемелері мен білім беруді басқару құрылымдары алдына сапалық басқа мәселелерді қойды. Мамандарды даярлау бағдарларына қатысты қалыптасқан еңбек бөлінісін түбегейлі өзгерту талап етілді. Ғылыми-педагогикалық кадрларды қайта даярлауды, материалдық-техникалық және оқу-әдістемелік қамтамасыз етуді ұйымдастырудың жаңа мәселелері пайда болды.

Демократия Қазақстанда сонау КСРО аясында болған 80-жылдардың екінші жартысында басталғанмен де, саяси жүйені реформалаудың нағыз үдерісі туралы тек 1991 жылдың 16 желтоқсанындағы «Мемлекеттік тәуелсіздік туралы заң» қабылданған соң ғана айтуға болады. Бұл үдерістің негізгі сатылары: саяси партиялардың, қоғамдық-саяси қозғалыстардың құрылуы мен дамуы, 1993 және 1995 жж. Конституцияны қабылдау, «Сайлау туралы» жаңа Заңды қабылдау, бүкіл халықтық Президент және Парламент сайлаулары. Қазақстан Республикасының саяси жүйесін демократияландырудың маңызды сатысы билікті жүзеге асыруға саяси партиялардың қатысу мүмкіндіктерін кеңейткен 1998 жылдың 7 қазанындағы ҚР Конституциясына өзгерістер мен толықтырулар енгізу болды. Алайда бүгінгі таңда бұл үдеріс аяқталды деп айтуға болмайды. Қазақстанның саяси жүйесінің демократия жағына қарай өзгеруі саяси партияларды одан әрі дамытуды және шынайы партиялық жүйені қалыптастыру мен азаматтық қоғам институттарын дамытуды талап етеді. Дамыған елдерде білім беру саласына инвестициялар салу ең сенімділердің бірі болып табылатындығы күмән тудырмайды. Қазақстанның 2003–2015 жылдарға арналған Индустриялық-инновациялық даму бағдарламасы ғылым мен инновациялық қызмет саласында белсенді мемлекеттік саясат жүргізу есебінен экономиканың жоғары технологиялық құрылымын жасауға бағытталған. Бұл бағдарламаны іске асыру еліміздің өндірісті-экономикалық жүйесін нығайтуға және дамытуға бағытталған, мұнда жоғары білікті ғылыми-инженерлік кадрлардың болуы мен даярлануының маңызы зор. Ғалымдар атап өткендей, әлемде елдердің орны зияткерлік әлеуетпен анықталады. Ішкі жалпы өнімнің (ІЖӨ) 40 %-ға дейін өсімін неғұрлым дамыған елдер білім беру жүйесін тиімді дамытудың нәтижесінде алады екен. Америкалық сарапшылардың бағалауы бойынша,

білім беру жүйесіндегі 1 АҚШ долл. 3–6 АҚШ долл. пайда алуға мүмкіндік береді екен [3]. Алайда біздің елімізде мұндай беталыстар әзірше лайықты шамада көріне алмайды. Дегенмен де тұйықталған шеңберден жарып шығу тек білім беруге инвестициялар құйған жағдайда ғана мүмкін.

Ғылыми-педагогикалық кадрлардың, профессорлық-оқытушылық құрамның еңбегін төлеу саласындағы экономикалық саясат міне бірнеше ондаған жылдар бойы мамандықтың төңкерілген, бұрмаланған абыройына бейілділікті көрсетіп келеді. Егер де АҚШ-нда оқытушылық құрамның еңбек ақысы білікті жұмыскердің жалақысынан 2–2,5 есе артық болса (профессорлардың орташа жалақысы – айына 4,5 мың долл.), ал біздің елімізде әзірге мұндай үдеріс байқалмайды. Әрине, істің мұндай жайы білікті кадрларды баламалы білім берушілік құрылымдарына және жалпы білімнен кетуге итермелейді. Жастарды ғылымға тарту үшін жағдайлар жасалмаған. Кадрлардың ескіруі байқалады. ҚР-дағы ғылыми қызметкерлердің орташа жасы — 55 жас. Талантты жастардың ең алдымен материалдық жағдайдың төмендігі мен жоғары оқу орнынан тыс жалақы табу қажеттігінен кетуімен ғылыми және педагогикалық мектептердің сабақтастығы бұзылуда. 2012 жылдың соңында еліміздің Президенті «Қазақстан-2050» стратегиясы» ұзақ мерзімді даму стратегиясының аясында, өзінің міндеті етіп Қазақстанның әлемнің неғұрлым дамыған 30 елінің қатарына қосылуын қойған жаңа курсты жариялады. Президент республиканың басты мақсаты 2050 жылға таман күшті мемлекеттің, дамыған экономиканың және жалпыға бірдей еңбек мүмкіндіктерінің негізінде игілікті қоғам құруда деп атап өтті. Еліміз «алдымен — экономика, содан соң – саясат» принципіне сәйкес дамып келеді. Саяси реформалардың әрбір сатысы экономиканың даму деңгейімен тоқайласады, ізерлі түрде саяси либералдандыру жүзеге асырылуда. Тек осылай ғана елді модернизациялауға және оны бәсекеге қабілетті етуге болады. Қазақстанда кәсіпкерлік қызмет үшін негізді жағдайлар мен заманауи салықтық жүйе қалыптастырылған. Республикамызға 160 млрд долл. шетелдік инвестициялар тартылған. Стратегия – 2030 қабылдаған сәттен бастап өткен 15 жыл ішінде республика әлемнің ең серпінді дамып келе жатқан елдерінің бестігіне кірді. Дүниежүзілік экономикалық форумның рейтингінде Қазақстан 51-і орында және амбициялық мақсатқа — әлемнің неғұрлым бәсекеге қабілетті 50 елінің қатарына кіруге бір қадам ғана жетпей тұр. Президент 2050 жыл — бұл жай ғана символдық дата емес, бүгінгі таңда әлем қауымдастығы бет түзеп отырған шынайы мерзім екендігін атап өтті. Осылайша, БҰҰ-нда 2050-і жылға дейінгі өркениет дамуының жаһандық болжамы жасалды. Қазақстанның басты мақсаты — 2050-і жылға қарай әлемнің ең дамыған 30 мемлекетінің қатарына ену. Қоғамның экономикалық ортасының неғұрлым мәнді белгілері инфляция деңгейі, несиелер бойынша мөлшерлемелер, салық салу, халықтың ағымдағы табыстарының деңгейі, жиған-тергені, тұтынушылық себетінің құны сияқты аса маңызды макроэкономикалық көрсеткіштерімен анықталады. Осы көрсеткіштердің өзгеруі әдетте білім берудегі, БҚ-не сұраныстағы тек сандық қана емес, сонымен бірге құрылымдық ілгерілеуді туындатады. Іргелі университеттік білімге деген сұраныстың төмендеуіне жалпы беталыс, Еуропаның университеттерінде оқушылардың жалпы санының қысқаруы зияткерлік элитаны даярлау орталықтары ретіндегі университеттерге деген көзқарастың елеулі түрде әлсіреуіне алып келді. Іс жүзінде университеттер көбінесе үздіксіз білім беру орталықтары ретінде қарастырыла бастады. Абитуриенттер күнкөріс үшін біліктілікке ие бола отырып, тек экономикалық себептерді басшылыққа ала отырып келетін болды. Терең экономикалық дағдарыс біздің елімізде тек қандай да бір шамада пайдакүнемдік экономикалық-басқарушылық білім алуға және заңгерлік білімдерге сұраныстың сақталуына мүмкіндік берді. Мұндай кеми бастаған сұраныс, барлық жалпы саяси және әлеуметтік ахуалдың жылдам өзгеруімен өрши түсті, дегенмен неғұрлым ұзақ мерзімдік жоспарда дәл осы өзгерістердің жылдамдығы іргелі білімдерді, жағдайда өз бетінше бағдарлана алуды, қорытындылар жасауды, шешімдер қабылдауды талап етеді. Экономикадағы өзгерістер, әсіресе монополиясыздандыру, шаруашылықтық-басқарушылық субъектілерін мемлекетсіздендіру, олардың іс жүзіндегі дербестілігінің қалыптасуы бағытында жаңадан пайда болып жатқан кәсіпорындарды, олардың қызметін бухгалтерлік қамтамасыз ету, байланыс құралдарын, информатиканы және т.б дамыту үшін жаңа кадрларды талап етеді. Жоғары білімі бар мамандарға деген сұраныстың жағымсыз жағдайы олардың артықшылығы туралы тезистен көрініс тауып жатыр; бұл өз кезегінде оларды пайдаланудағы жағымсыз ахуалмен көрнекілендіріледі. Өз кезегінде кәсіпорындар, экономикалық жағынан дербестенген соң жас мамандардан бас тарта бастады. Көптеген кәсіпорындар өз жұмыскерлерін көбінесе оларды меңгеру осы кәсіпорыннан тыс пайдалануға болатын кәсіптерге оқытуды құптамайды және тіпті осындай оқудың қысқа мерзімдік формаларын да төлемейді.

Демографиялық сипаттамалар мен халықтың даму беталыстары БҚ-не сұраныс конъюнктурасында айрықша маңызды рөл атқарады. Әсіресе 1992 жылдан бастап білімге бастаған қызығушылықтың төмендеуі, еңбекке қабілетті жастың (кезеңнің) жалпы ұлғаюымен үйлесе отырып, бастапқы жоғарғы білім алудан гөрі, кадрларды қайта даярлау міндетін көбірек қояды. Ұлттың қартаюуы жеделдеп, еңбекке қабілетті жастан жас тұрғындардың үлес салмағы төмендеуде. Білім беру қызметіне сұраныспен салыстырғанда жұмыссыздықтың рөлін бағалай отырып, оның салдарының екі жақтылығын көру маңызды. Бір жағынан, жұмыссыздық тым болмағанда контингенттің сәйкес бөлігін қайта оқуға мәжбүрлейді. Оның жұмыссыздық салдары ретінде бой көрсететін басқа жағымсыз жағы неғұрлым күшті: Жалпы ұлттық өнімнің (ЖҰӨ) төмендеуі білім беру жүйесінің бюджетіне қатты соққы болып отыр. ҚР-нда саяси және ұлттық ортадағы өзгерістермен тығыз байланысты гастарбайтерлер — шетелдік уақытша жұмыскерлер өздерін неғұрлым белсенді көрсетуде. Біздің қоғамда өзекті бола түскен жұмыссыздық мәселелері білімге сұраныста өзіне тән жыныстық айырмашылықты тудырды. Кәсіпорындардың көпшілігінде босатылуға бәрінен бұрын әйелдер жатады — міне, солар резервтік еңбек армиясын толықтырып отыр; соның салдары ретінде әйелдерді қайта даярлауға сұраныс өсіп отыр. Шағын, әсіресе отбасылық бизнес саласындағы білімдерге сұраныстың жалт ете қалушылығы байқалады. Демографиялық айырмашылықтың, жалпы білім беруде тым айқын байқалатын, урбанистік аспектісі, әсіресе жоғарғы мектепте айрықша көрініс тапқан. ҚР-ндағы оның мекемелерінің негізгі ауқымы екі қалада — Астана мен Алматыда шоғырланған. Әлбетте, мамандардың миграциясы — бұл тұлғаның орын ауыстыру еркіндігі мен еңбек ресурстары нарығы болған жағдайларда қалыпты құбылыс. Алайда мұндай миграцияның біздің елімізге қатысты ассимметриялылығы «зиялылардың жылыстауы» мәселесі туралы айтуға барынша негіз болып отыр. Кез келген саладағы жанға тиетін бұл жағдай білім беруде ұзаққа созылатын жағымсыз салдарымен және, бәрінен бұрын, толыққанды зияткерлік әлеуетті қайта жаңғыртуға қабілетті кадрлардың дефицитімен қиын болады. Бұл мәселені жедел түрде шешу тек қаржылық және бүгінгі күннің басқа да материалдық есептері бойынша ғана емес, сонымен бірге объективті жүріп жатқан ғылым мен білімді интернационалдандыру үдерісіндегі қатысушы елдердің қиын арылатын бастапқы теңсіздігінің салдарынан да мүмкін емес. Тіпті білім беру саласындағы дамыған елдер мен халықаралық ұйымдардың тарапынан көмектің болуы да осы көмек көрсетіліп отырған елден кадрлардың кетуін әлсіретпек түгілі, күшейтіп отыр. Алмасулар мен ынтымақтастық арқылы біржақты бағытталған көмектен білім беру қызметінің, біріккен және халықаралық білім берушілік құрылымдарын құруды қоса алғандағы, халықаралық интеграциясына қарай ілгерілеу — «зиялылардың жылыстауы» мәселесін шешудің жолы осындай болуы мүмкін болар еді.

Кез келген елде білім беру моделі мен тәжірибесі елеулі түрде ұлттық құрылыммен, ұлттық ерекшеліктермен анықталады. Жекелеген білім беру мекемелері осы модельдердің типологиясы мен өзіне тән белгілерін әр түрлі тереңдік дәрежесінен бейнелегенмен де, нұсқалардың кең ауқымында, жалпы бұл ерекшеліктер өте сезіледі. Функционалдық классификация тұрғысынан, Германияның жоғары оқу орнының орташа алынған моделін сипаттай отырып, мұнда басты көңіл ғылыми зерттеулерге бөлінетіндігін айтуға болады. Ұлыбританияның жоғары оқу орын моделі оқушы тұлғасының, оның жеке басының қабілеттерінің дамуына айрықша назар аударуымен сипатталады, және бұл үдеріс кез келген оқыту пәнінде дерлік таратыла алады. Осыдан келіп либералды білім беру тұжырымдамасы кең ауқымды зияткерлік мүмкіндіктерге және ерекше тұлғалық қасиеттерге, соның ішінде зерттеушілік және кәсіби дайындықты қаншалықты құрметтеген күннің өзінде жоғары оқу орнының болашақ басты міндеті сияқты болып табылатын, мінез-құлық қасиеттеріне ие тұлғалардың ықпалы деген келіп шығады. Француздық жоғарғы білім жүйесі, жоғарыда аталғандарға, әсіресе германдық жүйеге қарағанда, мемлекетке қатаң иерархиялық бағынуымен сипатталады. Мұнда ғылыми қызметті жоғары оқу орнының, университеттің «ішкі ғылымы» және «тыс ғылымы» болып бөліну дәрежесі жоғары. Прагматикалық бағдарланған жоғары оқу орындарынан «тыс ғылымдардың» болуы білім беруді кәсібилендіру бағытындағы жұмыстарын жандандырады. Сондықтан да мұндағы кең таралған модель кәсіби, «жаттықтырушылық» ретінде мамандандырылады. АҚШ-нда Еуропада қалыптасқан жоғарғы білімнің аталған барлық үш функционалдық модельдері біртіндеп іске асырылатын жүйе қалыптасқан. Бірінші саты (төрт жылдық дайындықты колледждер) ағылшын жүйесінің ізімен қаланған. Екінші саты (алтыжылдық даярлық жүргізетін) жалпы француздық кәсіби оқыту жүйесіне туыстас. Үшінші сатыда Германияға тән жоғарғы мектептің зерттеушілік функциясы ұлғайтылады. Америкалық этностың қалыптасуының тарихи ерекшеліктерін ескерер болсақ, еуропалық елдердің ықпалы мен олардың басымдықтарын

ассимиляциялайтын мұндай функционалдық құрылым таң қалдырмайды. Жоғарғы білімнің жапондық жүйесінде көбінде «кландық» белгілер бар. Мұнда жоғары оқу орындары белгілі бір қоғам топтарымен, БҚ тұтынушы топтармен орныққан байланыстарына, олардың басым ықыластары мен үміттеріне, фирмалардың қызметкерлерге қатынасының дәстүрлеріне, фирманың жалпы ахуалының талаптарына бағдарланған. Касталылық, дегдарлылық — жоғарғы білімнің жапондық моделін құруға тән принцип.

ҚР қалыптасып жатқан жоғарғы мектебінің алдында әлі көп мағыналы салдарды болжайтын, білім беруді мазмұндық интернационалдандыру сатысы тұр. Оның бірінші сатысы — халықаралық көмек — көбінде осы көмекті көрсетіп отырған елдердің, олардың ұлттық және халықаралық корпорацияларының уәждемесі мен мүдделерін іске асырады. Сонымен, болашақ отандық кадрлар мен мамандарды нарықтық дамыған елдер мен фирмаларға тән принциптерге, әдістер мен құндылықтарға қайта бағдарлау жүріп жатыр, өзінің ауқымы жағынан бірегей ресей нарығына, олардың мүдделерін түсінетін дайындық жүзеге асырылуда. Бұл оқыту тілін, терминологияны, оқу құралдарын, әдістемелерді, талдауға арналған мысалдарды, оқытудың нәтижелерін бағалау критерийлерін таңдау кезінде-ақ көрініс табуда. Кейбір мамандар мен зерттеушілер осы үдерістің нәтижелерін болжай отырып, тек сыртқы ғана емес, сонымен бірге, былайша айтқанда, ішкі «зиялылардың жылыстауына» да назар аударады. Біріншісі дайындалған мамандардың көпшілігі батыстық типтегі білім алып сәйкес зияткерлік және мәдени құндылықтарды, басым ықыластарды сіңіреді, сонымен бір мезгілде өз отанының шындығын шыдамдылықпен қабылдау қабілетін жоғалтып, оны тастап кетеді дегенге негізделеді. Екінші, ішкі «зиялылардың жылыстауы» айналасындағы отандастарының арасында ортақ пікірлестері болмағандықтан, отаны үшін тиімді жұмыс істеу мүмкіндігі болмаған маман тіпті шетелге кетпей-ақ, көбінесе басқа елдердің дәстүрлері мен мүдделеріне бет бұрады, олар үшін бағалы болып қалуды, әлем қауымдастығының мойындағандығын қалайды. Дегенмен, отандық ғылымда кадрлық дағдарыс ішкі «брэндрейн», яғни кадрлардың ғылымнан өнеркәсіпке, кәсіпкерлік секторға, мемлекеттік басқару секторына және т.с.с., кетуі салдарынан туындады. Әлбетте, жоғарғы білім беруді интернационализациялаудың көптеген жағымды жақтары да бар: әр түрлі ұлттық және ұлтаралық жүйелер мен жоғарғы білім субъектілері өзара байытушылығы, өзара ықпалы, ресурстарды тиімді пайдалану мүмкіндігі, жоғарғы мектептің дамуы мен жаңғыруының жаһандық мәселелерін шешу. Бірақ жоғарғы білімді әмбебаптандыруды түпкі мақсат ретінде бағамдасақ, оны дамушы елдерге қатысты интернационализациялау «батыстық тип бойынша біркелкілік» сатысында тоқтап қалуы мүмкін. Мәдени ортада ол ұлттық мәдениеттің кедейленуіне алып келуі мүмкін.

Білім беру, әсіресе жоғарғы білім, ешқандай бір басқа қызмет немесе тауар ретінде, мәдениетке таңылған, одан бөлінбейді. Білім беру қызметтеріне сұраныс мәдениет деңгейімен байланысты, және де мәдениеттің деңгейі қаншалықты биік болса, жаңа білімдер мен қосымша білімге деген қажеттілік соғұрлым айқын көрінеді. Мәдени деңгейдің өсуіне сәйкес тұтынушы саналы түрде өзінің білімі қажеттіліктерін қанағаттандыруға жұмсайтын бюджеттегі шығындар үлесі ұлғая түседі. Әлеуметтік-мәдени және моральдық-этикалық орта өте маңызды. Біздің қоғамымыздың және оның мүшелерінің бар назары нарықтық қатынастардың алғашқы өскіндеріне шоғырланған. Нарық бұрын біздің елімізде ресми мойындалғандардан елеулі түрде ерекшеленетін мәдениетті, мораль мен адамгершілікті қалыптастырады және көрсетеді. Бірақ әзірше нарық құрылымдық толық қалыптасқан жоқ, әзірше нарықтағы өркениетті тәртіп ережелері жұмыс істей қойған жоқ, қоғамда әлі күнге дейін «күштінің құқығы», мәдениетсіздік басым. «Еңбегіне қарай социалистік бөлініс» декларацияларымен тәрбиеленген, оны төлеуде іс жүзінде басым болған теңестірушілік үрдіс кезінде, елдің қалың көпшілігі үдеп келе жатқан әлеуметтік жіктелуді, табыстарды әділ бөлудің нарықтық критерийлерін өте қынжыла қабылдайды.

Ғылыми-техникалық озықтық — нақты бағдарлар мен дайындық мамандықтарының БҚ-не, яғни БҚ ассортиментіне, сұранысты анықтайтын тікелей әсер ететін неғұрлым ірі ауқымды факторлардың бірі. Дамыған нарықтық елдерде инженерлік бағдардағы дайындалған мамандар санының өсуге бет алған үрдісі де бар, бірақ ол елеулі емес, басым болып табылмайды. Ғылыми-техникалық озықтықты анықтайтын мамандықтарға ерекше көңіл бөлінеді, солардың ішінде информатика және есептеу техникасы, көп мәрте қолданылатын космостық техника, биотехнология, қатты денелер электроникасы, роботты техника, материалтану, дәстүрлі емес энергия көздерімен жұмыс технологиясы, экология, обырмен және психикалық аурулармен күрес медицинасы, тууды реттеудің қауіпсіз және тиімді әдістері және т.б. Айқын мысал болып «тауар өндірушілік экономикадан

білімдерді өндіру мен қолдануға негізделген экономикаға ойысу жүріп жатқан» дамыған мемлекеттер табылады. Жаңа технологиялардың, оларда жаңа білімдер бар жабдықтардың үлесіне ДЖӨ өсімінің 70–85 %-на дейін келеді. Ғылымды қажетсінетін өнімдердің әлемдік нарығының көлемі 2 трлн 300 млрд АҚШ долл. құрайды. (АҚШ үлесі — 39 %, Жапонияныкі — 30, Германияныкі — 16 %). Негұрлым дамыған жеті ел 50 макротехнологияның 46-сы бар, жаңа технологиялар нарығының 80 % ұстап тұр. АҚШ жыл сайын ғылымды қажетсінетін өнімді экспорттаудан 700 млрд жуық АҚШ долл., Германия — 530, Жапония — 400 млрд АҚШ долл. алады. Осы экономикалық кеңістік үшін шексіз жарыста инновациялар мен жалпы білім жеңіске жетудің басты факторына айналды [4].

Қорыта келе, дамыған елдердің қарастырылған тәжірибесінің негізінде, жоғары технологияларды ынталандырудың басты бағыттарын белгілеуге болады: жоғары технологиялар саласындағы мемлекеттік қолдау мен ынталандырудың бағыттарын белгілеу; технополистер, технопарктер мен нақты өндірістерді құруға күш салу; Internet-экономика инфрақұрылымының, дәлірек айтқанда: Internet-биржалардың, банктердің, маркетингтің, дүкендердің және т.б. тез дамуы үшін қаржылық, құқықтық және басқа да жағдайларды қамтамасыз ету; өзіміздің жаңа ұрпақтың шығармашылық және басқармашылық элитасын қалыптастыру мақсатында, білімдерді тудыруға және жаңа технологиялардың дамуын ілгерілетуге, еліміздің әлемдік нарықтағы жоғары технологиялар секторына қатысуын қамтамасыз етуге қабілетті, тиімді білім беру жүйесін қолдау; ғылымды қажетсінетін өндірістер саласына отандық және шетелдік инвесторларды тарту және ұлттық кәсіпкерлік құрылымдардың *web*-технологиялар саласындағы халықаралық альянстар мен трансұлттық компанияларға қатысуы үшін жағдайлар жасау қажет.

Бағдарлану мен мамандыққа, дайындықтардың мамандандырылуына қатысты отандық жоғарғы мектептің құрылымының икемсіздігі техникалық және технологиялық жаңалықтарды жасау, енгізу және кеңінен тарату қарқынының жеделдеуі жағдайында сындарлы факторға айналып отыр. Идеялардың пайда болуы мен оның ірі сериялы іске асырылуының арасындағы уақыт алшақтығы 1–2 жылдың деңгейіне шыға отырып, қысқара түсуде, нарық осыны талап етіп отыр. Жоғары оқу орны бірінші курстан бастап өз студенттерін жоғарғы білім алу аяқталар тұста оларға не керектігіне үйретеді, өйткені сәйкес идеялар дүниеге әлі келген жоқ; алайда дәл осы нәрсе мамандарды дайындау мерзімі өткен соң ескірмейтін БҚ-ін көрсетудің жалғыз ғана тәсілі ретіндегі жоғарғы білімнің іргелену пайдасына қосымша айғақ болады.

Қазақстандағы жоғары білімнің қоршаған маркетингтік макроортасы факторларының негізгі топтарына шолу жүргізудің нәтижелері мен айқындалған осы саладағы қызметтер конъюнктурасының үрдістері бойынша естен тандыратындай пікір қалыптасуы мүмкін. Расында да, қарастырылған факторлар өте қатал ықпал етуде, үрдістердің жағымсыз жағы басым. Дегенмен де, бұл қандай дәрежеде де бұл жерде маркетингке орын жоқ дегенді білдірмейді, керісінше, бірақ сөз шүбәсіз перспективалы сұранысты мақсатты түрде қалыптастыратын белсенді маркетинг турасында болуы тиіс.

Сұранысқа ие мамандарды қалыптастырудың маркетингтік заңдылықтарын анықтау және оларға талдау жасау білім беру мекемелерін басқару жүйесін жетілдіруге ықпал ететін кәсіби білім жүйесі субъектілерінің қызметін бағалау жүйесін құрастыруға алғышарттар жасады. Осы зерттеудің аясында, Абылай хан атындағы ҚазХҚжӘТУ маркетингтік талдаудың нәтижелері бойынша сұранысқа ие мамандарды даярлау үдерісіндегі құзыреттілік тұрғысынан қарау мен психоәлеуметтік факторлардың рөлінің күшеюін бейнелейтін білім беру қызметі нарығының профиль-пакеті жасалды (2-сур.).

Кәсіби білім беру жүйесінің жұмыс істеу критерийлеріне ішкі ұйымдастырушылық маркетингтің өлшемдері мен жалпы қоғам үшін де, сондай-ақ нақты білім беру мекемесі үшін де мақсаттарға қол жеткізу тұрғысынан кәсіби білім беру моделінің жұмыс істеуіне талдау үшін енгізілетін сыртқы органның критерийлері кіреді.

Білім беру мекемесінің психоәлеуметтік бағдарын білім беру мекемесі қызметкерінің және тұтынушының жеке басының психологиялық сипаттамалары құрайды.



2-сурет. Білім беру қызметі нарығының профиль-пакеті [5]

Кәсіби білім беру жүйесінің профиль-пакетін қалыптастыру мен талдаудың нәтижесі еңбек нарығында сұранысқа ие маманды даярлауға мүмкіндік беретін білім беру қызметі нарығының субъектілері арасындағы өзара ықпалдастық механизмін құру болып табылады.

Білім беру саласындағы маркетинг — бұл білім беру мекемелерінің стратегиялық дамуын анықтайтын, білім беру қызметінің тұтынушылары мен өндірушілер арасындағы маркетингтік коммуникациялар жүйесі. Маркетингтік саясатты құрастыру экономикалық құбылыстардың шынайы бар байланысын білдіретін маркетингтік заңдылықтар жиынтығының ықпалымен жүреді. Зерттеулер үшін басты міндеті барлық элементтердің арасындағы рационалды байланыстарды орнату арқылы олардың жұмысындағы үйлесімділікке қол жеткізу болып табылатын, сұранысқа ие мамандарды даярлау кезіндегі білім беру қызметі маркетингінің кешені қалыптастырылды, ол байланыстарды орнату үшін білім беру қызметі маркетингінің әрбір элементінің қызметінің нысанын анықтау қажет. Соңғы нәтижесінде мұндай нысан тұтынушы болып табылады. Кәсіби білім беру жүйесінің субъектілері болып табылатындар: мемлекет, түлектер, кәсіпорындар. Білім беру жүйесі нысандарына біз әр түрлі әдістерді пайдалану арқылы адамзат ресурстарына берілетін ақпараттар жиынтығын білдіретін зияткерлік өнім ретіндегі білім беру қызметін жатқызамыз. Білім беру қызметінің мәнін қарастыра отырып, қызметтердің дәстүрлі (сезілмеушілік, бастапқы көзден бөлінбеушілік, сапаның тұрақсыздығы, сақталмаушылық) және тек соларға ғана тән сипаттамаларын үйлестіруден көрініс табатын олардың ерекшелігін де ұмытпаған жөн. Білім беру маркетингі жекелеген адамдардың, ұйымдар мен қоғамның ұдайы зияткерлік дамуын шарттастыратын білім беру қызметі нарығының субъектілері мен объектілерінің өзара ықпалдастық механизмін білдіреді. Келесі элементтерден тұратын білім беру қызметін ұсынуудың пайымды нәтижесіне қол жеткізуге мүмкіндік беретін білім беру қызметі маркетингінің кешені қалыптастырылды: өзара ықпалдастық маркетингі, маркетингтік детерминациялық консалтинг, жеке мансап маркетингі, ішкі ұйымдастырушылық маркетингі, стратегиялық маркетинг, тактикалық маркетинг, имидж маркетингі, инновациялық маркетинг. Білім беру саласындағы бұл тұрғыдан қараушылықтың перспективалылығы оның БҚ-не сұранысты тұтынушылардың әр түрлі санаттарының қажеттіліктерінің иерархиясын ескере отырып, оларды алуына қарай, қалыптастыру және арттыру мүмкіндігінен туындайды.

Маркетингтік зерттеу сатыларын атап көрсетейік: зерттеудің негізгі мәселелерін анықтау және басты мақсаттарын құрастыру; ақпарат көздерін таңдау; ертеректегі деректердің негізінде ақпарат жинау, соның ішінде социологиялық және лабораториялық эксперименттердің нәтижелерін;

жиналған мәліметтерді талдау және мәліметтерді көрнекі түрге келтіру. Зерттеудің болжамы тұрғындар үшін жоғарғы білімнің қолжетімділігі оқу орындарын мемлекеттік басқару жағдайында қамтамасыз етіле алады, нарық жағдайындағы жоғары оқу орындарының қызметі студенттердің кәсіби-тұлғалық дамуын педагогикалық қолдаудың сапалы өзгеруін талап етеді; жоғары оқу орнын басқару жүйесіндегі маркетингтік қызметтің технологиялық инструментарийлері құрамында вариативті технологиялар болуы керек деген пайымда. Бәсекелестікті стратегия құралдар кешенін, соның ішінде қызметтер ассортиментін, баға құралымын, коммуникацияларды, бөлінуді және қызметкерлерді белгілейтін шешімдерге сүйенеді және маркетингтік іс-қимылдар жоспарларында нақтыланады, сәйкес бюджетпен нығайтылады, маркетингті ұйымдастыру және артынша оны басқару арқылы іске асырылады. Автор сызба түрінде тауар ретіндегі қызметтің жекелеген сипаттамаларымен байланысты кемшіліктерді жою үшін маркетинг құралдарын пайдалана отырып, білім беру қызметі құндылықтарын қалыптастыруды көрсеткен.

Жоғары оқу орындарындағы маркетингтік қызметтің негізгі бағыттарының ішінде жоғары оқу орнының оңтайлы стратегиясы мен тактикасын қалыптастырудың бастапқы нүктесі болып табылатын маркетингтік зерттеулер атап көрсетілді. Зерттеудің нәтижелері бойынша сұранысқа ие мамандарды қалыптастырудың келесі заңдылықтары анықталған: білім беру стандарттарын халықаралық деңгейде жетілдірудің негізінде кәсіби білім беру үлгілерін ірілендіру білім беру қызметін қуаттандырылған қызмет деңгейінде жетілдіру; жеке бас мансабын жетілдіру арқылы түлектердің еңбек нарығындағы сұраныстылығын көтеру; экономиканың қазіргі даму сатысындағы әр түрлі бағдардағы білім беру мекемелерінің санын ұлғайту; білім беру жүйелерінің халықаралық деңгейдегі бәсекелестігі; кәсіби білім беру субъектілері мен объектілерінің корреляциясы (өзара ықпалдастығы) деңгейін көтеру; білім беру қызметі нарығындағы бәсекелестікті күшейту; кәсіби білім берудің маркетингтік жүйесін жетілдіру; білім беру қызметіне сұраныстың бағалық емес факторларының рөлін күшейту; ғылыми-техникалық озықтықпен шарттастырылған ассортименттік портфельді кеңейту; профиль-пакетке талдау негізінде Қазақстанның өңірлеріндегі мамандардың сұраныстылық деңгейін көтеру; білім беру мекемелерін ірілендіру (кластерлерді қалыптастыру); еңбек нарығындағы мамандардың сұраныстылығына әсер ететін сандық және сапалық факторлардың жиынтығын анықтау; сұранысқа ие мамандарды даярлау үдерісінде құзыреттілік тұрғысынан қараушылық пен психоәлеуметтік факторлардың рөлін күшейту; зияткерлік өнімді қалыптастырудың негізінде білім берудің инвестициялық тартымдылығын көтеру; маркетингтің көмегімен білім беру мекемесін басқару жүйесін жетілдіру. Зерттеу нәтижелерінің құндылығы тұжырымдамалық жасалымдар нарықты зерттеуге және сегменттеуге, оған керекті ассортиментті және БҚ сапасын жобалауға, білім беру мекемесінің стратегиясы мен тактикасын қалыптастыруға және оңтайландыруға, баға құралымы мен БҚ нарыққа, тұтынушыларға шығару мәселелерін шешуге мүмкіндік беретін нақты құралдар кешенімен күшейтілген. Түйіндесек, инновациялық-білім берушілік технологияларды пайдалану арқылы оқыту сапасын көтеруді негізге алатын жоғары оқу орнын дамытудың маркетингтік тұжырымдамасын анықтады; сұранысқа ие мамандарды қалыптастырудың маркетингтік заңдылықтары анықталды, олардың ішінде білім беру стандарттарын халықаралық деңгейде бірдейлендірудің негізінде кәсіби білім беру жүйесін жетілдіру, білім беру қызметін қосымша нығайтылған қызметтер деңгейінде жетілдіру; инновациялық-зияткерлік өнім ретіндегі білім беру қызметін жетілдіру арқылы еңбек нарығының түлектерге мұқтаждықтарын көтеру; экономиканың қазіргі даму сатысында әр түрлі бағдардағы білім беру мекемелерінің санын ұлғайту; білім беру жүйелері бәсекелестігін халықаралық деңгейде күшейту негізгілері болып табылады. Жоғары оқу орындарының жұмыс тәжірибесіне вариативті маркетингтік технологияларын пайдалануға негізделген басқару тұжырымдамасын енгізудің дұрыстығы дәйектелді, жоғары оқу орнын дамытудың негізі инновациялық-білім берушілік технологияларды пайдалану арқылы оқытудың сапасын көтеру болып табылатын маркетингтік тұжырымдамасы негізіндегі жоғарғы оқу орнының нарықтық ортадағы білім берушілік қызметінің даму стратегиясы дәйектелді; сұранысқа ие мамандарды қалыптастырудың маркетингтік заңдылықтары анықталды, олардың негізгілері болып табылатындар: білім беру стандарттарын халықаралық деңгейде бірдейлендірудің негізінде кәсіби білім беру жүйесін жетілдіру, білім беру қызметін қосымша нығайтылған қызметтер деңгейінде жетілдіру; инновациялық-зияткерлік өнім ретіндегі білім беру қызметін жетілдіру арқылы еңбек нарығының түлектерге мұқтаждықтарын көтеру; экономиканың қазіргі даму сатысында әр түрлі бағдардағы білім беру мекемелерінің санын ұлғайту; білім беру жүйелері бәсекелестігін халықаралық деңгейде күшейту.

Әдебиеттер тізімі

- 1 *Белаши О.Ю., Рыжов Н.Г., Шестопалов М.Ю.* Маркетинговая деятельность технического университета // *Инновации*. 2011. — №3 (149), С. 12–17.
- 2 *Кныш М.И.* Конкурентные стратегии: Учеб. пособие. — СПб., 2005. — 284 с.
- 3 *Кадомяцева С.В.* Экономические основы системы социальной защиты. — М., 1997. — С. 8.
- 4 *Алыкпашев Ж.* Инфраструктура интеллектоемких отраслей — важнейший фактор экономического роста // *Саясат*. — 2005. — № 2. — С. 66–68.
- 5 *Фомина С.Ю.* Маркетинг образовательных услуг при подготовке востребованных специалистов. Автореф. дис. ... канд. экон. наук. Волгоград, 2008. — С. 18.

Д.А.Кунанбаева

Влияние компонентов маркетинговой среды на конъюнктуру рынка образовательных услуг

Автором обоснована перспективность реализации потенциала маркетинга в сфере образования, дано определение маркетинговой среды. Управление стратегического развития и мониторинга КазУМОиМЯ регулярно проводит исследования как внутренней, так и внешней маркетинговой среды университета. Автор проанализировал модели вузов Германии, Великобритании, Франции, США, Японии, подчеркнув, что формирующейся высшей школе РК еще предстоит этап содержательной интернационализации образования. Выявление маркетинговых закономерностей формирования востребованных специалистов и их анализ позволили создать предпосылки к разработке системы критериев оценки деятельности субъектов системы высшего образования. В рамках данного исследования, по результатам маркетингового анализа КазУМОиМЯ имени Абылай хана, был создан профиль — пакет рынка образовательных услуг, отражающий усиление роли компетентного подхода и психосоциальных факторов в процессе подготовки востребованного специалиста.

D.A.Kunanbayeva

The impact of the marketing environment components on the market conditions of educational services

The author proved perspective of realization of the potential of marketing in the field of education, given the definition of the marketing environment. Department of Strategic Development and Monitoring Kazakh Ablai Khan UIL&WL regularly conducts researches, both internal and external marketing environment of the university. The author has analyzed the models of universities in Germany, the UK, France, USA, Japan, stressing that the emerging higher education of Kazakhstan has to stage a meaningful education internationalization. Identification of marketing laws for the formation of demanded specialists and analysis helped to create the preconditions for the development of criteria for assessing the activity of subjects of the higher education system. In this study, by the results of the marketing analysis of Kazakh Ablai Khan UIL&WL was created profile — a package of the education market, reflecting the strengthening of the role of the competence approach and psychosocial factors in the process of preparation of high demanded specialists.

Reference

- 1 Belash O.Yu., Ryzhov N.G., Shestopalov M.Yu. *Innovations*, 2011, 3 (149), p. 12–17.
- 2 Knish M.I. *Competitive Strategy: Textbook*, St. Petersburg, 2005, p. 284.
- 3 Kadamceva S.V. *Economic Bases of the Social Protection System*, Moscow, 1997, p. 8.
- 4 Alykpashev Zh. *Sayasat*, 2005, 2, p. 66–68.
- 5 Fomina S.Yu. *Marketing of Educational Services in the Preparation of Highly Demanded Specialists. Thesis abstract for the degree of PhD in Economics*, Volgograd, 2008, p. 18.

ӨНДІРІСТІК ЖҮЙЕЛЕРДІ ЭКОНОМИКАЛЫҚ-МАТЕМАТИКАЛЫҚ МОДЕЛЬДЕУ ЖӘНЕ БОЛЖАУ

ЭКОНОМИКО-МАТЕМАТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ СИСТЕМ

УДК 336.71: [338.314 +338.515]

Е.С.Карибаев

*Карагандинский государственный университет им. Е.А.Букетова
(E-mail: alisher-aliev-79@mail.ru)*

Управление прибылью и повышением рентабельности коммерческого банка

В статье выделяются роль и значение прибыли и рентабельности как результативных финансовых показателей коммерческого банка. Автором рассматриваются составные элементы управления прибылью. Изучается система финансовых коэффициентов для оценки уровня доходности. Раскрываются способы повышения рентабельности коммерческого банка. Обосновываются пути совершенствования конкурентоспособности и рентабельности коммерческого банка.

Ключевые слова: прибыль, рентабельность, банк, формирование, управление, элементы, финансовые коэффициенты, маржа, повышение, активы, пассивы, мероприятия.

Обобщающая оценка финансового состояния любого предприятия, в том числе и коммерческого банка, дается на основе таких результативных финансовых показателей, как прибыль и рентабельность.

Сумма полученных банком доходов, за минусом произведенных расходов, называется финансовым результатом деятельности банка. Положительный финансовый результат называется прибылью, отрицательный — убытком. Прибыль представляет собой объективный показатель, характеризующий состояние жизненного цикла производственных и финансовых структур в процессе прохождения ими каждого этапа их развития: становления, подъема и упадка.

Получение прибыли является одной из основных целей предпринимательской деятельности, в том числе и в сфере банковского бизнеса. Индивидуальный уровень прибыли кредитной организации позволяет оценить эффективность ее функционирования (конкурентоспособность) в соответствующей отрасли экономики на данном конкретном рынке по сравнению с аналогичными банками.

Прибыль является основным внутренним источником формирования финансовых ресурсов кредитной организации, позволяющим решать такие важнейшие задачи, стоящие перед ней, как наращивание величины собственного капитала, пополнение резервных фондов, финансирование капитальных вложений, поддержание имиджа, платежеспособности и других жизненно важных условий и характеристик функционирования и развития банка. Если получаемая банком прибыль капитализируется, то это ведет к самовозрастанию его рыночной стоимости, определяемой при продаже, слиянии, поглощении банка и в других аналогичных случаях.

Прибыль банка является важнейшим источником удовлетворения социальных потребностей организации и ее персонала. Но главное назначение прибыли, получаемой коммерческим банком, состоит в том, что достаточный уровень генерирования прибыли предохраняет банк от угрозы банкротства.

Из изложенного следует, что прибыль является обобщающим (конечным) показателем анализа и оценки эффективности всей деятельности коммерческого банка [1; 90, 91].

Составные элементы управления прибылью банка [2; 59]:

- управление доходами;
- контроль за формированием прибыли;
- количественная и качественная оценка доходности и прибыльности;
- оценка эффективности (рентабельности) отдельных подразделений;
- оценка рентабельности основных направлений деятельности;
- анализ и оценка рентабельности банковского продукта или услуг.

Все доходы банка подразделяются на процентные и беспроцентные. Значительная часть банковской прибыли формируется за счет процентного дохода от кредитных и депозитных операций, от вложения средств в ценные бумаги, факторинговых и лизинговых операций.

Управление процентным доходом включает в себя:

- формирование договорного процесса;
- определение максимальной процентной маржи;
- выбор способов начисления и взыскания процентов.

При формировании договорного процента определяется его реальный размер на предстоящий период, исходя из стоимости процентных ресурсов и достаточной процентной маржи, а также разрабатывается шкала дифференциации процентных ставок.

Кредитные ресурсы банка оцениваются по рыночной и реальной стоимости.

$$\frac{\text{Средняя рыночная или номинальная стоимость ресурсов}}{\text{Средняя величина кредитных ресурсов (платных и бесплатных)}} = \frac{\%, \text{уплаченный за год}}{\text{Средняя величина кредитных ресурсов (платных и бесплатных)}}$$

Удорожание рыночной стоимости ресурсов происходит под влиянием нормы обязательных резервов и действующей системы налогообложения.

$$\frac{\text{Реальная стоимость кредитных ресурсов}}{\text{Рыночная стоимость кредитных ресурсов}} = \frac{\text{Рыночная стоимость кредитных ресурсов} \times 100}{\text{Норма обязательных резервов}}$$

Норма обязательных резервов показывает, какая часть ресурсов (вкладов до востребования и срочных депозитов) резервируется в Национальном банке.

Следующим фактором удорожания ресурсов является действующая система налогообложения (на себестоимость относят проценты за межбанковский кредит в пределах учетной ставки Национального банка).

Достаточная процентная маржа определяется на основе размера общебанковских расходов и активов, приносящих доход.

Основная цель процентной маржи – покрыть издержки банка.

$$\frac{\text{Процентная маржа}}{\text{Процентная маржа}} = \frac{\text{Операционные расходы} - \text{Проценты уплаченные} \pm \text{Расходы на содержание аппарата управления} - \text{Доходы прочие}}{\text{Активы, приносящие доходы}}$$

Активы, приносящие доход, — это кредиты, вложенные средства в другие предприятия, ценные бумаги, факторинг, лизинговые операции.

Доходы прочие — комиссионные за банковские услуги (расчетно-кассовые, трастовые, информационные, консультативные). Реальная цена ресурсов и достаточность маржи определяются средней необходимой процентной ставкой по банковским операциям.

Процентная ставка и ее дифференциация зависят от следующих показателей:

- срок ссуды;
- кредитоспособность клиента;
- вид кредита;
- качество залога, гарантий;
- ожидаемая инфляция.

Контроль за формированием прибыли является составной частью управления прибылью.

Достоверность прибыли выясняется в результате проведения ряда операций:

- проверка законности формирования доходов банка;
- анализ содержания и правомерности операций;
- контроль за операциями по закрытию доходных и расходных счетов;
- анализ содержания прочих операций и др.

Уровень доходности банка и прибыльности его деятельности оценивается на основе системы финансовых коэффициентов и структурного анализа (табл.).

Т а б л и ц а

Система финансовых коэффициентов для оценки уровня доходности

№	Числитель	Знаменатель	Нормативный уровень мировой банковской практики
1	Процентная маржа (проценты полученные минус проценты уплаченные)	Средний остаток активов, приносящих доход	4,6–3,2*
2	Процентная маржа	Активы (итого по активу баланса)	4,5*
3	Беспроцентный доход	Активы	1,0
4	Беспроцентный расход	Активы	-
5	Беспроцентный доход минус беспроцентный расход	Процентная маржа	48-67
6	Беспроцентный доход минус беспроцентный расход	Активы	-
7	Дивиденды выплаченные	Стабильная часть доходов	32-65

*Примечание: Несоответствие нормативного уровня первого и второго коэффициентов объясняется определением его на основе средних данных, относящихся к разным периодам. В таблице использованы данные работы [2; 62].

Финансовая устойчивость банка подтверждается аудиторами, если фактическая величина финансовых коэффициентов соответствует мировым стандартам, отсутствует отрицательный тренд в динамике коэффициентов, а также если рост прибыли не происходит за счет нестабильных источников.

Для повышения рентабельности проводимых коммерческим банком операций необходимо, в первую очередь, грамотно осуществлять руководство над доходами и расходами банка. Сущность управления доходами и расходами заключается в подборе оптимальной структуры доходов и расходов, с помощью которой можно влиять на прибыльность осуществляемых банком операций.

Проведенным исследованием [3; 65, 66] выявлено, что можно выделить следующие основные направления повышения рентабельности коммерческих банков (см. рис.):

1. Общий рост группы активов, которые приносят процентный доход и рост собственного капитала. Проведение взвешенной маркетинговой и процентной политики позволит увеличить число банковских вкладчиков. К числу активов, приносящих процентный доход, относят кредитные операции банка, проведение грамотной кредитной политики и наращивание кредитных операций, что даст возможность роста процентного дохода.

2. Увеличение удельного веса доходных активов в совокупных активах. Другими словами, банк должен наращивать так называемые «работающие» активы, которые приносят наибольшие доходы банка, и сокращать к возможному минимуму «неработающие». К доходным активам относят кредитный и инвестиционный портфели банка, депозиты и кредиты в других банках. Все другие активы являются недоходными. Сущность банковского управления заключается в гибком соотношении противоположных требований ликвидности и прибыльности. В целом специалисты считают, что частица доходных активов в общих активах банка должна быть на уровне 0,75–0,85. Уменьшение части доходных активов ниже 0,7 свидетельствует о возможных проблемах в деятельности банка.

3. Изменение общего уровня процентной ставки по активным операциям банка. Необходимо осуществлять исследование и учет не только факторов, которые определяют размер процента по активным операциям, но и спроса на кредитном рынке, ставок конкурирующих банков и других кредитных учреждений.

Работая в этом направлении, банки пытаются увеличить уровень процентной ставки по активным операциям, т.е. здесь срабатывает принцип: «дешевле купить, дороже продать». С другой стороны, в условиях жесткой конкуренции между кредитными учреждениями и борьбы за расширение обслуживания рынков банкам очень трудно это делать. Таким образом, чтобы получить больший доход, банк должен учитывать, кроме специфических факторов, которые определяют размер процента по активным операциям (учетная ставка, уровень инфляции, срок ссуды, ее размер, риск, характер обес-

печения, затраты по оформлению ссуды, контроль и другие), также спрос на кредитном рынке и ставки конкурирующих банков и других финансово-кредитных учреждений.

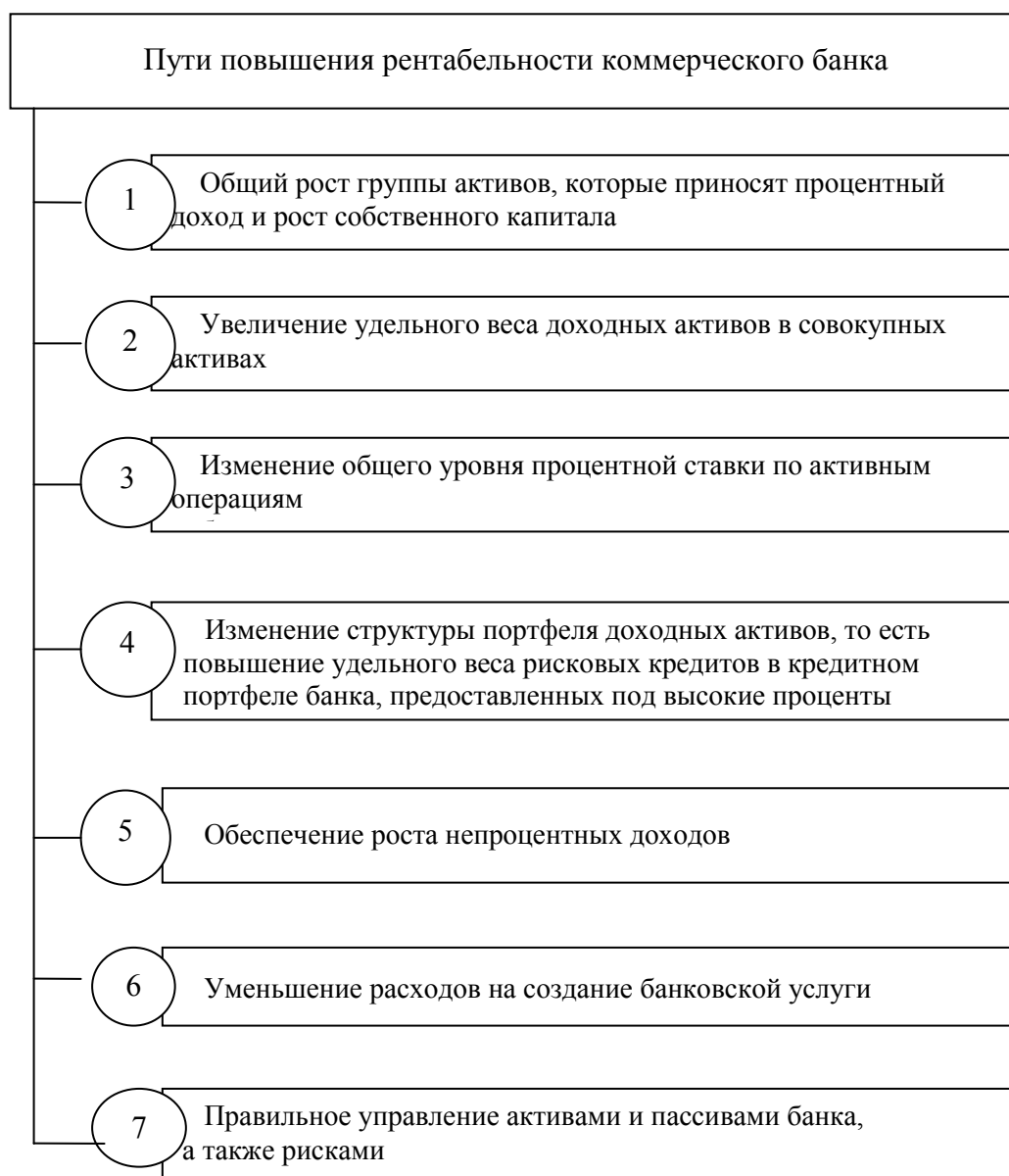


Рисунок. Пути повышения рентабельности коммерческого банка (данные работы [3; 66])

4. Изменение структуры портфеля доходных активов, т.е. повышение удельного веса рискованных кредитов в кредитном портфеле банка, предоставленных под высокие проценты. Рисковые операции могут принести банку значительный доход, если он будет правильно ими управлять. Этот фактор повышения доходности имеет в виду рост удельного веса рискованных кредитов в кредитном портфеле банка, предоставленных под высокие проценты.

Главным заданием управления рисковыми операциями банка является определение степени допустимости и оправданности риска и принятия обоснованного решения, направленного или на использование рискованных операций, или на выработку системы мероприятий, которые снижают возможность появления расходов банка от проведения той или иной операции.

5. Обеспечение роста непроцентных доходов, а также уделение большего внимания доходам от предоставления услуг «небанковского» характера.

Это подразумевает увеличение комиссионных, торговых, других банковских операционных доходов, прежде всего, увеличение доходов от расчетно-кассового обслуживания, путем предоставления более качественного обслуживания, внедрение новых банковских продуктов, развитие «зарплат-

ных проектов», увеличение обслуживания клиентов по системе «Клиент-Банк», «Интернет-Банкинг», которая даст возможность более оперативного обслуживания клиентов. Нужно уделять больше внимания доходам от предоставления услуг «небанковского» характера — консультационных, аудиторских, факторинговых и лизинговых операций доходам, от предоставления поручительства гарантий. Но проблемой является то, что все эти доходы также зависят от расширения клиентской базы банка.

6. Уменьшение расходов на создание банковской услуги, которая даст возможность оценить ее.

Снижение цен на предлагаемые услуги — весомый аргумент в конкурентной борьбе. Важен элемент создания позитивного имиджа банковского учреждения, которое в большой мере обеспечивает ей благосклонность клиентов. Удешевление услуг может обеспечить банку прибыль выше, чем у конкурентов за счет большего объема их предложений. Поэтому особое значение следует придать сокращению расходов при предоставлении услуг без ухудшения их качества.

7. Правильное управление активами и пассивами банка, а также рисками.

Как показывает практика, внедрение всех этих мероприятий помогает увеличить рентабельность коммерческих банков и достичь минимизации рисков.

Таким образом, построение системы управления банком, нацеленной на повышение рентабельности и способной комплексно подойти к решению проблемы как снижения издержек, так и роста доходов, и есть решение задачи повышения рентабельности работы банка.

Список литературы

- 1 Сейткасимов Г.С., Ильяс А.А. Банковский менеджмент: Учеб. пособие. — Астана: КазУЭФи МТ: ИПЦ, 2008. — 223 с.
- 2 Хамитов Н.Н. Банковский менеджмент: Учеб. пособие. — Алматы: Экономика, 2007. — 232 с.
- 3 Акмалиева А.К. Пути повышения рентабельности коммерческого банка // АльПари. — 2014. — № 1. — С. 64–66.

Е.С.Кәрібаев

Коммерциялық банктің пайдасын және рентабельділігін арттыруды басқару

Мақалада коммерциялық банктің түпкі қаржылық көрсеткіштеріндегі пайда мен рентабельділіктің рөлі мен маңызы көрсетілген. Пайданы басқарудың құрамдас элементтері қарастырылған. Табыстылық деңгейін бағалау үшін қаржылық коэффициенттер жүйесі көрсетілген. Коммерциялық банктің рентабельдігін арттыру тәсілдері зерттелген. Коммерциялық банктің бәсекеге қабілеттілігін және рентабельділігін жетілдіру жолдары негізделген.

Ye.S.Karibayev

Management of incomes and increase of profitability of the commercial bank

In this article is highlighted the role and importance of profit and profitability as a successful financial performance of commercial banks. It has considering the components of profit management. The studying of system of financial ratios for assess the level of revenue. It has considering of methods for increasing the revenue of commercial banks. It's substantiated ways to improve the competitiveness and profitability of the commercial bank.

References

- 1 Seiytkasimov G.S., Il'yas A.A. *Bank Management: Textbook*. Astana: KazFEU MT: CPI, 2008, 223 p.
- 2 Khamitov N.N. *Bank Management: Textbook*, Almaty: Economy, 2007, 232 p.
- 3 Akmalieva A.K. *Al-Pari*, 2014, 1, p. 64–66.

Д.А.Құнанбаева

*Абылай хан атындағы Қазақ халықаралық қатынастар
және әлем тілдері университеті, Алматы
(E-mail: san.1960@mail.ru)*

Білім беру қызметінің принциптері мен әдістері

Білім беру қызметтерін көрсетуде, технологияны және маркетингтік қызметті басқаруды айқындаушы, маркетингтік қағидалар сараланды. Автормен құралымдар және білім беру қызметін көрсетуде келесі принциптерге негізделген (кешенділігіне, инновациялылыққа, креативті ой, біліктілікке, функционалдыққа, динамизмға, бейімделушілікке, ғылымдылыққа, үйлесімділікке, тиістілікке, оралымдылыққа, басқарушылыққа және т.б.) даму тұжырымдамасы ұсынылды. Маркетинг жүргізілімінде ортақ ғылыми әдістер пайдаланылады. Ол қоян-қолтық басқа нақты ғылымдардың әдістерімен іліктес. Сонымен қатар нақты маркетинг әдістері қолданылады. Ұсынылған концептуалды моделі негізгі қажеттіліктерді жаңғыртады және принциптер құралымдары мен білім беру қызметін, қызмет атқару ортасын дамытады.

Кілт сөздер: маркетинг принциптері, білім беру қызметін көрсету, маркетинг әдістері, ортақ ғылыми әдістер, нақты әдістер, кешенділік, инновациялық, біліктілік, функционалдық, динамизм, бейімделушілік, ғылымдылық, үйлесімділік, тиістілік, оралымдылық, басқарушылық, модель.

Әдеби деректерде маркетинг нарықтық қатынастарға қатысушылар философиясы түрінде ұсынылатындығын жиі кездестіруге болады, алайда бұл нақтыланбағандықтан, бұл ұғым көп дәрежеде жұмыс істемейді. Тауар мен қызметтерді өндірушілерде нарық философиясы ретіндегі маркетингтің тәуелділік дәрежесі өндірістіктен нарықтық-маркетингтік бағдарлануға өту деңгейі бойынша іске асырылады. Білім беру саласы үшін бағдарлардың осы түрлері арасындағы негізгі айырмашылық мынада. Өндірістік формада: осы мекеме үшін дәстүрлі болып табылатын қызметтерді ғана ұсынады; білім беру қызметтерінің бағалары шығындардың нормативтері негізінде белгіленеді («пайда» ұғымы білім беру қызметтерінің өзіндік құнына шамаластырылған); басшылардың белгілі бір кәсіби дайындық деңгейі бар; білім беру қызметтерінің ассортименті тар шеңберді қамтиды және баяу жаңартады; ғылыми зерттеулердің білім беру қызметтерінің әлеуетті тұтынушыларының сұраныстарымен байланысы әлсіз болады [1]. Нарықтық бағдарларға қатыстыға келер болсақ, аталған аспектілер қарама-қарсы принциптерді мегзейді: білім беру нарығында сұранысқа ие білім беру қызметі ғана көрсетіледі; баға құралымы нарықты талдау есебінен жүзеге асады (бәсекелестерге, сұраныс көлемі және т.б. талдау жасау); білім беру қызметтерінің ассортименті кең салалы және клиенттің сұраныстарын, ғылыми-техникалық озықтықты ескере отырып, уақтылы жаңартылады; мекеменің коммуникациялық қызметі білім беру қызметін тұтынушылардың мақсатты топтарына бағдарланған; басшылық білім беру қызметі саласында және нарықтық экономикада білікті кадрлардан тұрады; мекеменің құрылымында мекеменің жетістіктері мен имиджі үшін жауапкершілік жүктелген маркетинг бөлімі бар.

Нарық философиясы ретіндегі білім беру қызметі маркетингінің мәні, бәрінен бұрын, тұтынушының талаптары бірінші орынға қойылатындығынан көрініс табады. Мұнда клиенттердің нақты мақсатты топтары туралы, сұранысқа қатысты жекелеген мұқтаждықтары бар нарықтың нақты анықталған салалары туралы сөз болып отыр. Бәрінен бұрын, білім беру табыс және тұтынушының, яғни оқушының, физиологиялық мұқтаждықтарын қанағаттандыру үшін қажеттілік болып табылады. Сондай-ақ білім беру, тұтынушының мүмкін болатын болашақтағы қауіптерден қауіпсіздігі мен қорғалғандығының кепілі болып есептеледі. Психологиялық жағынан білімді болу — белгілі бір кәсіби статусы, деңгейі бар мағыналы топтың, адамдар шеңберінің мүшесі болу деген сөз. Одан кейін айналасындағылардың тарапынан құзыреттілікті мойындау жүреді. Білімнің ықпалының шарықтау шыңы — тұлғаның өсуі, өзін тану мүмкіндігі мен өзін-өзі дамытуы болып саналады. Егер де білім берушілік қызметке тапсырыс берушілердің мұқтаждықтарын қарастыратын болсақ, кәсіпорынның алға қойған міндеттерін өз бетінше шеше алатын; кәсіпорынның қызметінде әлсіз жерлерді тауып, оларды жоя білетін; белгілі бір алгоритм бойынша басшылықтың қойған бұйрықтарын айқын орындай білетін; кәсіпорынның жағымды имиджін қалыптастыруға қосатын және т.б. кадрларға

деген қандай да бір мұқтаждықты анықтауға болады. Аталғанның бәрі кәсіпорынның тәжірибесінде маркетингтік философияны іске асыру үшін қойылатын талап болып табылады [2].

Маркетингтің мәні оның принциптерінен көрініс табады. Маркетингтің басты назарға тұтынушыны қоятын негізгі принципі білім беруді адамның құндылығын өсіруге бағдарлау ретінде ашылады. Бұл принцип білім беру қызметін (БҚ) көрсету үдерісінің белсенді серіктес қатысушылары ретіндегі клиенттерге қатынасын, маркетингтік стратегияны қалыптастыру және іске асыру, маркетингтік тұрғыда басқаруды және ашық жүйелердің жұмыс істеуін сипаттайтын басқа принциптермен нақтыланады және толықтырылады. Бұл көзқарастың білім беру саласындағы келешегінің болуы БҚ-не сұранысты оларды тұтынушылардың әр түрлі санаттарының мұқтаждықтар иерархиясын ескере отырып, алуға қарай қалыптастыру және өсіру мүмкіндігімен шарттастырылған. Білім беру маркетингінің маңызды принципі қызметтерді өндірушінің қажеттіліктеріне емес, тұтынушының мұқтаждықтары мен қажеттіліктеріне бағдарлану болып табылады. Сондай-ақ білім беру қызметтерінің маркетингтік қызметінің технологиясы мен басқарылуын анықтайтын басқа да принциптері бар. Оларға жататындар:

- ✓ берушілік қызметтердің оларға мұқтаждықтарды қанағаттандыру критерийі ретіндегі сапасы;
- ✓ нарықтың артықшылықтағы сегменттеріндегі тұтынушылар үшін қажетті білім беру қызметіне баса көңіл бөлу;
- ✓ мұқтаждықтарға кең мағынада талдау жасау, оларды қанағаттандырудың дәстүрлі тәсілдері аясынан тыс. Білім беру қызметі саласында тұтынушыға дипломның өзі емес, оның өзінің тұлғалық құндылығын өз бетінше өсіруі керек;
- ✓ шешуші бағыттар бойынша білім беру қызметі нарығының ұзақ мерзімдік перспективасына бағдарлану;
- ✓ білім беру қызметі нарығының мәліметтерін жинау және өңдеу;
- ✓ мультифакторлық болжамдар мен шешімдердің түрлі әдістерін ұсыну;
- ✓ белгілі мерзімде және басқа да кедергілер туындағандығына қарай дұрыс шешім қабылдау;
- ✓ жиынтық шығындарға талдау жасау және баға құралымы бойынша ұсыныс.

Жоғарыда айтылғанды үш топқа бөлуге болады. Бірінші топ тұтынушылардың мұқтаждықтарына қатысты маркетинг философиясын анықтайды. Екінші топ нарықтық-маркетингтік стратегияны таңдауға бағдарланады. Үшінші топ стратегияны іске асыру кезінде неге жүгіну керектігін көрсетеді [3].

Білім беру қызметі маркетингінің өзара ықпалдастығының негізгі элементтері: сыртқы ортаның ықпалдарына жауап беру және білім беру мекемелерінің нарық субъектілерінің талаптарына бейімделу мүмкіндігін қамтамасыз ететін зияткерлік меншік, мемлекеттің білім берушілік саясаты, әлеуметтік әріптестік тетігі, интеграциялық саясат, ақпараттық орта, инновациялық даму бағдарламасы, білім беру бағдарламалары. Адамдар мен ұйымдар ашық жүйе болып табылғандығының арқасында, яғни бір-бірімен, оларға қатысты сыртқы ортамен ресурстар алмасу үдерісінің арқасында өмір сүреді. Бәсекелестікті білім беру саласында бәсекелестердің ынтымақтастығы жаңа пәндерді ашуда, оқу және әдістемелік құралдарды жариялауда, кәсіби кадрларды пайдалануда, қымбат тұратын оқу кешендері мен құрал-жабдықтарды жасауда, және т.б. тұрақты әрі тиімді болып табылады. Білім беру саласына қойылатын инвестициялардың тиімділік көрінісі ұзақ мерзімді болады, білім беру қызметтерінің инвесторлары бәсекелес білім берушілік мекемелердің ынтымақтастығын көтермелей отырып тәуекелді барынша азайтуға тырысады. Маркетинг барысында жалпы ғылыми әдістер пайдаланылады, олар нарық туралы ақпаратты (тұтынушылар, бәсекелестер, бағалық саясат туралы және т.б. ақпаратты) талдауға және жүйелеуге; алынған ақпаратты өңдеуге; білім нарығындағы өзгерістерді қадағалап отыруға; қандай да бір міндеттерді, соның ішінде стратегия мен тактиканы бағалауды жүргізуге; эксперименттің көмегімен нарықтық бағалаулар жүргізуге және оңтайлы шешімдер қабылдауға мүмкіндік береді. Маркетинг басқа да нақты ғылымдардың әдістерімен өзара тығыз байланысты:

- ✓ экономикалық талдау (нарықты макро- және микроэкономикалық талдау) — нарық ахуалын, бәсекелестердің мүмкіндіктерін бағалау, сондай-ақ мекеме мен оның әріптестерінің мүмкіндіктерін бағалау үшін;
- ✓ статистика — білім берушілік нарық ауқымын, қызметтерге сұраныс деңгейін және т.б. талдау үшін;
- ✓ математика — алға қойылған мақсаттарға қол жеткізу үдерістерін талдау үшін;

✓ социология — қызықтыратын мәселелер бойынша белгілі бір тұтынушы топтарды анықтау үшін;

✓ басқарушылық теориясы — білім беру мекемесінің үдерістерін жоспарлау және болжау үшін.

Сондай-ақ біз өзекті идеяларды тудыру, бұқаралық ақпарат құралдарын талдау және т.б. үшін маркетингтің нақты әдістерін пайдалана аламыз. Барлық аталған әдістер тікелей маркетингтік зерттеулерді орындау кезінде пайдаланылады. Мекеменің маркетингтік қызметі мен бюджетінің елеулі бөлігі зерттеулер болып табылады, сондықтан да оларды дұрыс жоспарлаған жөн.

Маркетингтік зерттеулердің сатылары:

1. Зерттеудің негізгі мәселелерін анықтау және басты мақсаттарын құрастыру. Ең алдымен іздестіру мақсаттары белгіленеді, олардың көмегімен мәселелер анықталып, нақтыланады. Одан әрі ахуалдың және жекелеген маркетингтік факторлардың бағасын болжайтын сипаттамалық мақсаттарды белгілейміз. Және соңғы мақсаттар, бұл болжамдарды, мәселелерді шешу жолдарын тексеруді қарастыратын эксперименталды мақсаттар.

2. Ақпарат көздерін таңдау. Ақпарат жинау тәсілдері мен субъектілері қоса көрсетілген бастапқы мәліметтер. Ақпарат көздері қоса көрсетілген кейінгі мәліметтер.

3. Бұрынғы деректердің негізінде ақпарат жинау, соның ішінде социологиялық және лабораториялық эксперименттердің нәтижелері.

4. Жиналған мәліметтерді талдау: айнымалылардың орташа мәндерін, факторларды корреляциялау коэффициенттерін анықтау, қозғалысты айқындау және т.б.

5. Мәліметтерді көрнекі түрге келтіру: кестелер, кескіндемелер, үлгілер және с.с. даярлау.

Зерттеудің гипотезасы төмендегі болжамдардан тұрады:

– тұрғындар үшін жоғарғы білімге қолжетімділік, жоғары оқу орындарының дамуына қосымша ресурстар тарту үшін нарықтық бәсекелестік жағдайында белсенді маркетингтік қызметті жүзеге асыратын оқу орындарын мемлекеттік басқару жағдайында қамтамасыз етілуі мүмкін;

– нарық жағдайындағы жоғары оқу орындарының қызметі оқушылардың ерекше білім мұқтаждықтарын болжайтын білім берушілік үдерісінің субъектілерінің өзара ықпалдастығының формасы ретіндегі студенттердің кәсіби-тұлғалық дамуын педагогикалық қолдауды сапалық өзгертуді талап етеді;

– жоғары оқу орнын басқару жүйесіндегі маркетингтік қызметтің технологиялық инструментарийіне вариациялық технологиялар, соның ішінде сегменттеу, позиционерлеу, білім беру қызметі нарығында жоғары оқу орнының қосымша бәсекелестікті артықшылықтарға жетуге бағытталған сыртқы және ішкі маркетинг кіруі тиіс.

Білім беру қызметтерін маркетингтік зерттеулердің негізгі нысандары болып табылатындар: білім беру қызметтерінің бәсекеге қабілеттілігі, соның ішінде кәсіби, экономикалық және басқа да салыстырмалы көрсеткіштер; білім беру мекемесінің әріптестері, олардың еңбек қызметіне қатысты тұтынушылар мен бәсекелестер, пайдаланылатын ресурстар шамасы, мінез-құлық стратегиялары және т.б.; маркетингтің ықтималды стратегиялары, маркетингтік мәселелерді шешудің түрлі тәсілдері; білім беру қызметтерінің нарықтық айырбас көлемі және білім беру қызметтерінің сұранысы мен ұсынысының деңгейлері [4].

Жалпы, жоо маркетинг қызметін матрица түрінде көрсетуге болады (кестені қара). Осындай матрицаның әрбір торы тиісті нарықта маркетинг қызметінің бағытын қамтиды. Нарықта сұранысқа ие бағдарламалар қалыптастырып, жайғастырылып, содан соң олардың нарықта жылжытылуы негізінде білім беру қызметі нарығында маркетинг зерттеулерін жүргізу керек. Осындай іс-шараларды еңбек нарығында да өткізу қажет, яғни маркетингтік зерттеулер еңбек нарығы мен жұмыс беруші қажеттіліктеріне сараптама жасайды, сонымен қатар жоо түлектерін еңбек нарығында жылжыту жұмыстарын жүргізеді. Маркетинг қызметінің осындай іс-шараларына жоо мен ғылыми-техникалық өнім мен қызмет саласында да қажеттілік тудырады.

Жоо маркетинг қызметінің матрицасы

	Білім беру қызметінің нарығы	Еңбек нарығы	Ғылыми-техникалық өнім / қызмет нарығы
Маркетингтік зерттеулер			
Нарықта сұранысқа ие университет тауары / қызметін қалыптастыру			
Жоо тауары / қызметін жылжыту			

Бұл матрица жоо маркетинг қызметінің масштабын көрсетеді. Берілген матрица жалпы жоо үшін білім беру қызметі нарығын, еңбек нарығы мен ғылыми-техникалық өнім мен қызметті қарастыратынын естен шығармайық. Мысал ретінде Санкт-Петербург мемлекеттік электротехника университетінің «ЛЭТИ» (СПбМЭТУ) қызметін қарастырайық. Санкт-Петербург мемлекеттік электротехника университетінің «ЛЭТИ» миссиясы келесідей қалыптастырылған: «ықпалдасу жағдайында СПбМЭТУ жоғары маманданған деңгейді қамтамасыз ету және тұлға бойында азаматтық, адамгершілік қасиеттерін қалыптастыру, Ресейдің жетекші техникалық жоо ретінде әлемдік білім, ғылым және ақпараттық қауымдастыққа ендіру. Ол келесі негізде жүреді: электроника, электро- және радиотехника, ақпараттық технология, автоматтау және басқару, аспап жасау, гуманитарлық ғылымдар облысында білім беру және зерттеу үдерістерін тиімді, сапалы түрде ұйымдастыру; табиғат және қоғам жайлы білім алу және оны мақсатты түрде тарату; қоғамның адамгершілік, мәдени және ғылыми құндылықтарын сақтау мен көбейту» (сур. қара).



Сурет. СПбМЭТУ маркетинг қызметі [5]

Маркетинг қызметі әзірлеген жоо маркетинг зерттеулерінің әдістемелік негізі: жоо маркетингтік зерттеулердің үдерісі мен міндеттері; маркетинг зерттеулерін жоспарлау және өткізу әдістемесі; MS Excel және SPSS пайдалану арқылы маркетинг зерттеуінде алынған бірінші ақпаратты сараптау әдістемесі; маркетинг қызметінің СПбМЭТУ құрылымдары үшін маркетингтік зерттеулерді ұйымдастыру; маркетингтік зерттеулер бойынша есеп материалдарын құру әдістемесі. Маркетинг қызметі пайдаланатын маркетингтік зерттеулерді өткізу әдістері: сауалнама (жеке, телефон арқылы); электрондық пошта арқылы сұрастыру; тереңдетілген сараптамалық сұхбат; ақпараттың екінші дерек көзін сараптау (БАҚ, Ғаламтор, ақпараттың арнайы көздері).

Осындай қызметтің құрылымы өзге университеттерде қандай болуы мүмкін? Ғалым У.Г.Зиннуров оны құрудың екі нұсқасын атап көрсетті: орталықтанған және орталықтанбаған.

Орталықтанған жағдайда сауда бойынша проректор маркетинг бөлімінің бастығы қызметін атқарады, яғни маркетингтің үш бөлімнің жұмысын қамтиды (білім беру қызметі, ғылыми-техникалық және сауда қызметінің маркетингі). Орталықтанбаған жағдайда маркетингтің үш бөлімі тиісті проректорларға қарайды: өз өнімдеріне қатысты іс-шаралар жиынтығымен айналысып, бір-бірімен байланысқа түспейді. Демек, екі жағдайда да кез келген кафедрада, кез келген ғылыми-зерттеу және қосымша бөлімдерде де маркетинг үшін жауапты қызметкер бар. У.Г.Зиннуров ойы бойынша, орталықтанбаған жағдайда маркетинг қызметінің құрылымын ұйымдастырудың кемшілігі — құрылымдар арасындағы байланыс деңгейінің төмендігі, ал орталықтанған жағдайдағы кемшілік — тәуелсіздік деңгейінің төмендігі. Сипатталған нұсқалардың кемшіліктері басқару табиғатына тән болып келетіні айдан анық. Сонымен қатар бұл кемшіліктер осымен шектелмейтінін айта кету керек [6]. Бірінші кезекте, маркетингтің тәуелсіз үш секторын ұйымдастыруды, кіші және орта білім беру ордаларын айтпағанда, көптеген үлкен жоо қол жеткізе алмайды. Маркетинг штаты бойынша да осындайды айтуға болады. Олардың қоғамдық бастамада өмір сүруі осы жұмыс бағытының маңыздылығына сай емес болып келеді. Демек, бірінші қадам ретінде жұмылдырылған маркетинг қызметі туралы айтуға болады: күш-жігерді біріктіріп, маркетингтегі жалпы стратегия жоғарғы құндылық ретінде алға шығады. Өкінішке орай, осындай зерттелетін құрылымдардың аспектілері түзетулерді қажет етеді.

Сонымен қатар бірнеше маркетинг құрылымдарын бір бөлімге біріктіріп, сауда проректорына бағыну күмән тудырады. Бұл қызмет маңызды болғанымен де, ол жоғарғы деңгейде оқу орнының негізгі өнімінен алшақ болып келеді. Және осындай ұйымдасқан құрылым коммерциялық мақсатқа жету үшін ғана қажет деген ой туындайды. Бұл оны мемлекеттік қаржыландыру көлемінде ғылыми-зерттеу және оқу үдерісінен бөліп көрсетеді. Іс жүзінде қазіргі жағдайға маркетинг бөлімі стратегиялық даму проректорына бағынатын ұйымдасқан басқару жүйесі сай келер еді. Мұнда маркетинг бөлімі стратегиялық даму проректорына бағынар еді. Нақты осы жағдайда ғана маркетингтік зерттеулерді жүргізген кезде жоғары деңгейлі кәсібилікті көруге болады. Бұл жерде оқу орнының бейінді жұмысы жайлы толыққанды ақпарат жинақталған, яғни білім беру қызметінің көптеген тақырыптарын беретін оқытушы-профессорлық құрам іске қосылған. Іс жүзінде стратегиялық даму проректоры білім беру қызметі үдерісінің белсенді мүшесі болып қалады, ал ол оқу ғимаратының маркетинг объектілерінің басты санатына қатысты маркетинг қызметі басшыларына кәсіби тұрғыда оң әсер беруі керек.

Демек, маркетингке жауапты қызметкер қажеттілігі жойылады, яғни кафедра ұжымында стратегиялық дамуға жауапты қызметкерге маркетинг міндеттемелері жүктеледі, ал басқа құрылымдарда (шаруашылық және т.б.) маркетинг міндеттемелері басшылыққа жүктеледі. Тәжірибе көрсеткендей, егер де білікті маркетинг ешқандай міндеттемелерге жауап бермей, тек қана кеңес беретін қарапайым зерттеуші болса, онда оның болашағы жоқ. Тиісті құзыреттікке ие болмай, жұмыстың нәтижесі үшін жауап бермейтін бөлімнің қарапайым ғана қызметкері іс жүзінде бөлімнің маркетинг бағытын жүргізе алады деп ойлау дұрыс емес. Жоо маркетинг бойынша мазмұнды және ұйымдастыру сұрақтарын қалыптастыру мақсатында, ең бірінші кезекте, экономика кафедрасына, маркетинг кафедрасына, педагогика, журналистика, әлеуметтану кафедрасына жүгіне алады. Жалпы осы бөлімдер қызметкерлері арасынан уақытша шығармашылық жоба топтарын (мысалы, қызмет көрсетудің жаңа түрлерін жасау үшін) немесе белгілі құзыреттілігі бар тұрақты комитеттер (мысалы, стратегия, бюджет және маркетинг жоспарын құру үшін) ұйымдастыруға болады. Мамандардың айтуы бойынша, бұндай форма жаңа облыстарда барлық оң және теріс жағдайларға сараптау жасағанға тиімді, әсіресе егер де компания бұған дейін маркетингпен айналыспаған жағдайда көп пайдасын тигізеді. Айта кеткен жөн, жұмыстың жоғары деңгейлі өнімділігіне қол жеткізу үшін комитет мүшелерінің құқықтары мен міндеттемелерін нақты бөлу қажет [7].

Маркетинг нарықтық қатынастарға қатысушылардың жаппай бағдарын қамтудың және зерттеу әдістерінің көмегімен мекеменің жоспарларында немесе бағдарламаларында жүзеге асырылады. Өкінішке орай, қазіргі сәтте білім беру саласында мұндай жұмыстар соншалықты өзекті емес. Ендеше маркетинг принциптері білім беру қызметі нарығы субъектілеріне әсер етпейді, ал әрекеттер бір-бірімен өзара байланысты емес, бұл тиімсіздікке ұрындырады. Нарықта барлық әдістерді меңгерген және маркетинг принциптерін тәжірибе жүзінде енгізуге қабілетті мамандар жеткіліксіз. Маркетинг басқа салалармен салыстырғанда білім беру қызметі саласында артықшылыққа ие, өйткені жоғары оқу орындарында әр түрлі бағдардағы озық мамандар жұмыс істейді. Егер де олардың әлеуетін біріктірсек, нәтижеге тезірек қол жеткізуге болады. Кәсіби дайындық жүргізетін мекемелерде әр

түрлі маркетингтік мақсаттарды шешу соншалықты қиын үдеріс болып табылмайды, өйткені білікті орындаушылар іздеуге көп уақыт кетірудің қажеті жоқ.

Өкінішке орай, білім беру қызметі саласында шынайы тәжірибе мен жұмыскердің өзінің талпынушылығы жетіспейді. Бұл кадрларда психологиялық шаршау мен пессимизмнің болуымен түсіндіріледі. Бұдан басқа білім беру мекемелеріне бірлесе орындаушылармен жоғары оқу орны ұжымында да, одан тыс жерлерде де өзара әрекет жасайтын мамандандырылған маркетингтік бөлімшелер құру керек.

Білім беру қызметі интеграциясы құралдары мен маркетингті зерттеу негізінде автор Алматыда зерттеліп отырған саланы дамытудың өзекті бағдарларымен анықталған бірқатар принциптерге (кешенділік, инновациялылық, креативті ойлау, құзыреттілік, функционалдылық, динамизм, бейімделгіштің, ғылымилық, оңтайлылық, жөнділік, оперативтілік, басқарымпаздық) негізделетін білім беру қызметі саласын қалыптастыру және дамыту тұжырымдамасын ұсынды:

- өңірдегі, елдегі білім беру саласының негізгі бағыттарына сәйкес кәсіби және мәдени-адамгершілік элементтерін ұштастыруды болжайтын кешенділік принципі;
- инновациялылық принципі білім берушілік қызмет саласының бәсекеге қабілеттілігін көтеру үшін алдыңғы қатарлы тәжірибені, оқытудың жаңа әдістемелерін, әдіснамалары мен технологияларын пайдалануды білдіреді;
- креативті ойлау принципі бастаманы білдіруді және туындаған мәселелерді стандартты емес тұрғыдан шешуді қолдауды білдіреді;
- білім беру саласындағы кәсіби кадрлар мен мамандардың болуын қамтамасыз ететін құзыреттілік қағидасы;
- білім беру қызметін алушының мансаптық өсуге кепілдік беретін функционалдылық принципі;
- динамизм принципі білім беру саласы мекемелерінің үздіксіз инновациялық дамуымен қамтамасыз етіледі;
- бейімделушілік принципі өңірлік экономиканың арнайы орта, жоғары, жоғары оқу орнынан кейінгі, қосымша білімнің кәсіби кадрларына мұқтаждықтарын қанағаттандыруды білдіреді;
- ғылыми принципінің мәні білім беру қызметтерінің барлық түрлерін дерлік ғылыми-зерттеу мекемелері базасындағы іргелі ғылыммен тығыз байланыстағы жоғары білікті мамандар беретіндігінде;
- оңтайлылық принципі білім беру қызметі саласындағы мекемелері қызметінің көрсеткіштерінің мемлекеттік аккредитация жүйесінің критерийлік көрсеткіштеріне үздіксіз сәйкестілігінен көрініс табады;
- жөнділік принципі Мемлекеттік білім беру стандарттарының талаптарын сақтау кезіндегі еңбек нарығы мұқтаждықтарына бағдарланған;
- оперативтілік принципіне білім беру мекемелерінің білім беру қызметінің тізімінің сыртқы ортаның талаптарына барынша сәйкестілігімен және әлеуетті өзгерістерге икемді жауап беру мүмкіндігімен қол жеткізіледі;
- басқарымпаздық принципіне сәйкес билік аппараты мен бақылаушы органдардың болуы және тиімді жұмысы арқылы қол жеткізіледі;
- бірлік (холизм) принципі білім берушілік қызметін қалыптастыру, жүйелік сипатта болу керек дегенді білдіреді. Бірлік принципі білімнің сапалық жағын бейнелейді, жоғарғы білімнің шешуші міндеттерін дәйектеуге бір тұрғыдан қарау принципін білдіреді;
- үздіксіздік принципінің мәні оқу үдерісі белгіленген топтама аясында, үнемі жүзеге асырылуы тиіс дегенді білдіреді;
- икемділік принципі үздіксіздік принципімен өзара байланысты және білім алу үдерісіне күтпеген жағдайлар туындауына байланысты өз бағытын ауыстыру қабілетін беруді білдіреді. Икемділік принципін жүзеге асыру үшін, оқу жоспарлары оларға өзгеріп отыратын ішкі және сыртқы жағдайлармен байланыстыра отыра өзгерістер енгізуге болатындай етіліп құрастырылуы тиіс;
- білім беруді дамытуды орталықтанған мемлекеттік жоспарлаудың жергілікті бастаманың дамуымен диалектикалық бірлігін білдіретін демократиялық орталықтану принциптері. Ендеше, білім берудегі демократиялық орталықтану жергілікті жағдайларды, мүдделерді барынша есепке алу, білімді дамытудың негізгі бағыттарын анықтауда мемлекеттік жетекші рөлін және жоспарларды жасау кезінде билік органдары мен әрбір оқу орнының қатысуын

білдіреді. Білім берудегі директивалық-әкімшілік әдістердің саласын шектеуді, экономикалық ықпал ету әдістерін таратуды, дербестілікті кеңейтуді, білім беру жүйесінің барлық тармақтарының қызметтің соңғы нәтижелері үшін мүдделілігін көтеруді талап етеді.

Ұсынылған тұжырымдамалық модель білім беру саласы қызметін қалыптастыруды дамытудың негізгі мұқтаждықтары мен принциптерін жаңғыртады, өңірдің білім беру мекемелерінің оны тұрақты дамыту үдерістеріне инновациялық әсерін кеңейтуге және тереңдетуге, ұсынылатын білім беру қызметін диверсификациялауға, инновациялық формалар (технопарктер, технологиялық инкубаторлар, мақсатты бағдарламалар мен жобаларды іске асыру аясындағы ғылыми-зерттеу лабораториялары) арқылы әлеуетті тұтынушыларды тартуға; сәйкес бағыттағы алдыңғы қатарлы ғылыми, жобалық-ізденуші, өндірістік және өндірістік емес кәсіпорындармен, ұйымдармен және мекемелермен интеграциялануына; түрлі деңгейдегі білім беру мекемелерінің бірыңғай мәліметтер базасын және электрондық кітапханасын құрастыруға; басым мамандықтарды дамыту үшін жаңа ресурс көздерін іздеуге және т.б. ықпал етеді. Модель орталығында білім беру қызметтерін құру және көрсету үдерісінде туындайтын ұйымдастырушылық-экономикалық қатынастар көрсетілген. Олар жоғарыда аталған білім беру қызметтерін қалыптастырудың және көрсетудің тұжырымдамалық принциптеріне негізделеді. Бұл қатынастарға ішкі ортаның императивтері және сыртқы ортаның императивтері әсер етеді, бұл жерде білім беру қызметі сапасының еңбек нарығы мұқтаждықтарына сәйкестігіне қол жеткізу маңызды. Сонымен, автор ішкі және сыртқы ортаны құрайтын факторларды ескере отырып, жоғары оқу орындарындағы маркетингтік зерттеулерді жүргізудің әдістемелік негіздерін, тұжырымдамасын, принциптерін көрсетеді.

Әдебиеттер тізімі

- 1 *Азоев Г.Л.* Қарсыластардың қызметтерінің анализі: Оқу-әдіст. құралы. — М., 2001. — 486 б.
- 2 *Панкрухин А.П.* Білім беру қызметін көрсету маркетингі, қағида және тәжірибе. — 2003. — 178 б.
- 3 *Амблер Т.* Тәжірибелік маркетинг. — СПб.: Питер, 2000. — 213 б.
- 4 *Виханский О.С., Наумов А.И.* Менеджмент. — 4 бас., өңдел. және толықтыр. — М.: Экономистъ, 2006. — 670 б.
- 5 [ӘР]. Қолжетімділік тәртібі: <http://900igr.net/prezentatsii/obschestvoznanie/LETI/LETI.html>.
- 6 *Зиннуров У.Г.* Жоо қызметіндегі маркетинг: қағида және тынымның әдістері. — М.; Уфа: УГАТУ баспасы, 1993. — 226 б.
- 7 Нормативтік-басқару құжаттамаларының жинақтары. — 7-б. — Алматы: ИПЦ «Абылай хан атындағы ҚазХҚжӘТУ», УСРМ, 2012. — 117 б.

Д.А.Кунанбаева

Принципы и методы маркетинга образовательных услуг

Проанализированы принципы маркетинга, определяющие технологию и управление маркетинговой деятельности образовательных услуг. Автором предложена концепция формирования и развития сферы образовательных услуг, базирующаяся на ряде принципов (комплексности, инновационности, креативного мышления, компетентности, функциональности, динамизма, адаптированности, научности, оптимальности, целесообразности, оперативности, управляемости и др.). Отмечено, что в ходе маркетинга используются общенаучные методы, конкретные методы маркетинга. Определено, что представленная концептуальная модель воспроизводит основные потребности и принципы формирования и развития услуг сферы образования.

D.A.Kunanbayeva

Principles and methods of marketing of educational services

The principles of marketing, which determine technology and management of the marketing of educational services sphere have been analyzed. The author proposed the concept of the formation and development of educational services based on several principles (comprehensiveness, innovation, creative thinking, competence, performance, dynamism, adaptability, scientific principles, optimality, feasibility, efficiency, controllability, etc.). Scientific methods are used in the process of marketing. It is closely linked with the methods of other specific sciences. Also, specific marketing techniques are used. Presented conceptual model reproduces the basic needs and principles of formation and development of education sphere services.

References

- 1 Azoev G.L. *Analysis of competitors' activities: teaching manual*, Moscow, 2001, p. 48.
- 2 Pankruhin A.P. *Marketing of educational services: Methodology. Theory and Practice*, 2003, p. 178.
- 3 Ambler T. *Practical Marketing*, St. Petersburg: Peter, 2000, p. 213.
- 4 Vikhanskiy O.S., Naumov A.I. *Management, 4th edition, Rev. and add.* Moscow: Economist, 2006, p. 670.
- 5 [ER]. Access mode: <http://900igr.net/prezentatsii/obshchestvoznanie/LETI/LETI.html>.
- 6 Zinnurov U.G. *Marketing in Universities' activities: theory and methods of solving*, Moscow: Ufa: Publ. UGATU, 1993, p. 226.
- 7 *Collection of normative and management documentations*, p. 7, Almaty: Pube Kazakh Ablai khan University, 2012, p. 117.

ҚАРЖЫ-НЕСИЕ ЖҮЙЕСІ

ФИНАНСОВО-КРЕДИТНАЯ СИСТЕМА

ӘОЖ 336.71

С.К.Искендилова, Г.А.Рахимова

Ш.Уәлиханов атындағы Көкшетау мемлекеттік университеті
(E-mail: isksaule@mail.ru)

Қазақстан Республикасындағы коммерциялық банктердің дамуы

Мақалада отандық екінші деңгейдегі банктердің даму серпіні қарастырылған. Коммерциялық банктердің соңғы жылдардағы қаржылық көрсеткіштеріне талдау жүргізілген. Екінші деңгейлі банктердің әр жұмыс бағыттары — есеп айырысу, депозиттық және несие операциялары — зерттелді. Сонымен бірге Қазақстан экономикасының банк секторының даму бағыттары қарастырылған. Әр түрлі көрсеткіштер бойынша екінші деңгейдегі банктердің ранг беру өткізілген. Коммерциялық банктердің несие саясатын жетілдіру жолдары ұсынылды.

Кілт сөздер: банк, несие, салымдар, есеп айырысу операциялары, капитал, активтер, өтімділік, құрылым, даму, саясат.

Коммерциялық банктер нарықтық экономикада басты қаржылық делдалдар болып табылады. Өз қызметінің үрдісінде олар ақша нарығында тауар болатын, жаңа талаптар мен міндеттемелерді жасады. Клиенттердің салымдарын қабылдау арқылы банк депозит деген жаңа міндеттеме жасаса, ал қарызды беру арқылы қарыз алушыға жаңа талап қояды. Осы жаңа міндеттемелер мен талаптарды жасау үрдісі қаржылық делдалдықтың негізін құрайды. Несие беруші қарыз алушыға және соған қатысты қаржылық институттар қызметінің қозғалысы орын ауыстыруы, қаржылық ресурстардың құйылуы қаржылық делдалдық деп аталады.

1 - к е с т е

ҚР банк секторының 2011–2013 жж. құрылымы

	2011 ж.	2012 ж.	2013 ж.
Екінші деңгейдегі банктердің саны, оның ішінде:	38	38	38
– жарғылық капиталда мемлекеттің 100 % қатысуы бар банктер	1	1	1
Екінші деңгейдегі банктердің филиалдарының саны	378	378	378
Екінші деңгейдегі банктердің шетелдердегі өкілдіктерінің саны	14	14	14
Жеке тұлғалардың салымдарына (депозиттеріне) міндетті ұжымдық кепілдік беру (сақтандыру) жүйесіндегі қатысушы банктердің саны	35	35	35

Ескерту. [1] әдебиет көзіне сүйене отырып, авторлармен құрастырылған.

Ұлттық банк мәліметтері бойынша коммерциялық банктердің жалпы саны 38 тең болды, оның арасында 1 — мемлекеттік.

1-кесте көрсеткіштерінен 2011–2013 жж. екінші деңгейлі банктердің саны да, филиалдары мен жеке тұлғала салымдарына (депозиттеріне) міндетті ұжымдық кепілдік беру (сақтандыру) жүйесіндегі қатысушы банктердің саны да еш өзгеріссіз болды.

Активтік операциялар бұл банктердің табыс алу және өзінің өтімділігін қамтамасыз ету мақсатында, иелігінде бар ресурстарды орналастыруды жүзеге асыратын операцияларды білдіреді. Бұл екі мақсаттың бірегейлігі банкті коммерциялық кәсіпорын ретінде тартылған қаражаттарды пайдалануға ерекшелігін сипаттайды.

Коммерциялық банктердің активті операцияларының негізінде экономиканың шаруашылық салаларын қаржылармен қамтамасыз ету, олардың ынталы түрде қызмет етуін қалыптастыру, елдің заңды немесе жеке тұлғаларының есеп айырысу қызметтерін жүргізу, экономикада делдалдық қызметтер атқару, халықты немесе басқа да ұйымдарды несиелендіру операциялары болып табылады. Бұл операциялар өз кезегінде коммерциялық банктердің активті операцияларының экономикадағы маңыздылығы мен мәнін айқындайды.

Қазақстан Республикасының активтік банктік операциялары келесі түрлерге бөлінеді:

- a) несиелік операциялар;
- b) инвестициялық операция, яғни бағалы қағаздар бойынша;
- c) қаржылық операциялар (лизинг, факторинг, форфейтинг);
- d) кассалық операциялар;
- e) делдалдық-комиссиондық операциялар.

2 - к е с т е

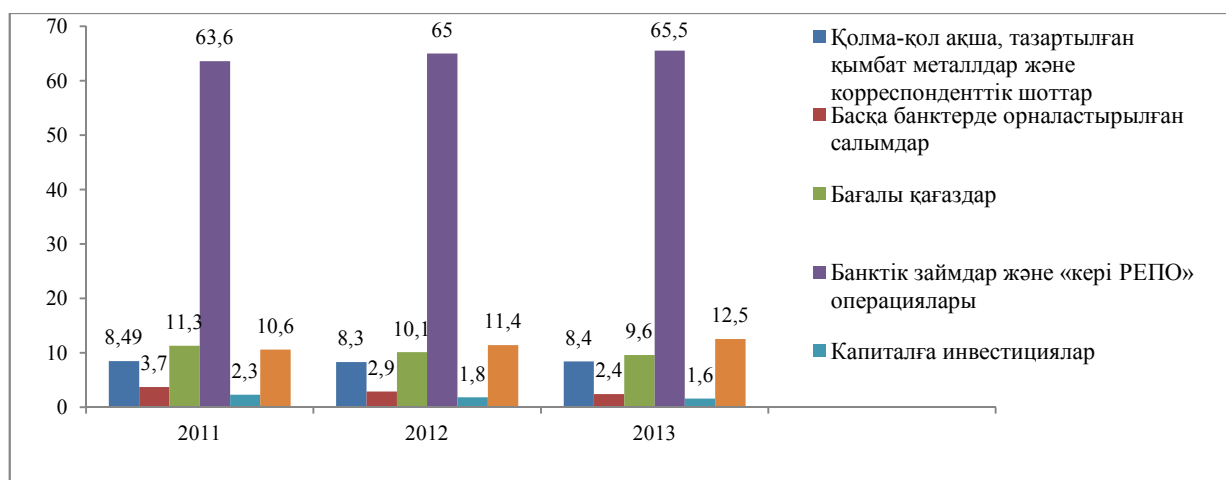
ҚР екінші деңгейлі банктерінің 2011–2013 жж. жиынтық активтері

Көрсеткіштер	2011 ж.		2012 ж.		2013 ж.		Өсімі, %
	Млрд теңге	%-бен	Млрд теңге	%-бен	Млрд теңге	%-бен	
Қолма-қол ақша, тазартылған қымбат металдар және корреспонденттік шоттар	1396,5	8,49	1479,3	8,3	1 701,7	8,4	21,9
Басқа банктерде орналастырылған салымдар	603,9	3,7	520,2	2,9	478,6	2,4	-21,0
Бағалы қағаздар	1859	11,3	1890,3	10,1	1 950,3	9,6	4,91
Банктік займдар және «кері РЕПО» операциялары	10455,4	63,6	11623	65,0	13 260,4	65,5	26,8
Капиталға инвестициялар	381	2,3	325,7	1,8	329,3	1,6	-14
Өзге активтер	1 739,30	10,6	2039,6	11,4	2 535,8	12,5	45,8
Активтер жиынтығы (резервтерді (провизияларды) қоспағанда)	16435,1	100	17878,1	100	20 256,1	100	23,2

Ескерту. [1] әдебиет көзіне сүйене отырып, авторлармен құрастырылған

2014 ж. 1 қаңтарына ҚР екінші деңгейлі банктердің активтері 20256,1 млрд теңгені құрады. 2011 жылға қарағанда бұл көрсеткіш 23,2 пайызға өсті. Бұл нәтижеге бағалы қағаздар, банктік займдар және өзге де активтердің өсуі арқылы қол жеткізді. Ал активтердің басқа банктердегі салымдары, капиталға салынған инвестициялар сияқты баптары бойынша көрсеткіштер төмендеген (2-кесте).

Екінші деңгейлі банктердің құрылымында жылдың басымен салыстырғанда мағыналы өзгерістер болған емес (1-сур.). Активтердің құрамында негізгі орын банктік займдар мен «кері РЕПО операциялары» алады — 65,5 %; қолма-қол ақша мен тазартылған құнды металдар — 8,4; құнды қағаздар — 9,6 %. Жылдың басында бұл көрсеткіштер сәйкесінше 72,4; 9,2; 11,8 % құраған.



Ескерту. [1] әдебиет көзіне сүйене отырып, авторлармен құрастырылған

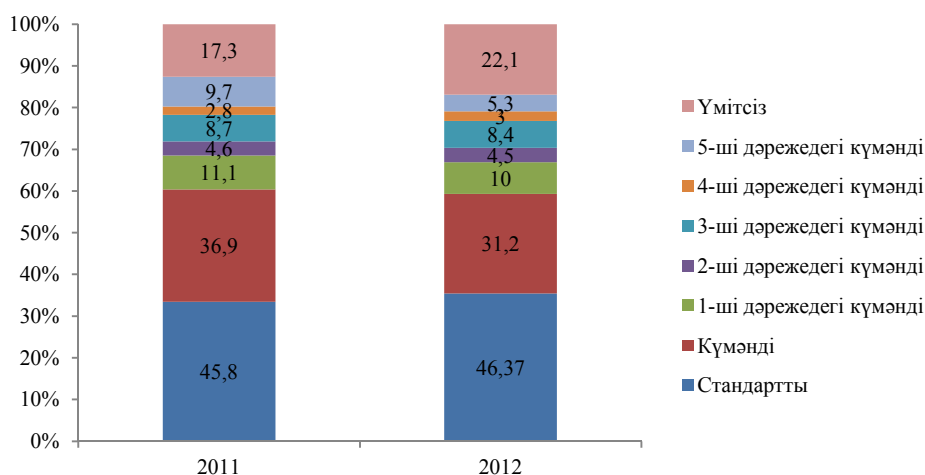
1-сурет. Екінші банктердің жиынтық активтерінің 2011–2013 жж. аралығындағы құрамы

Несие категориялары қарыз алушының төлемқабілетсіздігінің тәуекелділігін бейнелейді. Ол өз жағынан қарыз алушының қаржы жағдайына, несие бойынша төлемдердің жүргізілмеуіне, кепілдік жағдайына, несие мен несие рейтингісін мақсатсыз қолдануына байланысты.

Категорияларына байланысты банктер провизиялар қалыптастырады. Мысалы, күмәнді 4-ші дәрежедегі несиелер бойынша провизиялар сомасы негізгі қарыздың 25 % құрау керек; 5-ші дәрежедегі несиелер бойынша — 50 %; ал үмітсіз несиелер бойынша — 100 %.

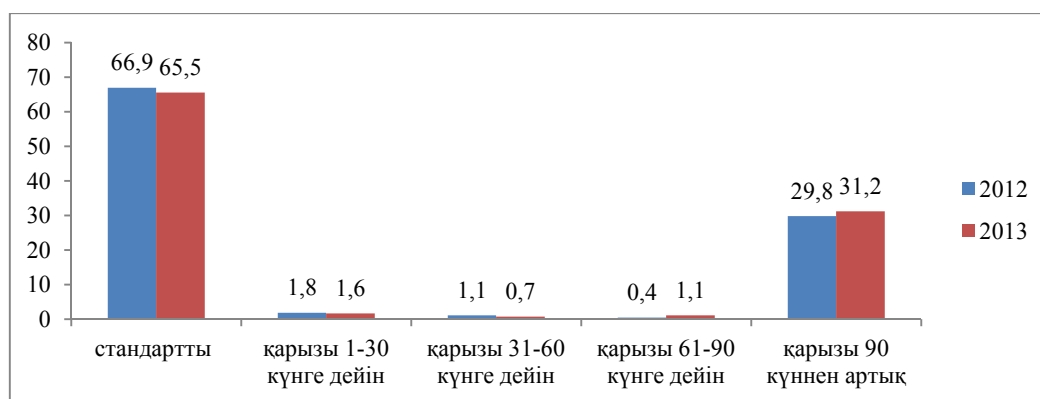
2013 ж. 1 қаңтарына екінші деңгейлі банктердің активтер сапасы мен шартты міндеттемелер құрамындағы стандартты активтер мен міндеттемелер бөлігі 46,9 % құрады. 2012 ж. 1 қаңтарына карағанда осы көрсеткіш 0,9 % өсті. Күмәнді активтер мен міндеттемелер 2013 ж. 1 қаңтарында 31,2 % құраса, 2012 ж. 1 қаңтарында 36,9 % шамасында болған, яғни 2–3 суреттер бойынша да бұл көрсеткіштердің төмендеуі байқалады.

Күмәнді қарыздар арасында да 2013 ж. 2012 ж. салыстырғанда 1, 2, 3 және 5-ші дәрежедегі қарыздар төмендеген, ал 4-ші дәрежедегі қарыздар, керісінше, өскен.



Ескерту. [1] әдебиет көзіне сүйене отырып, авторлармен құрастырылған

2-сурет. Банктердің несиелері 2011–2012 жж. категориялары бойынша



Ескерту. [1] әдебиет көзіне сүйене отырып, авторлармен құрастырылған.

3-сурет. Банктердің несиелері 2012–2013 жж. категориялары бойынша

ҚР банк секторындағы несиелеу құрамында жылдың басынан бері қомақты өзгеріс болған емес. Несиені қоржының басты бөлігін заңды тұлғаларға берілген несиелер алады.

Жалпы, жағдай тұрақты, банктердің көбісі өздерінің несиені қоржындарын арттыруда. Кейбір банктердің несиелік қоржындары төмендеуде, бірақ олардың саны көп емес.

Екінші деңгейлі банктермен экономиканы несиелеу әлі төмен. Оны банктердің қатаң несиені саясатымен, сапалы клиенттердің жоқтығымен және мемлекеттегі жоғары микро- және макроэкономикалық тәуекелділіктермен түсіндіруге болады.

3 - кесте

Банктерді 2011–2013 жж. несиені қоржының көлемі бойынша әртараптандыру, млн теңге

№	Банктің аты	Несие қоржының көлемі			Өзгерістер % 2011 ж.
		2011 ж.	2012 ж.	2013 ж.	
1	«Қазкоммерцбанк» АҚ	2 297460,20	2 397622,00	2 480328,88	3,5
2	«БТА Банк» АҚ	2 090363,70	2 061560,00	2 067531,53	-0,4
3	«Қазақстан Халық Банкі» АҚ	1 371566,60	1 534455,60	1 658412,0	22,7
4	«Банк Центр Кредит» АҚ	805 616,90	851 854,00	875831,42	4,4
5	«АТФБанк» АҚ	863 326,20	769 265,60	716421,93	-10,1
6	«Сбербанк» АҚ	359 331,50	529 281,20	687507,26	40,7
7	«KASPI BANK» АҚ	361 417,50	485 419,50	683360,37	53,3
8	«Цеснабанк» АҚ	332 648,80	475 106,60	633184,32	50,2
9	«АльянсБанк» АҚ	535 070,50	593 944,20	600440,88	4,1
10	«Еуразиялық банкі» АҚ	269 965,50	368 123,00	442766,21	22,7

Ескерту. [2] әдебиет көзіне сүйене отырып, авторлармен құрастырылған.

Жылдан жылға жақсы көрсеткіштерге жететін үш банк рейтинг бойынша бірінші үш үздіктердің қатарында — «Қазкоммерцбанк» АҚ, «БТА Банк» АҚ, «Қазақстан Халық Банкі» АҚ. Бірақ «БТА Банк» АҚ қомақты несиелік қоржынға қарамастан, 0,4 % төмендетілген нәтиже көрсетті.

Банк сегментінің жалпы жағдайы тұрақтандырылып келе жатыр. Банктер несиені қоржындарын ұлғайтуда: 12 ай арасында несиелік қоржынның жалпы көлемі 10,9 трлн теңгеден 12,26 трлн теңгеге дейін өсті, яғни 12,7 %. «Bank RBK» (137,0 %) АҚ, «БанкХоумКредит» АҚ (71,5 %), «Delta Bank» (67,7%) АҚ сияқты банктердің несиені қоржының сапасы нақты жақсарды.

Жалпы несиені қоржының басты бөлігін мерзімі өткен несиелер құрайды. Олардың үлесі 2012 ж. 1 қаңтарына 34,66 %, ал 2013 ж. сол кезеңінде 33,11 % дейін төмендеді.

Ең жақсы банктердің ондығына кірген «Банк ВТБ» АҚ несиені қоржыны 10,3 млрд теңгеден 48,1 млрд теңгеге дейін өскен. Бұл банк несиелік қоржынды толықтыру жағынан ең үздік банк болып есептеледі және соңғы екі жыл аралығында өсу қарқынын көрсетіп отыр.

«Ситибанк Қазақстан» АҚ мен «Цеснабанк» АҚ ағымдағы жылда өз несиені қоржының өсуін көрсетті.

Банктердің міндеттемелері арасында ең үлкен бөлік «Клиенттер алдындағы міндеттемелерге» жатады (депозиттер).

2014 ж. 1 қаңтарына екінші деңгейлі банктердің жинақ міндеттемелері 13 384,1 млрд теңгеге тең болды. Ол 2011 ж. қарағанда 1867,8 млрд теңгеге, немесе 16,2 % артты. Клиенттердің салымдарының өсуі үш жыл аралығында 26,2 % артқан. Айналымға шығарылған бағалы қағаздар банк жүйесі бойынша 978,2 млрд теңгені құрап, 34,8 % төмендеген.

Банк операцияларының жекелеген түрлерін жүзеге асыратын ұйымдар мен басқа банктерден алынған займдар 2013 жылы 92,9 млрд теңгеге тең болып, 2011 жылға қарағанда, 81,1 % төмендеген.

Коммерциялық банктердің жинақ міндеттемелерінің құрамында ең көп үлесі ҚР үкіметінен алынған займдар — 351,1 %, ал ең аз мөлшерде — банк операцияларының жекелеген түрлерін жүзеге асыратын ұйымдар мен басқа банктерден алынған займдар — 81,1 % бар (4-кесте).

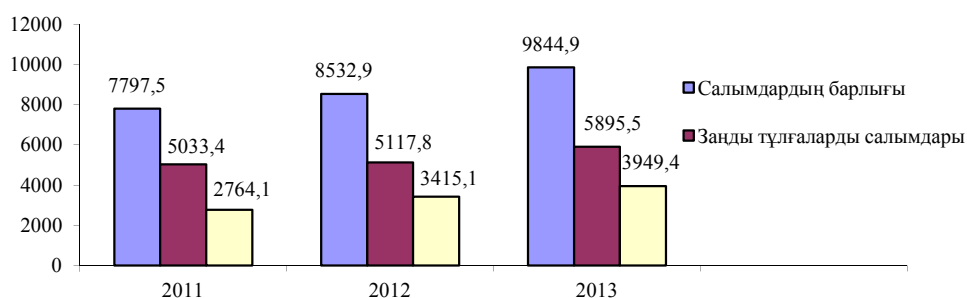
4 - к е с т е

ҚР банк секторының жинақ міндеттемелерінің 2011–2013 жж. құрылымы

Көрсеткіштер	2011 ж.		2012 ж.		2013 ж.		Өсу, %
	млрд теңге	%	млрд теңге	%	млрд теңге	%	
Банқаралық салымдар	106,4	0,9	161,9	1,4	283,7	2,1	166,6
Банк операцияларының жекелеген түрлерін жүзеге асыратын ұйымдар мен басқа банктерден алынған займдар	491,3	4,3	262,3	2,2	92,9	0,7	-81,1
ҚР үкіметінен алынған займдар	72,2	0,6	317,8	2,6	325,7	2,4	351,1
Клиенттердің салымдары	7797,6	67,7	8532,9	71,9	9844,9	73,6	26,2
Арнайы мақсаттағы еншілес мекемелердің салымдары	1,5	0,2	0,6	0,0	0,6	0,0	60,0
Айналымға шығарылған құнды қағаздар	1498,1	13,0	996,5	8,4	978,2	7,3	-34,8
Құнды қағаздармен «РЕПО операциялары»	497,0	4,3	640,0	5,4	804,3	6,0	61,8
Басқа да міндеттемелер	1052,2	9,1	927,8	7,8	1029,0	7,7	-2,2
Барлығы	11516,3	100,0	11874,6	100,0	13384,1	100	16,2

Ескерту. [1] әдебиет көзіне сүйене отырып, авторлармен құрастырылған.

Екінші деңгейлі банктердегі салымдарда назар аударатын болсақ, салымдардың жалпы сомасы жылдан жылға өсуде. Егер 2011 жылы салымдар сомасы 7797,5 млрд теңгені құраса, осы көрсеткіш 2013 жылы 9844,9 млрд теңгеге тең болды, яғни 79,2 % өсті. Оның ішінде жеке тұлғалардың салымдары 2011 жылы 2764,1 млрд теңге, ал 2013 жылы 3949,4 млрд теңге болған. 2013 жылы 2011 жылмен салыстырғанда 70 % артты. Заңды тұлғалардың салымдары 2013 жылы 2011 жылға қарағанда 23,5 % өсті, яғни 2011 жылы бұл көрсеткіш 1387 млрд теңге болса, 2013 жылы 5895,5 млрд теңгеге тең (4-сур.).



Ескерту. [1] әдебиет көзіне сүйене отырып, авторлармен құрастырылған.

4-сурет. ЕДБ клиенттерінің 2011–2013 жж. салымдары, млрд теңге

ТОП-10: 2011–2013 жж. аралығында салымдар бойынша ең ірі банктер

№	Банктер	Жеке тұлғалардың салымдары			Өзгерістер, %
		2011	2012	2013	
1	«Қазақстан Халық Банкі» АҚ	559 209,1	686 426,5	787 431,4	40,8
2	«Казкоммерцбанк» АҚ	550 674,5	621 475,3	621 223,7	12,8
3	«KASPI BANK» АҚ	222 723,8	319 162,0	372 576,1	67,3
4	«ЦентрКредит» АҚ	376 138,5	391 869,3	334 251,1	-11,2
5	«БТА Банк» АҚ	302 213,8	291 932,9	286 313,8	-5,3
6	«АТФБанк» АҚ	155 200,3	211 478,9	219 304,5	41,3
7	«ЦеснаБанк» АҚ	99 337,7	159 218,6	200 920,2	102,2
8	«Сбербанк» АҚ	70 566,6	119 053,2	198 877,7	181,8
9	«Жинақ құрылысбанк» АҚ	73 736,4	131 972,5	175 611,4	138,2
10	«АльянсБанк» АҚ	112 836,5	156 468,6	161 649,1	43,3

Ескерту. [2] әдебиет көзіне сүйене отырып, авторлармен құрастырылған.

Жалпы банктер бойынша көрсеткіштерге назар аударатын болсақ, салымдардың сомасынан бірінші ондық үздік банктер арасында алдыңғы орында «Сбербанк» АҚ. Осы банкке салған жеке тұлғалардың салымдарының сомасы 2011–2013 жж. аралығында 102, 2 % өскен. Бұл жағдай халықтың осы банкке деген сенімі жоғары екенін көрсетеді (5-кесте).

2013 жылы 2011 жылға қарағанда «ЦентрКредит» АҚ жеке тұлғалардың салымдары күрт төмендеген. Төмендеу қарқынын «БТА Банк» АҚ көрсеткіштерінен да көре аламыз. Қалған банктерге халықтың сенімі деген жоғары екен.

ҚР банк секторының 2011–2013 жж. өзіндік капиталының жеткіліктігі, млрд тенге

Көрсеткіш	2011 ж.	2012 ж.	2013 ж.	Өзгерістер, %
1-ші деңгейдегі капитал	1 491,8	1561,4	1691,1	13,3
2-ші деңгейдегі капитал	520,4	509,6	663,1	27,4
3-ші деңгейдегі капитал	1,6	1,0	1,7	6,3
Барлық есептелген меншікті капитал	1 961,4	2072,0	2347,4	19,7

Ескерту. [1] әдебиет көзіне сүйене отырып, авторлармен құрастырылған

2014 жылдың 1 қаңтарына банк секторының өзіндік капиталының деңгейі 2347,4 млрд теңгеге жетті. Ол 2011 жылға қарағанда 19,7 % өскендігін көрсетеді.

ҚР ЕДБ меншікті капитал жеткілігінің еселіктері, %

Көрсеткіш	2011 ж.	2012 ж.	2013 ж.
Меншікті капитал жеткілігінің еселігі k1-1	11,4	11,6	11,0
Меншікті капитал жеткілігінің еселігі k1-2	12,9	13,6	13,5
Меншікті капитал жеткілігінің еселігі k2	17,4	18,1	18,7

Ескерту. [1] әдебиет көзіне сүйене отырып, авторлармен құрастырылған.

Меншікті капитал жеткілігінің еселіктері 2011–2013 жж. күрт өзгермеген. Егер меншікті капитал жеткілігінің еселігі k1-1 2011 ж. 11,4 % болса, 2013 ж. аяғына қарай 11,0 % болған. Ал меншікті капитал жеткілігінің еселігі k1-2 2011 ж. 12,9 % тең болса, 2013 ж. — 13,5 %. Сол сияқты меншікті капитал жеткілігінің еселігі k2 2011 ж. 17,4 %, ал 2013 ж. 18, 8 % тең.

ҚР банк секторының өтімділігін қарастыра келсек, 2011–2013 жж. аралығында өтімділіктің барлық еселіктері азайған, яғни банк секторының өтімділігі төмендеген. Егер k4 ағымдағы өтімділік еселігі 2011 жылы 0,927 болса, 2013 жылы осы көрсеткіш 0,901 құрады. Сол сияқты өтімділіктің басқа да еселіктері төмендеген (8-кесте).

ҚР банк секторының 2011–2013 жж. өтімділігінің динамикасы

Көрсеткіштер	2011 ж.	2012 ж.	2013 ж.	Өзгерістер, %
k4 ағымдағы өтімділік еселігі (мін мәні 0,3)	0,927	0,803	0,901	-0,026
k4-1 мерзімді өтімділік еселігі (мін мәні мәні 1)	6,873	5,033	5,210	-1,663
k4-2 мерзімді өтімділік еселігі (мін мәні 0,9)	3,395	2,944	2,992	-0,403
k4-3 мерзімді өтімділік еселігі (мін мәні 0,8)	2,444	2,206	2,254	-0,19
Жоғары өтімді активтердің жиынтық активтерге қатысты арақатынасы, %	21,0	17,6	17,3	-3,7

Ескерту. [1] әдебиет көзіне сүйене отырып, авторлармен құрастырылған.

ҚР 2011–2013 жж. банк секторының валюталық өтімділігінің динамикасы

Көрсеткіштер	2012 ж.	2013 ж.	Өзгерістер, %
k4-4 Мерзімдік валюталық өтімділік еселігі (мін мәні 1):			
– рейтингісі <A> -дан төмен емес шетел валюталар бойынша	10,202	14,735	1,4
– ресей рублі	4,352	12,864	3,0
k4-5 мерзімдік валюталық өтімділік еселігі (мін мәні 0,9):			
– рейтингісі <A> -дан төмен емес шетел валюталар бойынша	5,354	6,871	1,3
– ресей рублі	3,959	9,128	2,3
k4-6 мерзімдік валюталық өтімділік еселігі (мін мәні 0,8):			
– рейтингісі <A> -дан төмен емес шетел валюталар бойынша	2,808	3,308	1,2
– ресей рублі	1,733	6,981	3,9

Ескерту. [1] әдебиет көзіне сүйене отырып, авторлармен құрастырылған.

ҚР банк секторының валюталық өтімділігінің еселіктерінің өсу қарқыны байқалады. К4-4 мерзімдік валюталық өтімділік еселігі рейтингісі <A> -дан төмен емес шетел валюталар бойынша 2011 жылы 10,202 болса, осы көрсеткіш 2013 жылдың аяғына қарай 1,4 есе өскен. Бұл еселік Ресей рублі бойынша 3,0 есе артты.

k4-5 мерзімдік валюталық өтімділік еселігі рейтингісі <A> -дан төмен емес шетел валюталар бойынша 2011 жылы — 5,354, ал 2013 жылы — 1,3 есе өсті. Ресей рублі — 2,3 есе артты.

k4-6 мерзімдік валюталық өтімділік еселігі рейтингісі <A> -дан төмен емес шетел валюталар бойынша 2,808-тен 3,808 дейін жоғарлады. Ал ресей рублі бойынша 3,9 есе артты (9-кесте).

Банк секторының пайдалылығының көрсеткіштерінің өсуі тұрақсыз. Мысалы, сыйақы алуға байланысты кірістер 2011–2013 жж. 28 % өссе, осы мерзім аралығындағы сыйақы төлеуге байланысты шығыстар 0,2 % ғана арттылды. Ал сыйақы алумен байланысты емес таза кіріс (шығын) сияқты бап бойынша көрсеткіштің төмендеуі байқалады (10-кесте).

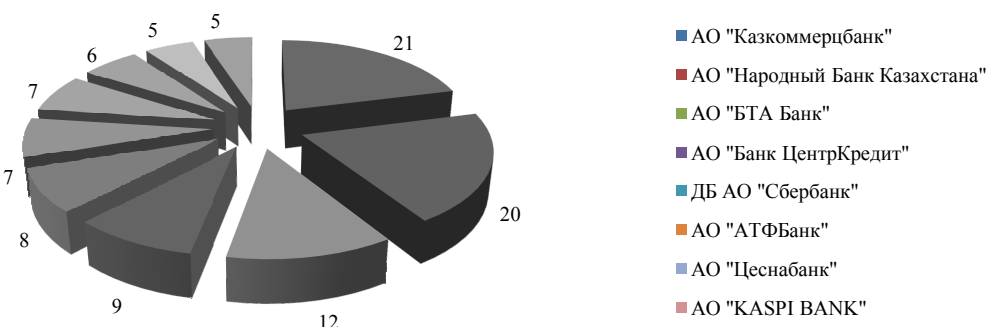
ҚР банк секторының 2011–2013 жж. пайдалылығы, млрд теңге

Көрсеткіштер	2011 ж.	2012 ж.	2013 ж.	Өзгерістер, %
Сыйақы алуға байланысты кірістер	1036,4	1085,2	1326,5	28,0
Сыйақы төлеуге байланысты шығыстар	634,3	612,3	635,8	0,2
Сыйақы алуға байланысты таза кіріс	402,1	472,9	690,7	71,8
Сыйақы алуға байланысты емес кірістер	3429,2	4174,4	2958,2	13,7
Сыйақы төлеуге байланысты емес шығыстар	3841,0	4395,8	3341,1	13,1
Сыйақы алумен байланысты емес таза кіріс (шығын)	-412,0	-221,4	-382,9	-
Табыс салығы төленгенге дейінгі таза кіріс (шығыс)	-9,8	251,5	307,8	
Табыс салығын төлеу жөніндегі шығыстар	25,6	29,4	46,6	82,0
Табыс салығы төленгеннен кейінгі таза кіріс (шығыс)	-35,4	222,1	261,2	

Ескерту. [1] әдебиет көзіне сүйене отырып, авторлармен құрастырылған.

2013 есеп жылға салық төлеу алдындағы таза пайданың жалпы активтеріне арақатынасы (ROA) 1,77 % құрады. Салық төлеу алдындағы таза пайданың баланс бойынша өзіндік капиталға арақатынасы (ROE) 13,15 % болды. Осы көрсеткіштер 2012 жылы 1,88 % бен 28,11 % құрды, яғни көрсеткіштердің төмендеген сипаты көрінеді.

2013 жылы бірнеше банктерде активтердің өсуі байқалды. ТОП–10 банктер арасында ең үдік қарқынды «KASPI BANK» АҚ көрсетті. Активтердің төмендеуі «АТФБанк» АҚ байқалды (5-сур.).



Ескерту. [1] әдебиет көзіне сүйене отырып, авторлармен құрастырылған.

5-сурет. 2013 ж. активтер бойынша банктердің ТОП-10

2011–2013 жж. өзіндік капиталдың көлемі бойынша банктердің ТОП-10, млн теңге

№	Банктің аты	Өзіндік капитал			Активтер			ӨК активтердегі үлесі (%)
		2011 ж.	2012 ж.	2013 ж.	2011 ж.	2012 ж.	2013 ж.	
1	«Қазақстан Халық Банкі» АҚ	289 769,3	302 824,8	332 107,5	2 221 968,2	2 339 548,7	2 409 258,1	13,8
2	«Казкоммерцбанк» АҚ	434 820,4	461 603,6	325 572,9	2 484 886,8	2 553 152,3	2 547 016,8	12,8
3	«БТА Банк» АҚ	-240 787,1	209 886,9	235 138,5	1 616 536,5	1 518 475,1	1 508 455,3	15,6
4	«Сбербанк» ЕБ АҚ	50 034,9	88 246,2	102 422,6	490 759,1	732 393,8	952 103,0	1,08
5	«Жинақ құрылысбанк» АҚ	89 332,9	92 586,6	97 095,4	212 876,7	284 320,4	336 646,6	28,8
6	«Банк ЦентрКредит» АҚ	83 643,9	83 358,6	84 373,8	1 063 350,6	1 062 810,7	1 111 886,9	7,6
7	«Kaspi bank» АҚ	46 959,7	66 296,4	78 473,8	422 087,9	588 420,6	754 640,4	10,4
8	«Нұрбанк» АҚ	70 728,7	75 674,1	75 756,9	267 367,2	260 193,9	284 323,1	26,6
9	«АТФБанк» АҚ	62 986,0	71 244,4	68 902,2	983 719,6	851 635,6	882 322,6	7,8
10	«Цеснабанк» АҚ	45 413,4	50 621,2	68 142,3	253 828,0	284 321,1	793 509,0	8,6

Ескерту. [2] әдебиет көзіне сүйене отырып, авторлармен құрастырылған.

Өзіндік капиталдың көлемі бойынша ең басты орында келесілер жайғасты: «Казкоммерцбанк» АҚ — 434,8 млрд теңге және «Халық банкі» АҚ 289,8 млрд теңге (11-кесте).

Ең маңыздысы «БТАБанк» АҚ өзіндік капиталын қайта құруда. Реструктуризациялау нәтижесінде осы банктің өзіндік капиталының көлемі 235,1 млрд теңгеге жетті және алдағы төрт жыл арасында капитал жеткіліктілігін 21,6 %-ға толық қайта қалыптастыру болжанады.

Келесі үш банк «Казкоммерцбанк» АҚ, «ЦентрКредит» АҚ және «АТФБанк» АҚ өзіндік капиталдың төмендеуін көрсетті.

Осы күнге дейін 38 банктің үшеуі пайдалылықтың жағымсыз көрсеткішін көрсетті. Оның арасында ТОП — 10-ға кірген «АТФБанк» АҚ (12-кесте).

1 2 - к е с т е

2013 ж. жағымсыз көрсеткіштері бар банктер

№	Банктің аты	Жабылмаған залал
1	«АТФБанк» АҚ	-2 359,8
2	«ТемірБанк» АҚ	-2 027,5
3	«АльянсБанк» АҚ	-999,5
Барлығы		-5 386,9

Ескерту. [1] әдебиет көзіне сүйене отырып, авторлармен құрастырылған.

Екінші деңгейлі банктердің экономика салаларын несиелеуде әлемдік қаржы дағдарысына байланысты банктердің несиелеу саясатының қатандығын есепке алсақ, 2009 жылмен салыстырғанда 2010 жылы несиелеу көлемі біршама азайған, себебі клиенттердің көп бөлігі талаптарға сай келмейді. Соның нәтижесінде, несиелеу сұранысын қанағаттандыру баяулаған. 2008 жылы екінші деңгейлі банктердің экономика салаларына берілген несиелеу көлемі 7 454 053 млн теңге, 2009 жылы 7 644 036 млн теңге, 2010 жылы 7 596 547 млн теңге, 2011 жылы 8 811 248 млн теңге, ал 2012 жылы 9 958 040 млн теңге болған. Бірақ 2011-2013 жылдары несиелендіру қарқынының өскендігі байқалады. Екінші деңгейлі банктердің экономикаға берілген несиелерінің неғұрлым айтарлықтай сомасы салалық бөлуде сауда, құрылыс және өнеркәсіп салаларына тиесілі (13-кесте).

Өкінішке орай, қазіргі күнге дейін несиенің басым бөлігі сауда саласына тиесілі болып отыр.

13-кесте мәліметтері бойынша, 2011 ж. экономикаға берілген несиелерінің неғұрлым айтарлықтай сомасы салалық бөлуде сауда (жалпы көлемдегі үлесі — 20,8 %), құрылыс (15,1 %), өнеркәсіп (12,0 %), көлік (4,0 %) және ауыл шаруашылығы (3,9 %) сияқты салаларға тиесілі болса, 2013 ж. сауда (жалпы көлемдегі үлесі — 19,5 %), құрылыс (12,3 %), өнеркәсіп (11,4 %), көлік (3,5 %) және ауыл шаруашылығы (3,3 %) сияқты салаларға тиесілі болған.

1 3 - к е с т е

ЕДБ-дің 2011–2013 жж. экономика салалары бойынша несиелері, млн теңге

Салалар	2011ж.	2012 ж.	2013 ж.
Барлық несиелер	8 811 248	9 958 040	11291548
Өнеркәсіп	1 054 573	1 193 727	
Ауыл шаруашылығы	339 814	322 025	375 426
Құрылыс	1 329 583	1 397 017	1 383 3
Көлік	354 140	423 831	395 595
Байланыс	43 728	78 376	89 929
Сауда	1 828 925	1 998 683	2 207 341
Басқалар (өндірістік емес сала, жеке қызмет)	3 860 485	4 544 381	5 557 349

Ескерту. [1] әдебиет көзіне сүйене отырып, авторлармен құрастырылған.

Жалпы Қазақстанда қазіргі таңдағы несиелердің негізгі түрлерін талдай келе, оны жетілдіру үшін келесі ұсынылады:

– несиелердің аймақтар бойынша берілуінде, әрбір өңір бойынша жеке және заңды тұлғалардың табысына қарай пайыздық сыйақы мөлшерлемесін бекіту;

- экономика салалары бойынша берілетін несиелердің үлесінде өндіріс саласына берілетін несиелер түрлерін ынталандыру шараларын қолға алу;
- несиелер портфелінің сапасын жақсарту үшін несиелеу процесіне сақтандыру компанияларын белсенді қатыстыру;
- банктердің несиелену саясатын жетілдіру арқылы несиелерге қол жетімділікті қамтамасыз ету қажет.

Қорыта айтқанда, жоғарыда аталған ұсыныстардың отандық екінші деңгейлі банктер тәжірибесінде менеджмент негіздерін жүзеге асыру барысында ескерілуі өз кезегінде ел экономикасының негізгі салаларын дамытуға, халықтың әл-ауқатын жақсартуға мүмкіндік береді.

Әдебиеттер тізімі

- 1 [ЭР]. Қолжетімділік тәртібі: <http://www.afn.kz>
- 2 [ЭР]. Қолжетімділік тәртібі: <http://rfcaratings.kz>

С.К.Искендилова, Г.А.Рахимова

Развитие коммерческих банков Республики Казахстан

В статье рассматривается динамика развития отечественных банков второго уровня. Проведен анализ финансовых показателей деятельности коммерческих банков за последние годы. Также рассмотрено современное состояние деятельности банков второго уровня в разрезе различных направлений их деятельности — расчетных, депозитных и кредитных операций. Рассмотрены перспективы развития банковского сектора в Казахстане. Проведено ранжирование банков второго уровня по различным показателям. Выработаны рекомендации по совершенствованию кредитной политики коммерческих банков.

S.K.Iskendirolva, G.A.Rakhimova

The development of the commercial banks of the Republic of Kazakhstan

The article discusses the dynamics of domestic second-tier banks. The analysis of the financial performance of commercial banks in recent years. Also examined the current state of the activities of banks in the context of different areas of their activities - settlement, deposit and credit operations. The prospects of development of the banking sector in Kazakhstan. Were ranked second-tier banks on various parameters. Made recommendations to improve the credit policy of commercial banks.

References

- 1 [ER]. Access mode: <http://www.afn.kz>
- 2 [ER]. Access mode: <http://rfcaratings.kz>

А.А.Мусина, Г.С.Сейткасимов

*Казахский университет экономики, финансов и международной торговли, Астана
(E-mail: amusina@mail.ru)*

Взаимодействие страховых организаций с банками: тенденции развития в Казахстане

В статье рассматривается состояние деятельности страховых организаций в Казахстане в посткризисном периоде, а также анализируется взаимодействие с другими участниками финансового посредничества, а именно с банками. Показаны достижения и недостатки отечественного страхового бизнеса в сфере банковских услуг, отмечены основные направления совместной деятельности банков и страховых организаций как партнеров. В этой связи выявлены возможности более эффективного взаимодействия страховых компаний с финансовыми посредниками в целях наращивания инвестиционного потенциала и инвестиционной активности на финансовом рынке Республики Казахстан.

Ключевые слова: страховые компании, страховые премии, страховые выплаты, банки второго уровня, банкострахование, рынок, бизнес, институты финансового посредничества, инвестиционный потенциал, инвестиционная активность, Казахстан.

До XIX в. страховые компании в сфере посредничества играли подчиненную роль, выполняя свои родовые функции, но развитие капиталистических отношений и превалирование рынка ценных бумаг качественно изменили страховые компании. Реализуя сберегательную и инвестиционную функцию, страховые компании получили статус производителей информации и активно вовлекаются в финансирование инвестиционных процессов, взаимодействуя с другими финансовыми посредниками. Концентрация капитала страховых компаний и увеличение активов способствовали расширению их деятельности на рынке ценных бумаг и участию в акционировании [1].

Страховой рынок Казахстана относительно молодой, так как история самостоятельного развития отсчитывается с 1992 г. Описывая тенденции, происходящие на страховом рынке в настоящий момент, следует отметить определяющие факторы, влияющие на развитие страхового бизнеса в Казахстане. Прежде всего, это общее улучшение благосостояния населения, повышение страховой культуры общества и уровня менеджмента страховщиков, а также в целом эффективная политика государственного надзорного органа.

При этом существуют особенности развития, характеризующие именно казахстанский страховой рынок:

- небольшое количество предлагаемых страховых продуктов;
- сильная концентрация рынка;
- акцент на корпоративном страховании;
- неразвитость накопительных видов страхования.

На финансовом рынке республики в соответствии с выданными регулятором лицензиями в 2013 г. действует 35 страховых (перестраховочных) организаций, при этом лицензии на осуществление деятельности по страхованию жизни имеют 7 компаний, по обязательному страхованию гражданской ответственности владельцев транспортных средств — 24. Кроме того, на рынке страховых услуг осуществляют деятельность 13 страховых брокеров, 88 актуария, 108 Обществ взаимного страхования [2].

Совокупный объем страховых премий, принятых страховыми (перестраховочными) организациями по договорам прямого страхования за 2012 г. составил 211 513,1 млн тенге, что на 20,5 % больше объема, собранного за аналогичный период прошлого года.

Рост и развитие страхового сектора в 2012 г. поддерживались ростом страховых премий по классу «страхование жизни» и по обязательным видам страхования. Так, объем страховых премий по обязательному страхованию превысил аналогичный показатель прошлого года на 7,1 %, по добровольному личному страхованию превышение составило 59,1 %. Наибольшая доля премий приходится на добровольное личное страхование — 85 155,0 млн тенге, что составляет 40,3 % от общего объема страховых премий по рынку. Высокие показатели по добровольному личному страхованию обеспе-

чиваются в основном за счет аннуитетного страхования — 43,9 % и страхования от несчастных случаев — 20,1 %.

Распределение премии по видам страхования выглядит следующим образом (табл. 1). На долю страховых премий от финансовых убытков приходится незначительная часть — от 3,7 % до 12,3 %.

Т а б л и ц а 1

Структура страховых премий в разрезе классов страхования (%)

Классы страхования	01.01.2009	01.01.2010	01.01.2011	01.01.2012	01.01.2013
Обязательное страхование ГПО владельцев транспортных средств	12,6	14,8	14,9	14,6	13,2
Добровольное страхование имущества	20,0	29,0	23,4	21,1	16,7
Страхование ГПО	19,3	10,0	11,8	7,9	5,2
Аннуитетное страхование	3,0	7,1	12,1	13,7	17,7
Страхование работника от несчастных случаев при исполнении им служебных обязанностей	7,2	8,8	8,1	9,5	8,3
Страхование от прочих финансовых убытков	12,3	3,7	4,5	6,1	6,7
Прочие	25,6	26,6	25,2	27,1	32,2
Итого	100	100	100	100	100

Примечание. — Составлена авторами на основе Интернет-ресурса: <http://www.afn.kz> [2]

При рассмотрении страховых премий в разрезе секторов экономики можно отметить следующее. Несмотря на то, что в настоящее время наиболее рисковым сектором экономики является строительство, доля премий по данной отрасли незначительна — 3,5 % от общей суммы страховых премий. При этом наибольший объем собранных страховых премий по состоянию на 1 января 2013 г. приходится на сектор промышленности — 23,4 %.

Рассматривая структуру страховых премий, можно отметить, что наибольшая доля приходится на отрасль «Общее страхование». При этом страхование жизни, несмотря на низкую долю в страховых премиях, в целом демонстрирует положительную динамику роста (табл. 2).

Т а б л и ц а 2

Динамика роста страховых премий по отраслям

Период	Общее страхование (%)	Страхование жизни (%)
01.01.2008 г.	96,8	3,2
01.01.2009 г.	95,7	4,3
01.01.2010 г.	91,8	8,2
01.01.2011 г.	86,7	13,3
01.01.2012 г.	82,6	17,4
01.01.2013 г.	75,2	24,8

Примечание. Составлена авторами на основе Интернет-ресурсов: <http://www.nationalbank.kz>, <http://www.afn.kz> [2, 3].

По составу и объему страховых выплат можно судить об эффективности страхования. Если до 2009 г. наибольшая доля здесь принадлежала добровольному имущественному страхованию, то начиная с 2009 г. соотношение изменилось в пользу добровольного личного страхования и обязательного страхования. Из общей суммы страховых выплат, произведенных за 2012 г., наибольшую долю занимают страховые выплаты по добровольному личному страхованию — 58,8 %, по обязательному страхованию — 23,8 %, по добровольному имущественному страхованию — 17,4 % [1].

Наибольшую долю страховых выплат в обязательном страховании составили выплаты по страхованию гражданско-правовой ответственности владельцев транспортных средств — 52,7 % (8 515,8 млн. тенге), в добровольном личном страховании — 72,5 % (28 994,0 млн тенге) — аннуитетное страхование, в добровольном имущественном страховании — 64,6 % (7 686,5 млн тенге) — по страхова-

нию имущества, за исключением автомобильного, воздушного, железнодорожного, водного транспорта и страхования грузов (табл. 3).

Т а б л и ц а 3

Структура страховых выплат в разрезе классов страхования (%)

Классы страхования	01.01.2009	01.01.2010	01.01.2011	01.01.2012	01.01.2013
Страхование на случай болезни	10,9	22	25,4	19,6	15
Аннуитетное страхование	1,4	6,8	23,4	32	42,6
Обязательное страхование ГПО владельцев транспортных средств	7,6	12,2	17,2	15,4	12,5
Страхование работников от несчастных случаев при исполнении ими служебных обязанностей	5,2	13	16,2	11,1	9,5
Страхование от прочих финансовых убытков	60,6	3,9	0,7	10	0,1
Страхование имущества	1,8	27,4	2,4	2,8	11,3
Прочие	12,5	14,7	14,7	9,1	9
Итого	100	100	100	100	100

Примечание. Составлена авторами на основе Интернет-ресурса: <http://www.afn.kz> [2]

В структуре страховых выплат в разрезе секторов экономики можно отметить, что наибольшую долю в общем объеме страховых выплат занимает отрасль промышленности (16,7 % от общей суммы страховых выплат), демонстрируя положительную динамику роста. На операции с недвижимым имуществом, аренду и предоставление услуг потребителям приходится 7,7 % от общего объема страховых выплат в разрезе секторов экономики (табл. 4). Финансовая деятельность как направление выплат занимает лишь незначительную долю (4,1–3,1 %). Данный факт может свидетельствовать о том, что сфера финансовой деятельности как объект страхования не играет решающей роли для страховых организаций в нашей стране.

Т а б л и ц а 4

Классификация страховых выплат в разрезе секторов экономики, %

Наименование	01.01.2012 г.	01.01.2013 г.
Промышленность	28,3	16,7
Транспорт и связь	3,8	3,2
Операции с недвижимым имуществом	3,7	4,1
Финансовая деятельность	4,1	3,1
Предоставление услуг	3,1	3,6
Строительство	2,0	3,0
Торговля, ремонт автомобилей	2,3	8,2
Прочие	52,7	58,1

Примечание. Составлена авторами на основе Интернет-ресурсов: <http://www.nationalbank.kz>, <http://www.afn.kz> [2, 3].

В то же время исследование деятельности банков и страховых организаций позволяет выделить основные направления их совместной деятельности. Основой их взаимодействия стали партнёрские отношения без взаимных вложений в капитал, что проявляется в следующих формах:

- а) банк, являясь собственником страховой компании, продаёт её продукты через свою сеть отделений;
- б) банк, на основе агентского договора, продает продукты страховых компаний;
- в) банк выполняет брокерские функции, продавая продукты страховых компаний с предоставлением клиентам «независимой консультации»;
- г) банк продает договоры небольшой группы страховых обществ;
- д) страховая компания владеет контрольным пакетом акций банка.

Формы взаимодействия финансовых посредников проявляются в комплексном ведении бизнеса на основе общей инфраструктуры, позволяющей осуществлять маркетинг и продажи услуг. Общим в

деятельности банков и страховых компаний является наличие значительной клиентуры благодаря оказанию широкого спектра услуг большому числу юридических и физических лиц. Не противопоставляя, а дополняя продукты, взаимодействие банков и страховых компаний способствует повышению их конкурентоспособности. Рынок становится конкурентным, обуславливая появление новых комплексных продуктов, которые позволяют купить страховой продукт практически в любом банке, независимо от банковского продукта, либо уже интегрированный в него. Преимуществом участия банка в продвижении страховых продуктов является увеличение дохода в виде комиссионного вознаграждения или в форме участия в прибыли страховщика по результатам страховых сделок; использование резервов страховой компании, а также денежных сбережений ее клиентов в формировании ресурсной базы банка и его обеспечении ликвидностью. Кроме того, за счет расширения набора услуг, предлагаемых клиентам банка, повышается продуктивность работы банковского персонала.

На наш взгляд, совместное использование материальной базы и кадровых ресурсов контрагентов позволяет, с одной стороны, еще более расширить клиентскую базу, а с другой – сократить расходы как банков, так и страховых компаний, связанные с развитием филиальной сети, и повысить эффективность их деятельности.

Расширение деятельности банков способствует росту их рисков и повышает спрос на услуги страхования. В качестве клиента страховой компании они могут минимизировать свои риски за счет страхования финансовых убытков, имущества, автомобильного транспорта, страхования гражданско-правовой ответственности, займов, гарантий и поручительств, страхования ответственности, связанной с банковским бизнесом (например, риски, профессиональная ответственность сотрудников, криминальные риски и т.п.). На развитие банкострахования юридических лиц, к примеру, оказывает влияние рост кредитования субъектов малого и среднего бизнеса, а также развитие рынка лизинговых услуг. А на розничное страхование существенное влияние оказывает спрос населения на автокредитование, приобретение недвижимости и прочие потребительские нужды.

Стоит отметить, что неразвитость отечественного банкострахования сыграла позитивную роль для казахстанских страховщиков. Кризис 2007 г. привел к сокращению объемов продаж страховых услуг через банковские каналы из-за сворачивания программ кредитования. Катастрофического роста выплат страховых возмещений банкам не произошло — ведь подавляющее большинство рисков самих банков не было застраховано. Изменения в банкостраховании проявились в виде снижения доли таких видов страхования, как: страхование автокредитов, жизни и здоровья заемщиков при потребительском кредитовании, комплексное страхование рисков банков. Наименее пострадало ипотечное страхование, так как по нему продолжали поступать взносы по старым договорам, и страхование юридических лиц через банковские каналы продаж.

Объем ипотечного страхования через банковский канал имеет положительную тенденцию роста. Страхование эмитентов банковских карт имеет пока малый удельный вес, поскольку это новое, но актуальное направление страхования, обеспечивающее защиту карт от мошенничества, потери, противоправных действий. Одновременно предлагается программа защиты путешественников, поскольку держатели пластиковых карт часто используют их в поездках за рубеж.

Как было отмечено, наблюдается устойчивая тенденция активизации взаимодействия банков и страховых компаний. Существует множество причин, которые способствуют её развитию. Во-первых, банки передают риски своей деятельности страховым компаниям. Во-вторых, банки предпочитают работать с клиентами, которые уже застрахованы от каких-либо рисков. Это повышает рейтинг кредитного портфеля банков. Страхование помогает им привлекать дешевые заемные средства на вторичном рынке, стать более конкурентоспособным и увеличить объемы кредитования.

В-третьих, происходит снижение издержек за счет экономии масштаба. Чем больше число застрахованных, тем меньше расходы на ведение дела. Следовательно, при взаимодействии с банками страховая компания получает весь его клиентский портфель, у неё со временем возникает экономия от масштаба. Это свойственно и банкам, так как клиенты страховых компаний со временем становятся клиентами банков, что увеличивает объем операций и способствует росту прибыли.

В-четвертых, объединившись в финансовую группу (банки, страховые компании, прочие финансовые посредники), они конкурируют не только внутри самой группы, но и, совместно, между группами, повышая уровень конкуренции на рынке.

Значимость инвестиционной деятельности в бизнесе казахстанских страховщиков подтверждается сравнением роли страхового сектора как поставщика инвестиционного капитала для экономики Казахстана и развитых стран. В развитых странах наблюдается тенденция анализа банковского и

страхового рынков как единого целого, опирающаяся на утверждение, что распределение и перераспределение различного рода рисков, управление инвестициями является единой задачей банковских учреждений, страховых и перестраховочных компаний. В то же время в Казахстане в период существования монополии на страхование страховые организации были лишены права самостоятельного управления накопленным инвестиционным капиталом. Средства страховых резервов перераспределялись через сферу бюджета, размещались в специальные выпуски государственных займов либо передавались в банки. Это наложило отпечаток и на отношение к инвестиционной деятельности отечественных страховщиков. Инвестирование страховых капиталов происходит, главным образом, через банковский сектор экономики посредством покупки банковских продуктов либо использования банков как посредников на рынке ценных бумаг. Государство также заинтересовано в использовании средств страховых резервов в своих интересах, в связи с чем выдвигаются предложения по выпуску специальных нерыночных государственных ценных бумаг для страховых организаций. Такая позиция снижает самостоятельность казахстанских страховщиков в осуществлении инвестиционной деятельности и ставит их платежеспособность в зависимость от финансового состояния банковского сектора и бюджета, что подтвердилось в период мирового финансового кризиса. Сформированная в практике подчиненность страхования в сфере финансов и кредита отрицательно сказывается на конкурентоспособности страховых организаций среди других финансовых институтов, а следовательно, на способности наращивать инвестиционные ресурсы. Это обусловлено тем, что основным источником инвестиционного капитала в страховании являются денежные накопления граждан, вложенные в страхование жизни с целью накопления средств. Ограничения на самостоятельное проведение страховщиками инвестиционных операций не позволяют решить задачу страхования, реализуемую посредством инвестиционной функции, — личное материальное обеспечение граждан, т.е. страховые организации не в состоянии предложить накопительные страховые продукты более привлекательные, чем, например, сберегательный вклад, государственные ценные бумаги и иные способы вложений.

Страховые организации осуществляют активную инвестиционную деятельность на финансовом рынке, что отражается на составе и структуре инвестиционного портфеля. В целом инвестиционный портфель занимает преимущественную долю активов данных организаций (табл. 5).

Т а б л и ц а 5

Инвестиционный портфель и активы страховых организаций Казахстана (на начало года)

Показатель	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.
Активы (млрд тенге)	268,8	297,5	343,2	387,7	442,7
Инвестиционный портфель (млрд тенге)	198,3	208,0	231,5	284,0	338,0
Доля инвестиционного портфеля в составе активов (%)	73,8	69,9	67,4	73,2	76,3

Примечание. Рассчитана авторами по данным НБ РК за 2008–2012 гг. // Интернет-ресурс: <http://afn.kz> [2].

В отличие от других финансовых посредников в составе инвестиционного портфеля страховых организаций более двух третей принадлежит негосударственным ценным бумагам иностранных эмитентов и вкладам в БВУ. Меньше средств размещено в государственные ценные бумаги, из них преимущественно в ценные бумаги Министерства финансов (табл. 6).

Т а б л и ц а 6

Структура инвестиционного портфеля страховых организаций, %

Показатели	01.01.2009 г.	01.01.2010 г.	01.01.2011 г.	01.01.2012 г.	01.01.2013 г.
1	2	3	4	5	6
Государственные ценные бумаги РК, в том числе:	9,58	20,7	19,43	17,28	18,45
Еврооблигации	0	7,5	0	0	0
Ценные бумаги Министерства финансов РК	8,36	10,2	16,62	14,75	17,44
Ноты Национального банка	1,22	3,0	1,99	1,62	0,26
Ценные бумаги местных исполнительных органов	0	-	0,82	0,91	0,75

1	2	3	4	5	6
Вклады в банках второго уровня	39,92	36,5	30,55	32,40	31,13
Ценные бумаги международных финансовых организаций	0,20	1,0	2,43	3,27	2,86
Паи инвестиционных фондов	0,07	0,1	0,05	0,13	0,1
Ценные бумаги иностранных государств	0,51	2,6	2,43	2,50	2,41
Негосударственные ценные бумаги иностранных эмитентов	33,78	28,5	35,44	35,48	40,23
Негосударственные ценные бумаги иностранных эмитентов	2,27	6,4	5,53	5,53	3,9
Операции «Обратное РЕПО»	13,85	4,2	4,14	3,41	0,92
Всего	100	100	100	100	100

Примечание. Рассчитана авторами по данным НБ РК за 2008–2012 гг. [3].

Наличие вкладов в БВУ свидетельствует о том, что страховые организации, так же как и другие финансовые посредники, могут участвовать в кредитовании экономики.

Исходя из изложенного выше сформулируем выводы.

1. Страховый рынок Казахстана отличается от страховых рынков других стран небольшим количеством предлагаемых страховых продуктов, сильной концентрацией рынка и неразвитостью накопительных видов страхования.

2. Наиболее тесное взаимодействие страховых организаций установлено с банками. Основой его стали партнерские отношения в различных формах участия в реализации и расширении набора продуктов страхового рынка, агентских услуг и брокерских операций, а также при размещении страховыми организациями своих активов во вкладах БВУ. Однако имеющиеся возможности по эффективному взаимодействию с банками до конца не реализованы.

3. Анализ показывает, что значимость страхового сектора финансового посредничества как поставщика инвестиционного капитала для экономики Казахстана еще недостаточно высока. Доля инвестиционного портфеля страховых организаций составляет всего лишь 5–6 % от инвестиционного потенциала всех участников финансового посредничества, но имеет тренд к росту: 2006 г. — 4,3 %, 2009 г. — 4,9 %, 2010 г. — 5,3 %, 2012 г. — 5,6 %.

4. Инвестиционный потенциал страхового сектора за последние 5 лет после экономического кризиса имеет тенденцию к росту, и страховые институты осуществляют довольно активную деятельность на финансовом рынке: доля их инвестиционного портфеля в составе активов составляет более 75 %.

В целях превращения казахстанских страховых организаций из потенциального в практический источник инвестиционного капитала для национальной экономики необходимо активизировать выполнение страховыми организациями инвестиционной функции, что будет возможным, прежде всего, при совершенствовании системы государственного регулирования, проведении высокоэффективной инвестиционной политики, обеспечивающей рост инвестиционной прибыли, что, в свою очередь, позволит привлекать дополнительные средства акционеров. Активные способы увеличения инвестиционного капитала в страховых организациях должны сопровождаться оптимальным использованием имеющихся ресурсов, а также разработкой особых механизмов взаимодействия с банковскими и небанковскими институтами финансового посредничества.

Статья написана на основе разработки госбюджетной темы «Разработка механизмов взаимодействия финансовых посредников в Казахстане» в рамках госзаказа по бюджетной программе 055 «Научная и/или научно-техническая деятельность», подпрограмма 101 «Грантовое финансирование научных исследований».

Список литературы

- 1 Парусимова Н.И. Трансформация банковских продуктов в разных типах экономических систем: Монография. — Оренбург: ОГУ, 2004. — 389 с.
- 2 Отчеты и материалы Комитета по контролю и надзору финансового рынка и финансовых организаций Национального Банка РК. — [ЭР]. Режим доступа: <http://www.afn.kz/>.
- 3 Отчеты и материалы Национального банка РК//Интернет-ресурс <http://www.nationalbank.kz/>.

Ә.Ә.Мусина, Ғ.С.Сейітқасымов

**Сақтандыру ұйымдарының банктермен қарым-қатынасы:
Қазақстандағы даму үрдісі**

Мақалада дағдарыстан кейінгі кезеңдегі Қазақстанның сақтандыру компанияларының қызметтерінің жағдайы қарастырылған, сонымен қатар басқа қаржылық делдалдарымен, әсіресе банктермен, қарым-қатынастары талданды. Банктік қызмет саласындағы отандық сақтандыру бизнестің жетістіктері мен кемшіліктері көрсетілген, және де серіктестер сипатындағы банктер мен сақтандыру ұйымдарының ортақ негізгі бағыттары қарастырылған. Сондай-ақ Қазақстан Республикасының қаржылық нарығындағы инвестициялық белсенділік пен инвестициялық әлеуеттікті көтеру мақсатында қаржы делдалдарының сақтандыру компанияларымен тиімді ынтымақтастықтарының мүмкіндіктері анықталды.

A.A.Mussina, G.S.Seiytkassimov

**Interaction of insurance organizations with banks:
development trends in Kazakhstan**

The article discusses the state of the insurance companies' activities in Kazakhstan in the post-crisis period, and analyzes the interaction with other participants of financial intermediation, namely with banks. The achievements and shortcomings of domestic insurance business in the sphere of banking services were showed, as well as there were highlighted the main directions of joint activity of banks and insurance companies as partners. In this regard, effectively interacting opportunities among insurance companies and financial intermediaries were identified in order to increase the investment potential and investment activity in the financial market of the Republic of Kazakhstan.

References

- 1 Parusimova N.I. *Transformation of banking products in different types of economic systems*: Monografeii, Orenburg: OSU, 2004, 389 p.
- 2 *Reports and materials of the Committee for the Control and Supervision of Financial Market and Financial Organizations of the National Bank of Kazakhstan*, Internet resource: <http://www.afn.kz/>.
- 3 Reports and materials of the National Bank of the RK, [ER]. Access mode: <http://www.nationalbank.kz/>

Е.Т.Ақбаев, А.А.Абаев, В.З.Тағаева

*Е.А.Бөкетов атындағы Қарағанды мемлекеттік университеті
(E-mail: erbolsyn.2011@mail.ru)*

Қазақстан Республикасында жанама салықтар жүйесінің қалыптасуы және дамуы

Мақалада нарықты экономика жағдайындағы салықтар жүйесінің рөлі мен маңызы қарастырылған. Жанама салықтардың мәні ашылып көрсетілген. Жанама салықтар жүйесін зерттеуде ілімдік көзқарастар талданған. Жанама салықтардың маңызды бөлігі болып табылатын қосымша құн салығына ерекше көңіл бөлінген. Қосымша құн салығының мөлшерлемелерінің өзгеру кезеңдері көрсетілген.

Кілт сөздер: салық, салықтар жүйесі, жанама салықтар, қосымша құн салығы, мөлшерлеме, өзгеру, кезеңдер.

Экономикалық мазмұн тұрғысынан салық дегеніміз — тұрғын, кәсіпорын (фирма) мен ұйымдардан заңға негізделіп алынатын міндетті төлем жүйесі. Салық мәселесі мен салық салудың тамыры ғасырларға тереңдеп кеткен. Мемлекет салықтарды экономиканы дамыту, тұрақтандыру барысында қуатты экономикалық тетік ретінде пайдаланады. Салықтар — мемлекет егемендігінің бір көрінісі. Салық — нарықтық қатынастардың бір бөлігі, оның қызмет етуі елдегі экономикалық реформалардың нәтижелілігімен тығыз байланысты.

Салық салудың негізгі мақсаты — мемлекет қазынасын толтыру, еліміздің экономикасын дамыту, әлеуметтік жағдайды жақсарту және кәсіпорын, тұрғындар қаржыларын қоғамдық қажеттілікке тарту.

Біздің Елбасымыздың және еліміздің алға қойған мақсаты — дамыған отыз елдердің қатарына қосылу. Ал мұндай мақсатқа қол жеткізудің басты алғышарттарының бірі — мемлекеттік бюджетті қалыптастыруда салықтардың тиімділігін арттыру.

Салықтар құқықтық жағдайы мен қолданылу шарттары жағынан алуан түрлі болып келеді. Жанама салық салудың мәні салықтың тауар бағасына (қызмет тарифіне) қосылатындығында. Бұл жағдайда салықты тауардың (қызметтің) нақты тұтынушысы төлейді, алайда тұтынушы мен мемлекет арасында тікелей байланыс болмайды.

Жанама салықтар — бағаға не тарифке үстеме түрінде белгіленген салық төлеушінің кірістері мен мүлкіне тікелей байланысты емес салықтар. Жанама салықтарға қосылған құнға салынатын салық, акциздер жатады. Жанама салықтарға сондай-ақ сыртқы экономикалық қызметтен түсетін түсімдер де (кеден баждары түріндегі, ішкі рынокта сатылатын тауарлар бағасы мен олардың фактуралық құнының айырмасы) жатады. Жанама салықтар мемлекеттің фискалдық мүдделерін білдіреді. Бұл салықтардың ең соңғы төлеушісі болып тауарды тұтынушы табылады [1].

Жанама салық салудың мәні салықтың тауар бағасына (қызмет тарифіне) қосылатындығында. Бұл жағдайда салықты тауардың (қызметтің) нақты тұтынушысы төлейді, алайда тұтынушы мен мемлекет арасында тікелей байланыс болмайды. Жанама салықтар салық салу объектісіне қарай төмендегіше бөлінеді:

1. Жеке жанама салықтар — қатаң түрде белгіленген бір тауар топтарына салынады.
2. Әмбебап жанама салықтар — негізінен барлық тауарлар мен қызметтерге салынады.
3. Фискалды-монополиялық жанама салықтар — мемлекеттік құрылымдарда сатылатын өндірістің барлық тауарларына салынады.

Кедендік баж — экспортты-импортты операциялар жасау кезінде тауарлар мен қызметтерге салынады.

Салықты алатын және оған билік жасайтын органға қарай салықтар жалпымемлекеттік және жергілікті болып бөлінеді.

Жалпы мемлекеттік салықтар — барлық элементтері мемлекеттің заңдарымен анықталатын және сол елді жалпыға бірдей біртұтас қолданылатын салықтар. Бұл салықтарды бекітіп, жүзеге асыратын ел Парламенті. Бұл салықтар ір деңгейдегі бюджеттерге бөлініп отырады.

Жергілікті салықтар — мемлекеттің заңдарына сәйкес жергілікті өкімет органдары жүзеге асыратын салықтар. Олар жергілікті деңгейде қабылданған шешім негізінде ғана жүзеге асырылады. Бұл салықтар толығымен жергілікті бюджетке түсіп отырады.

Пайдалану тәртібіне қарай барлық салықтар жалпы және арнаулы болып бөлінеді. Жалпы салықтар тиісті деңгейлердің бюджеттерінде шоғырландырылады және жалпымемлекеттік қажеттіліктерді қаржыландыруға пайдаланылады. Арнаулы салықтардың нысаналы мақсаты болады (мысалы, зейнетақы төлемдерін қалыптастыру үшін пайдаланылатын әлеуметтік салық).

Нысанның экономикалық белгілері бойынша табысқа және тұтынуға салынатын салықтар болып бөлінеді. Табысқа салынатын салықтар төлеушінің салық салынатын кез келген нысаннан алған табыстарынан алынады. Тұтынуға салынатын салықтар — бұл тауарлар мен қызметтер көрсетуі тұтыну кезінде төленетін шығынға салынатын салықтар.

Нарықты экономиканы дамыту үшін мемлекет тарапынан салыққа аса мән беріледі. Салықтар мемлекеттің қаржы көздерін жақсартудың ең негізгі құралы болуымен қатар, ел экономикасын қайта құруға, өндірістің ұлғайып, дамуына және саяси-әлеуметтік шаралардың толығымен іске асуына мүмкіндік туғызады. Салықтар — кез келген өркениетті мемлекеттердің негізгі кіріс көзі. Салықтар, жалпы экономикалық мазмұнына қарай, тікелей және жанама болып бөлінеді. Қазақстан Республикасының аумағында қолданылып жүрген барлық салықтар мен бюджетке төленетін міндетті төлемдердің ішінде жанама салықтардың алатын орны ерекше. Әлемнің қандай мемлекеті болмасын, барлығында жанама немесе тұтынуға салынатын салықтар кең қолданылады.

Жанама салықтар — бұл салық төлеушінің табысына немесе мүлкіне тікелей байланысты емес, тауардың бағасына және қызметтің тарифіне қосылатын салықтар. Жанама салықтардың ең соңғы төлеушісі болып тауарды тұтынушы табылады.

Салықтардың тікелей және жанама болып бөлінуі XVII ғасырдың соңында Д. Локкпен салықтардың басқаға аудару критерийін негізге ала отырып, енгізілген болатын. Нәтижесінде тек жерге салынатын салық тікелей деп танылды да, қалғандары — жанама болды (себебі оларды төлеу, ақыр соңында, жер иеленушілерге аударылатын).

Дж. Миль болса критерийге құқықтық тұрғыдан қарады. Оның құқықтық (мемлекет) көзқарасы тұрғысынан тікелей салықтар — бұл салық төлеушіге тікелей жүктелетін, ал жанама салықтар — бұл салық төлеушімен басқаға жүктеле алатын салықтар. Бұл критерийді А. Вагнер де ұстанды.

XIX ғасырда тікелей салықтардың басым бөлігі басқа тұлғаға аударыла алуы, жанама салықтардың толығымен тиісті тәртіпте пайдаланылмауы оларға деген көзқарасты өзгертті. Енді критерийге салық салу мен алу тәртібі ескерілді. Тікелей салықтар тұрақты сипаттағы құбылыстарға негізделгендіктен (мүлікті басқару немесе пайдалану), олар салық төлеушілермен жасалған тізімге сәйкес бөлек және белгілі бір белгіленген мерзімде төленді, жанама салықтар болса өзгермелі құбылыстардан, бөлек іс-әрекеттерден, факторлардан (белгіленген тарифтер негізінде салынатын тұтыну, келісім-шарт, қызмет көрсету актілері) бастау алады.

Жанама салықтардың келесі ерекшеліктерден тұрады:

- жанама салықтар салық салынатын өндіріс кезеңдеріне қарамастан, ақырғы тұтынушыға бағытталады;
- мемлекеттің фискалдық функциясын атқарады. Мәселен, белгілі бір тауардан үлкен көлемде қосымша кіріс алу мақсатында тауарлардың белгілі бір топтарына (арақ және темекі өнімдеріне) акциз салығын қолданады;
- тұтыным есебінен жиналған ақша қаражаттары нақты белгіленген мақсаттарға — мемлекеттің түрлі бағдарламаларын қаржыландыруға жұмсалады.

Ел экономикасын көтеру мен мемлекеттік бюджеттің кірісін молайтуда сүбелі үлесті жанама салықтар қосатындығы белгілі. Оны олардың бюджеттің салықтық кірістерінің жартысына жуық бөлігін құрауынан байқауға болады. Осыны біле білген Еуропалық одақ жанама салықтарды оған мүшелікке кірудің басты шартына айналдырып отыр.

Себебі:

- оларды төлеу мүмкін емес;
- олармен болатын экономикалық қылмыстар аз;
- еңбекке деген құлшынысқа аз көлемде әсер етеді;
- тапшылық жоқ кезде, яғни тауар алмастыратын басқа да тауарлар болған кезде, тұтынушының тауар таңдау құқықтарын қалыптастырады;
- салықтардың көрінбеуі және басқалары.

Қазақстанда жанама салықтардың келесі түрлері қолданылады:

- қосылған құнға салынатын салық;
- акциз;
- кедендік баж салығы.

Қазақстанда жанама салықтардың ішінде бюджеттің негізгі кіріс көзі болып табылатын салық болып қосылған құн салығы табылады. 2012 жылы бұл салық жалпы мемлекеттік бюджет кірісінің 22,4 % құрады [2].

Шет мемлекеттер тәжірибесі көрсеткендей, салық реформасын жүргізудің бір ұшы салық жүйесіне қосылған құнға салынатын салықты (ҚҚС) енгізудің қажеттілігін саралап, тиімді жолын табу болып табылады.

1991 жылдың 24 желтоқсанында «Қосылған құнға салынатын салық туралы» Қазақстан Республикасының Заңы қабылданып, республиканың салық жүйесіне қосылған құнға салынатын салықты енгізді. Бүгінгі күні бұл салық Салық кодексімен реттеледі және ол жанама салықтар қатарына жатады.

КСРО кезеңі мен одан кейінгі экономикалық кезеңде де ұзақ уақыт бойына айналым салығы қолданылып келді. 30-жылдардың басында енгізілген бұл салық бюджеттің ауқымды да тұрақты кіріс көзі болып, қаржылық тұрақтылықты қамтамасыз етті нарықтық экономикаға көшуімізге орай өнеркәсіп өзі тұрған жері бойынша айналым салығын төлеуге көшуіне байланысты бұл тұрақты қаржы көзінен айрылды. Мұны республикамызда аяқ киім, темекі, кондитер, тоң май кәсіпорындары бойынша келіп түсетін түсімдердің кемігендігімен түсіндіруге болады. Әйтсе де өнеркәсіп тауарларының бағасы қолдан кемітілді. Айналым салығы арзан азық-түлік өнімдеріне берілетін дотация түрінде жабылды, ол, әрине, қайта бөлу тиімділігін бере алмады.

Қазақстан Республикасы нарыққа өту кезеңінде аса ауыр қаржы жағдайында қалды, өйткені экономикалық тұрғыдан құрылымдық қайта құру ұзақ уақытты, елеулі қосымша қаржы ресурстарын талап етті, ал бұлар бізде жоқ еді.

Айналым салығы тауарлардың көтерме және бөлшек сауда бағасы арасындағы айырманы білдіреді. Бұл, әрине бағаның жоспарлы белгіленуі кезінде тиімді болып табылады. Салық мөлшерлемелері бюджеттің қажеттілігіне қарай белгіленіп, өзгертіледі. Алайда орталықтандырылған жоспарлау жағдайында бұл өндіріс қызметіне әсері аз еді, өйткені салық салу шарты бойынша маңызы төмен өнеркәсіп салаларын мемлекет қаржыландырды. Себебі баға босатылып жіберілген кезде айналымнан алынатын салық бағалар айырмасы болғандықтан, мүлде жоғалып кетті.

1991 жылдың қаңтарынан бастап республиканың салық жүйесіне сатудан алынатын салық енгізілді. Бұл салық бойынша халық тұтынатын тауарларды, өндірістік-техникалық мақсаттағы өнімдерді өткізуден, ақылы жұмыстар мен қызметтерді атқарудан 5 пайыз мөлшерінде алынды.

Айналым салығы тауардың бағасына енгізілгенімен, сатудан алынатын салық тауарды сатушының бағасынан тыс алына отырып, сол салықтың қайталануына әкеліп соқтырды. Егер мұның біріншісі қатаң орталықтандырылған салық салу тәртібін бейнелесе, екіншісі шексіз жеңілдіктер құқықтарын ұсынды [3,4].

Бұл мемлекеттер арасында сатудан алынатын салық бойынша тауардан түскен соманың орнын толтырудың елеулі қиындықтарын туғызады. Республикада қалыптасқан проблемаларды шешу жолының бірі — айналым салығын, сатудан алынатын салықты қосылған құн салығына ауыстыру. Сонымен, Қазақстанда ҚҚС енгізу сән қуудан емес, объективті қажеттіліктен туындады. Сондай-ақ жанама салық салу жүйесі мемлекеттің қазынашылық мүдделерін білдіруі мүмкін еді. Алайда оларды парасатты қолдану, баға белгілеу мен тұтыну құрылымына кері ықпал етуге әкеледі.

Дүниежүзілік тәжірибе көрсеткендей, салық төлеушілер үшін олардың кірісіне салынатын тікелей салықтың өсуінен гөрі шығындарға салынатын жанама салықтың өсуі анағұрлым маңыздырақ.

ҚҚС-ғы салық ауыртпалығын бөлуді жүзеге асырудың көрнекті мысалы болады: бұл жерде салық субъектісі мен оның таратушысы бір-біріне сәйкес келмейді. ҚҚС-ғын төлеуші салық ауыртпалығын өз тауарларының не «алдағы сатып алушыларына (салық көлеміне сәйкес бұл тауарлардың бағасын арттыра отырып), не бұрынғы өзі тауарлар сатып алған адамдарға (оларға тауарлары үшін ақыны кем төлеп отырып) салуға ұмтылады [5].

ҚҚС салық жүйесіне енгізу кезінде мемлекет өз алдында келесідей мақсаттарды қойды:

- бюджеттің табыс бөлігін бірқалыпты қамтамасыз ету мақсатымен байланысты салық салу базасын кеңейту;

- салық түсімдерін инфляциялық құнсызданудан қорғау;
- тұрақсыз экономика жағдайында бюджеттің бірқалыпты табыс көзін құрастыру;
- шығынды төлем қабілетін төмендету және осының арқасында екі сұрақты шешу: тауар тапшылығын жою және инфляцияның қарқынын төмендету.

Жанама салықтардың құрамында ең маңызды болып қосылған құн салығы саналады. Жалпы жанама салық дегеніміз – бұл салық салу объектісі салық салу ауырпашылығын өзге тұлғаға, яғни оның нақты төлеушісі болып табылатын тұлғаға, жүктеген кезінде көрінетін салық. Мұндай салықтар, салық төлеушінің табысымен анықталатын тікелей салыққа қарағанда, баға немесе тарифке қосылу арқылы анықталады.

Салықтардың 2 түрге бөлінуінің өзіндік мәні бар. Салықтарды тікелей және жанама салықтарға бөлудің критерийі болып соңғы салық төлеушіні бекіту есептеледі. Егер соңғы салық төлеуші болып салық салынатын жеке табыс иесі немесе салық салынатын табыс болса, бұл тікелей салық болып саналады. Ал жанама салықтардың төлеушісі тауарға (қызметке) қосылым арқылы түсетін тауарды тұтынушы саналады.

Жанама салықтар — бұл тұтынуға салынатын салықтар болып есептеледі және оларды төлеу тауарды, жұмысты немесе қызметті шекті тұтынушыға жүктеумен түсіндіріледі. Осыған байланысты олардың әділетсіздігі және әлеуметке қарсы бағытталуы туралы ой қалыптасады. Жанама салықтардың тікелей салықтармен салыстырғанда кемшіліктері мен артықшылықтары бар. Тікелей салықтарға қарағанда олар бюджеттің тұрақтандырушылығының бірі болып табылады. Дағдарыс жағдайында пайда мен басқа табыстар көлемі ЖІӨ көлеміне қарағанда көбірек төмендесе, тікелей салықтардың келіп түсулері де соғұрлым қысқарады. Ал жанама салықтарға келетін болсақ, тауарлар мен қызметтерге қатысты келісімдер көлемі өте аз төмендейді, оның нәтижесінде мемлекеттік бюджетке қосылған құн салығынан, акцизден түсетін түсімдер ЖІӨ көлеміне қарағанда азырақ төмендейді. Сондай-ақ жанама салықтар инфляцияның мемлекеттік бюджетке кері әсерін төмендетеді. Көптеген экономистердің ойынша, жанама салықтар өтпелі экономикасы бар елдердің экономикалық тірегі қызметін атқарады.

Жанама салықтар мемлекеттің фискалдық қызығушылықтарын көрсетеді. Оларды дұрыс қолданса, бағаның қалыптасуы мен тұтыну құрылымына оңтайлы әсер береді. Бұдан басқа салық төлеушілерге олардың кірістеріне салық салуының тікелей өсуінен гөрі шығындарына салық салудың өсуі ыңғайлы. Тұтыну салықтарын, яғни акциздер, қосылған құн салығы, сатылымнан салықтарды қолдану мынадай артықшылықтарға ие:

- олардан жалтару қиын;
- экономикалық бұзушылықтардың олармен қатысы аз;
- еңбек қызығушылығын төмендету әсері аз;
- тауар алмастырушыларды қоса алғанда тапшылықтың болмаған кезінде, олар тұтынушыға таңдау құқығын қалдырады;
- оларда құпия сипат болады.

Қосылған құнға салық салуы — жанама салықтың маңызды формасы. Қосылған құн салығы — белгілі қосылған құнның мемлекеттік бюджетке аударылатын бөлігі, бюджетті қалыптастырудың маңызды көзі болып табылады. Белгілі бір кәсіпорын, бір жағынан, сатылған өнімдерден қосылған құн салығын алушы болса, екінші жағынан, жабдықтаушылардан өндіріс құралдарын сатып алушы ретінде қосылған құн салығын төлеуші болып табылады. Қосылған құн салығын төлеушілер Салық кодексінде белгіленеді. Мемлекеттік бюджетке төленетін қосылған құн салығының көлемі өндірушінің сатқан тауары үшін есептелген салық пен жабдықтаушыларға шикізат пен материалдар, отын мен энергия т.б. өнімдер төленген ҚҚС-ның айырмасы негізінде есептеледі, яғни салық төлеушілер ҚҚС-ын тауарларды өндіруге (жұмыстарды орындауға, қызмет көрсетуге) жұмсалған материалдық шығынды ескере отырып, есептейді [6].

Мемлекеттердің қосылған құн салығына көшуі макроэкономикалық тұрғыдағы ортақ нарық форма кезінде іске асырылады. Көшу үдерісінің өзі мыналарды қажет етеді:

- салық жүйесінің есебінің тиімділігі;
- жанама салық жүйесінің түбегейлі талдауы;
- шетел мемлекеттерінен жұмыс істеу өтімі бар кәсіби мамандарды дайындау;
- жаңа жүйеге көшу мерзімін анықтау;
- әр сату операцияларына счет-фактура толтыру міндеттілігі;

- ақпараттар мен құжаттарды өңдеуді автоматтандыру;
- қосылған құн салығын есептеуді банк функциясына тіркеу;
- кеден есебін компьютеризациялау.

Қосылған құн салығының төмендегідей артықшылықтары бар:

- біріншіден, ол жаңа құн жасалынған орын бойынша салық төлеушілердің үлкен тобынан алынады;
- екіншіден, төлеушілер үшін де есептеудің салыстырмалы қарапайымдылығымен ерекшеленеді;
- үшіншіден, бағалардың өзгеруіне, төлеушінің қаржылық ахуалына, инфляция деңгейіне қарамастан, мемлекет бюджетінің кірістерін қалыптастырудың сенімді және тұрақты базасын қамтамасыз етеді.

Барлық жанама салықтар тәрізді қосылған құн салығы ерекше фискалдық рөлін орындайды, оны қолдынысқа енгізу барысында мемлекеттік бюджетке сенімді және тиімді кіріс көздерін қалыптастыру көзделді. Ол бюджет құралдарының инфляциялық құнсыздануының алдын алудың тиімді құралы болып табылады, себебі салықтық түсімдерді бағаның жоғарылауымен байланыстырады.

Қорытындылай келе, қосылған құн салығы — жанама салық түрі, қосылған құнның мемлекеттік бюджетке аударылатын бөлігі, бюджеттің маңызды көздерінің бірі.

Кәсіпорын, бір жағынан, сатылған өнімдерден қосымша құн салығын алушы болса, екінші жағынан, жабдықтаушылардан өндіріс құралдарын сатып алушы ретінде қосылған құн салығын төлеуші болып табылады. Қосылған құн салығын төлеушілер салық кодексінде белгіленеді. Мемлекеттік бюджетке төленетін қосылған құн салығының көлемі өндірушінің сатқан тауары үшін есептелген салық пен жабдықтаушыларға шикізат, материалдар, отын мен энергия, тағы басқа өнімдер үшін төленген қосылған құн салығының айырмасы негізінде есептеледі, яғни салық төлеушілер қосылған құн салығын тауарларды өндіруге (жұмыстарды орындауға, қызмет көрсетуге), жұмсалған материалдық шығынды шегере отырып, есептейді.

Қосылған құн салығының дамуының себептері мынада: мемлекеттің тұтынуға салынатын салықтан табысты ұлғайтуды көздеуі; тауарлар мен қызметтерді өндіретін өндірушілердің шығындарына емес, шекті тұтынушылардың шығындарына салық салудың қажеттілігі; елде қызмет ететін ҚҚС жүйесінің бар болуының қажетті шарты БЭҚ-қа кіру. Қосылған құн салығы мемлекеттік бюджеттің үлесті бөлігін құрайды деп есептейміз.

Қосылған құн салығы дегеніміз — тауарды (жұмыстарды, қызмет көрсетулерді) өндіру және олардың айналысы процесінде қосылған, оларды өткізу бойынша салық салынатын айналым құнының бір бөлігін бюджетке аудару, сондай-ақ Қазақстан Республикасының аумағындағы тауарлар импорты кезіндегі аударым.

Салық заңнамасының тарихына көз жүгіртетін болсақ, соңғы жылдарда қосылған құн салығы мөлшерінің сегіз рет азаю жағына өзгергенін көруге болады, оны төмендегі кестеден байқауымызға болады [7].

К е с т е 1

Қосылған құн салығының мөлшерлемелерінің өзгерісі

Кезең	ҚҚС мөлшерлемелері, %	Негізі
1	2	3
01.01.1992 ж. – 01.01.1993 ж.	28	ҚР 24.12.1991 ж. «ҚҚС туралы» Заңы.
01.01.1993 ж. – 01.07.1995 ж.	20	ҚР 24.12.1991 ж. «ҚҚС туралы» Заңы (өзгертулер мен толықтырулар енгізілген)
01.07.1995 ж – 01.07.2001 ж.	20 салынатын айналым мөлшерінен	24.04.1995 ж. № 2235 ҚР Президентінің «Салықтар және басқа да бюджетке міндетті төлемдер туралы» Жарғысы
01.07.2001 ж – 01.01.2004 ж.	16	24.04.1995 ж. № 2235 ҚР Президентінің «Салықтар және басқа да бюджетке міндетті төлемдер туралы» Жарғысы (өзгертулер мен толықтырулар енгізілген)
01.01.2004 ж. – 01.01.2006 ж.	15	ҚР 12.06.2001 ж. № 209-ІІ «Салықтар және басқа да бюджетке міндетті төлемдер туралы» Кодексі
01.01.2006 ж.-01.01.2007 ж.	14	«Салықтар және бюджетке төленетін міндетті басқа да

1	2	3
		салықтар туралы» Қазақстан Республикасының Кодексі (Салық кодексі) (22.05.2007 ж. өзгерістер мен қосымшаларға сәйкес)
01.01.2008 ж.-01.01.2009 ж.	13	«Салықтар және бюджетке төленетін міндетті басқа да салықтар туралы» Қазақстан Республикасының Кодексі (Салық кодексі) 01.01.2008 ж.
01.01.2009 жылдан бастап	12	«Салықтар және бюджетке төленетін міндетті басқа да салықтар туралы» Қазақстан Республикасының Кодексі (Салық кодексі) 01.01.2009 ж.

Қазақстанда ҚҚС енгізудің себебі ретінде Еуропа одағына кірудің ең бірінші талабы болып, ол ҚҚС салық жүйесінде қолданылуы болды. Ал келесі себеп ол нарық экономикасына өтуіне байланысты әмбебап салық қажет болды, ал ҚҚС дәл сол салық болып табылды.

Біздің ойымызша, ҚҚС артықшылықтары келесілер:

- ҚҚС өнім бағасына енгізілмейді, керісінше, баға үстінен қойылады және сатып алушымен төленеді, бұл өндірістің шығыны мен рентабельдігіне әсерін жояды;
- салық салу объектісі ретінде бірдей мөлшерлеме бойынша өндірістің барлық фазаларындағы бүкіл өнім болады, яғни бөлшек сауда және көтерме сауда бағаларының айырмашылығы бойынша емес, бұл өз кезегінде салықтың соңғы өнімде жиналмауынан көмектеседі, салық салу үрдісінде қайталап есептеуді доғарады;
- реттелген жүйе кезінде салық органдары мен салық төлеушілерінің көзқарасы бойынша, салық өндіріп алу процедурасы өте оңай. ҚҚС есеп айырысуы белгілі бір дәрежеде өзін-өзі бақылайтын үрдіс болып табылады, себебі әр келесі сатып алушы, оның жеткізушілері олармен төленген салықтың мөлшерін фактура-шоттарда дұрыс тіркелуінде мүдделі;
- ҚҚС мемлекет табысын үлкейтудің тиімді құралы болып табылады. Салықтардың кең базасы ҚҚС мөлшерлемесін сәл көтерудің арқасында бюджет түсімдерін едәуір кеңейтуіне мүмкіндік береді;
- ҚҚС экономикалық әс-әрекетінің барлық салалары мен түрлеріне, олардың күрделі қаржы сыйымдылығына, кәсіпорынның мөлшеріне және тағы басқаға қарамастан, салық салудың бірдей нақты деңгейін қамтамасыз етеді;
- көптеген елдерде экспортты ынталандыру үшін фирмалар экспорткерлерге, экспорт өнімінің бағасына кіретін, айналым салығының бір бөлігін қайтаратын тәртібі бар. ҚҚС берілген фирманың экспорт өніміне кеткен нақты шығындарды есептей отырып, осы соманы дұрыс анықтауға мүмкіндік береді. Импорт кезінде ҚҚС протекционистік саясаттың құралы ретінде кеңінен қолданылады. Осыдан ҚҚС сыртқы экономикалық байланыстарды реттейтін тәсіл ретінде қолдана алады;
- әр түрлі елдерге бірдей салық саясатын өткізуге көмектесетіндей, ҚҚС интеграциялық функциялар атқарады. Бұл ұлттық экономикалардың жақындасуына әкеледі, оны ЕЭО елдер тәжірибесімен қуатталады, ал олар үшін ҚҚС өзіндік қаражаттың негізгі қайнар көзі болып табылады.

ҚҚС-ның жағымсыз әсерін азайту әрекеті салық жүйесінің қалыптасуының бірінші сатысының барысында жасалған, ал ол ҚҚС қолданылуын жеңілдетті.

Айналымнан және сатудан алынатын салықтардың орнына енгізілген ҚҚС іс жүзінде салық жүйесінің аса маңызды да елеулі өзгерісі болды. Әуел баста салық өндіріс қызметін реттеу үшін қолайлы жағдайлар жасайды, бюджет қаржыларының құнсыздануын болдырмау құралына айналды, өйткені бюджетке салық сомасының түсуін бағаның өсуімен тікелей байланыстырады деп ұйғарылды.

Іс жүзінде бұл салықтың реттеушілік қызметі өндірістің ұлғаюы мен тұтынудың үнемі өсуі жағдайында ғана көрініс алатындығын көрсетті. Өндірістің құлдырауы мен экономиканың дағдарыс құбылыстары өршіген жағдайларда ол өзіндік құнның ұлғаюына тікелей ықпал ететін факторлардың біріне айналады. Бұл салықты енгізу кезінде қосылған құнды, базасын есептеудің нақты әдістемесі жасалған жоқ еді. Бұған қоса салықты алу механизмі жасалмады.

Сонымен, ҚҚС жүйесі сұраныстың төлем қабілеті жиынтығына ықпал етеді, ол кейінгі тұжырымға сай нарық шаруашылығы дамуының негізгі қозғаушы күші болып табылады. Осыдан шығатын қорытынды, ҚҚС жүйесінің көмегімен қоғам мүдделі болып отырған өндірістер мен салаларға капитал мен жұмысшы күшін жедел аударуды қамтамасыз етіп, нарық құрылымын қоғам үшін қажетті бағытқа қарай қайта құруымыз керек.

ҚҚС жүйесі территориялық қаржыларды нығайтуға жәрдемдеседі, тауар қозғалысының әрбір сатысында территориялардың қосылған құнды құруға өз үлесін қосуын белгілеуге мүмкіндік туғызады.

Осы арада ҚҚС жүйесінің көмегімен ұлттық шаруашылықтың жақындасуы қамтамасыз етіліп, бірыңғай салық саясатының жүргізілуі бұл салықтың пайдалылығын тағы да бір дәлелдейді.

Мемлекет ҚҚС-ын тауарлар мен қызметтердің әрбір сатысында салып, салық түсімдерінің тұрақтылығы мен үнемі түсуін қамтамасыз етудің анағұрлым тиімді және сенімді құралын ала алады. Кең салық салу базасы салық мөлшерлерін елеусіз көтерудің есебінен бюджетке түсімдердің елеулі түрде көбеюіне мүмкіндік береді.

Әдебиеттер тізімі

- 1 Крамаренко Т.Н., Қамбарова А.М. Салық және салық салу. — Астана, 2009.
- 2 2011–2013 жылдарға арналған республикалық бюджет туралы Қазақстан Республикасының 2011 жылғы 29 қарашадағы № 357-IV Заңы.
- 3 Үмбеталиев А.Д., Керімбек Ф.Е. Салық және салық салу. — Алматы: Экономика, 2009.
- 4 Құлтыбаев С., Ынтықбаева С.Ж., Мельников В.Д. Қаржы: Оқулық. — Алматы: Экономика, 2010.
- 5 Қазақстан Республикасының Салық және бюджетке төленетін басқа да міндетті төлемдер туралы (Салық кодексі). 1 кант.
- 6 Қазақстан Республикасының Салық және бюджетке төленетін басқа да міндетті төлемдер туралы (Салық кодексі) (2012.01.01. берілген өзгерістер мен толықтыруларымен)
- 7 Ермакбаева Б.Ж. Салықтар және салық салу. — Алматы: Қазақ ун-ті баспасы, 2003. — 256 б.

Е.Т.Ақбаев, А.А.Абаев, В.З.Тағаева

Формирование и развитие системы косвенных налогов в Республике Казахстан

В статье рассмотрены роль и значение налоговой системы в условиях рыночной экономики. Раскрыта сущность косвенных налогов. Проанализированы исследования по системе косвенных налогов. Авторами уделяется особое внимание налогу на добавленную стоимость как важной составной части косвенных налогов. Показаны этапы изменения размера косвенных налогов в Республике Казахстан.

Ye.T.Akbayev, A.A.Abayev, V.Z.Tagayeva

The formation and development of the system of indirect taxes in the Republic of Kazakhstan

The article discussed the role and importance of the tax system in a market economy. It's essence of indirect taxes. The analyzed the theoretical views in the study of the system of indirect taxes. It pays special attention to the value added tax as an important part of indirect taxes. It shows the steps resizing of indirect taxes in the Republic of Kazakhstan.

References

- 1 Kramarenko T.N., Kambarova A.M. *Tax and taxation*, Astana, 2009.
- 2 *About the Republican budget of 2011–2013 Republic of Kazakhstan November 29, 2011*, of Law № 357-IV.
- 3 Umbetaliyev A.D., Kerimbek G.Ye. *Tax and taxation*, Almaty: Ekonomika, 2009.
- 4 Kulpybaev S., Yntykbayeva S.Zh., Mel'nikov V.D. *Finance: Textbook*, Almaty: Ekonomika, 2010.
- 5 *The rule and the duty to pay the tax budget of Republic of Kazakhstan (Tax Code) (01.01.2011)*.
- 6 *The rule and the duty to pay the tax budget of Republic of Kazakhstan (Tax Code) (01.01.2011 changes and additions)*.
- 7 Yermekbayeva B.Zh. *Tax and taxation*, Almaty: Kazakh University Publ., 2003, 256 p.

УДК 338. 23: 336

В.С.Артақшинова

*Қарағандинский государственный университет им. Е.А.Букетова
(E-mail: venera_seitzhan@mail.ru)*

Структура и процесс функционирования системы управления финансовыми ресурсами на предприятии

В статье раскрываются характерные черты и содержание современного менеджмента. Рассматривается сущность финансового менеджмента как системы управления. Отмечается, что финансовый менеджмент включает в себя стратегию и тактику управления. Подчеркивается, что центральным вопросом в финансовом менеджменте является управление потоком финансовых ресурсов. Делается вывод о том, что любая финансовая деятельность предприятия немыслима без формирования и использования финансовых ресурсов. Особое внимание уделяется составу источников финансовых ресурсов и направлениям их использования.

Ключевые слова: менеджмент, характерные черты, финансовый менеджмент, финансовые ресурсы, финансовые отношения, объект, субъект, поток, источники.

Характерные черты и содержание современного менеджмента

Характерные черты менеджмента отражают отличительные особенности управления предприятием, которые являются принципиальными при рассмотрении и описании его содержания [1–3].

Во-первых, менеджмент представляет собой особый вид деятельности, присущий рыночной экономике. При этом под менеджментом следует понимать профессиональное управление, существенными элементами которого, определяющими его особенности, являются всесторонний анализ и учет конкретных условий функционирования предприятия в процессе управления (принятия управленческих решений), разработка, реализация и управление нововведениями, формулирование стратегии и тактики развития предприятия и т.д.

Во-вторых, менеджмент основывается на экономических методах управления, которые, в свою очередь, ориентированы на получение экономической выгоды (прибыли) или социального эффекта.

В-третьих, управление предприятием направлено на достижение эффективной организации труда при его функционировании, постоянное повышение производительности труда и качества продукции, которые являются главными элементами формирования конкурентных преимуществ предприятия, определяющими его позицию и успех на конкретном рынке.

В-четвертых, менеджмент — это система гибкого управления, позволяющая предприятию своевременно перестраивать свою деятельность, чутко реагировать на конъюнктуру рынка, а также на изменение условий конкурентной борьбы и социальные факторы развития (страны, региона, отрасли и самого предприятия). Центральным звеном организации гибкого управления предприятием явля-

ются развитие и повышение эффективности его маркетинговой деятельности и использование маркетингового подхода в менеджменте.

В-пятых, менеджмент следует рассматривать как науку и искусство организации и координации совместной деятельности людей (персонала предприятия, его подразделений), умение работать с ними для достижения целей предприятия, используя наиболее подходящие для конкретных условий стили и методы руководства. Современный менеджмент отличает гуманизация управленческой деятельности, которая выражается в направленности работы менеджера на повышение благосостояния персонала предприятия.

Содержание менеджмента можно рассматривать в различных аспектах. По мнению указанных выше ученых, в сфере внутрифирменного управления менеджмент принято рассматривать как науку и практику управления, как организацию управления предприятием и как процесс принятия управленческих решений.

Финансовый менеджмент как система управления

Важнейшим направлением современного менеджмента является финансовый менеджмент [4–6].

Как известно, любой бизнес начинается с постановки ответов на следующие три ключевых вопроса:

- каковы должны быть величина и оптимальный состав активов предприятия, позволяющие достичь поставленные перед предприятием цели и задачи?
- где найти источники финансирования и каков должен быть их оптимальный состав?
- как организовать текущее и перспективное управление финансовой деятельностью, обеспечивающее платежеспособность и финансовую устойчивость предприятия?

Решаются эти вопросы в рамках финансового менеджмента как системы эффективного управления финансовыми ресурсами и финансовыми отношениями, возникающими между хозяйствующими субъектами в процессе движения финансовых ресурсов. Ответ на вопрос, как искусно руководить этим движением и отношениями, составляет содержание финансового менеджмента. Финансовый менеджмент представляет собой процесс выработки цели управления финансами и осуществление воздействия на них с помощью методов и рычагов финансового механизма.

Таким образом, финансовый менеджмент включает в себя стратегию и тактику управления. Под стратегией в данном случае понимаются общее направление и способ использования средств для достижения поставленной цели. Этому способу соответствует определенный набор правил и ограничений для принятия решения. Стратегия позволяет сконцентрировать усилия на вариантах решения, не противоречащих принятой стратегии, отбросив все другие варианты. После достижения поставленной цели стратегия как направление и средство ее достижения прекращает свое существование. Новые цели ставят задачу разработки новой стратегии. Тактика — это конкретные методы и приемы для достижения поставленной цели в конкретных условиях. Задачей тактики управления является выбор наиболее оптимального решения и наиболее приемлемых в данной хозяйственной ситуации методов и приемов управления.

Финансовый менеджмент как система управления состоит из двух подсистем: управляемой подсистемы, или объекта управления, и управляющей подсистемы, или субъекта управления. Общая схема финансового менеджмента представлена на рисунке 1.

Объектом управления в финансовом менеджменте является совокупность условий осуществления денежного оборота, кругооборота стоимости, движения финансовых ресурсов и финансовых отношений между хозяйствующими субъектами и их подразделениями в хозяйственном процессе. Субъект управления — это специальная группа людей (финансовая дирекция как аппарат управления, финансовый менеджер как управляющий), которая посредством различных форм управленческого воздействия осуществляет целенаправленное функционирование объекта.

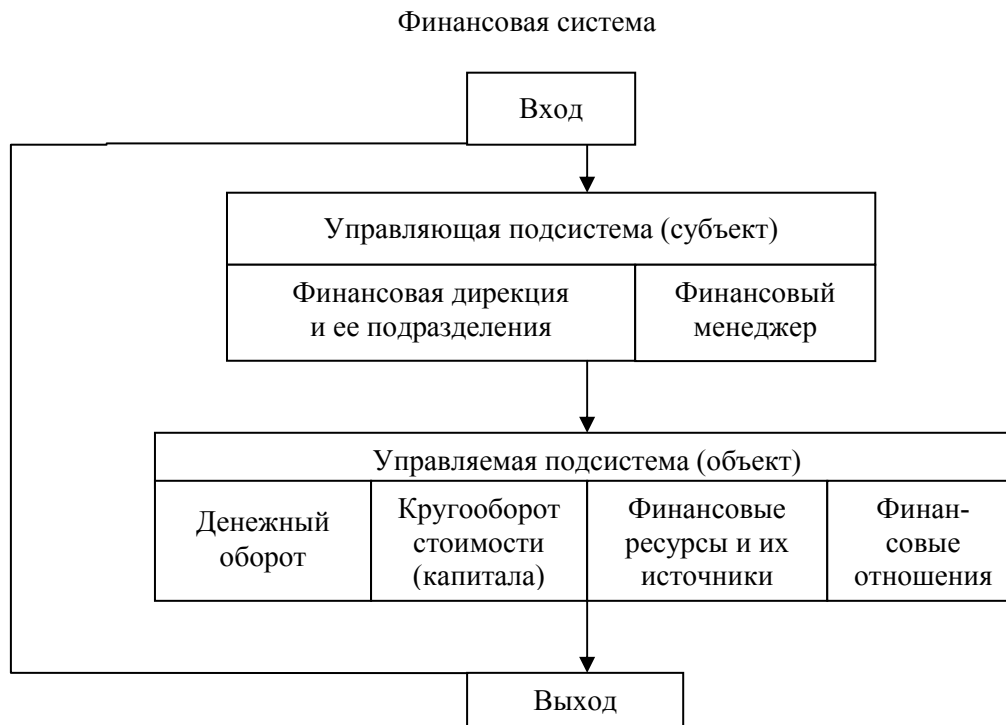


Рисунок 1. Общая схема финансового менеджмента

Управление потоком финансовых ресурсов, выраженных в денежных средствах, — центральный вопрос в финансовом менеджменте

Финансовый менеджмент представляет собой процесс выработки цели управления финансами и осуществление воздействия на них с помощью методов и рычагов финансового механизма.

Финансовый механизм осуществляет управление финансовой сферой предприятия и как система состоит из четырех взаимодополняющих элементов: финансовые методы, финансовые рычаги, правовое и нормативное обеспечение (рис. 2).

Финансовые рычаги представляют собой различные фонды денежных средств, формируемых на предприятии. С их помощью организация может осуществлять контроль за перераспределением получаемого дохода.

Финансовые методы — это те способы воздействия на финансовые рычаги предприятия, с помощью которых и формируются фонды денежных средств. Использование эффективных методов финансового управления позволяет предприятию значительно уменьшить объем необходимых оборотных средств и снизить финансовый риск.

Правовое и нормативное обеспечение финансового управления определяет законодательную базу деятельности предприятия и позволяет избегать конфликтов с государственными органами.

В конечном итоге, главная задача финансового менеджмента — принятие решений по обеспечению наиболее эффективного движения финансовых ресурсов между предприятием и источниками его финансирования, как внешними, так и внутренними. Поэтому управление потоком финансовых ресурсов, выраженных в денежных средствах, является центральным вопросом в финансовом менеджменте.

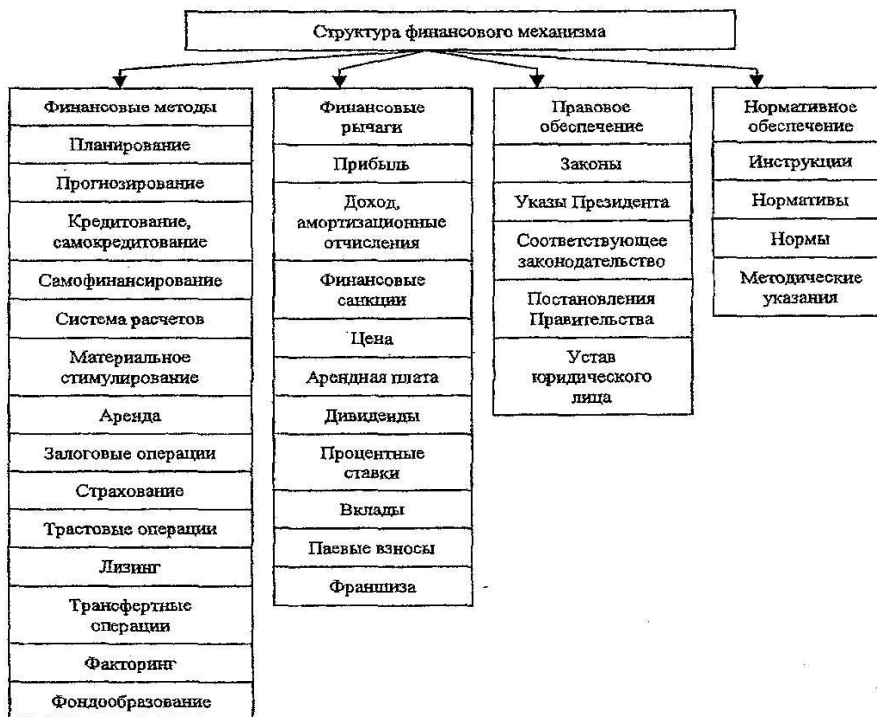


Рисунок 2. Структура финансового механизма

Любая финансовая деятельность предприятия немыслима без формирования и использования финансовых ресурсов.

Финансовые ресурсы предприятия — это денежные средства, как собственные, так и привлеченные (заемные), находящиеся в распоряжении предприятия и предназначенные для выполнения финансовых обязательств и осуществления необходимых затрат [7, 8].

Первоначальное формирование финансовых ресурсов происходит в момент образования и учреждения предприятий, когда образуется уставный фонд.

Источники финансовых ресурсов

Финансовые ресурсы образуются за счет целого ряда источников. По форме права собственности различаются две группы источников: собственные денежные средства и чужие. Источниками финансовых ресурсов являются: прибыль; амортизационные отчисления; средства, полученные от продажи ценных бумаг; паевые и иные взносы юридических и физических лиц; кредит и займы; средства от реализации залогового свидетельства, страхового полиса и другие поступления денежных средств (пожертвования, благотворительные взносы и т.п.). Состав источников финансовых ресурсов и направления их использования приведены в таблице.

Источником собственных (внутренних) финансовых ресурсов является стоимость реализованной продукции (оказанных услуг и проведенных работ), различные части которой в процессе распределения выручки принимают форму денежных доходов и накоплений. Основные внутренние источники финансовых ресурсов: прибыль; амортизационные отчисления; кредиторская задолженность, постоянно находящаяся в распоряжении хозяйствующего субъекта; устойчивые пассивы; паевые взносы членов коллектива и др. К внешним источникам финансовых ресурсов можно отнести: страховые возмещения по наступившим рискам; паевые взносы других предприятий; дивиденды и проценты по ценным бумагам других эмитентов; бюджетные субсидии и др.

Основным источником финансовых ресурсов является балансовая прибыль, которая состоит из прибыли от реализации продукции, прибыли от прочей реализации и доходов по внереализационным операциям (за минусом расходов по этим операциям).

Вторым внутренним источником являются амортизационные начисления, позволяющие сформировать финансовые ресурсы для замены изношенного и морально устаревшего оборудования.

Т а б л и ц а

Источники финансовых ресурсов и их использование

Источники финансовых ресурсов	Использование финансовых ресурсов						Финансовый резерв
	Капитал			Инвестиции в непроездную сферу	Расходы на потребление		
	Прямые инвестиции	Венчурный капитал	Портфельные инвестиции				
Прибыль	+			+	+		+
Амортизационные отчисления	+						+
Средства, полученные от продажи ценных бумаг		+	+				+
Паевые и иные взносы юридических и физических лиц	+					+	+
Взносы страховые и в пенсионный фонд					+		
Кредит и займы	+	+				+	
Средства от реализации залоговых свидетельств, страхового полиса и т.д.			+				
Другие поступления денежных средств	+					+	+

Паевые и членские взносы в связи с переходом предприятий на работу в условиях рынка играют существенную роль в формировании внутренних ресурсов. Пай, паевой (членский) взнос, представляет собой денежную сумму вклада, уплачиваемую юридическим или физическим лицом при вступлении в совместное предпринимательство.

При недостатке собственных средств предприятие использует внешние источники поступления финансовых ресурсов. К внешним источникам формирования ресурсов предприятия относятся кредиты, займы, финансовые ресурсы от концернов и бюджетной субсидии.

Кредит — это предоставление в долг денег (ссуда) или товаров. Кредиты бывают: банковский, коммерческий, инвестиционный, налоговый.

Банковский кредит — ссуда, выданная банком или кредитным учреждением на условиях срочности, возвратности, платности.

Коммерческий кредит — отсрочка платежа одного хозяйствующего субъекта другому. Коммерческие кредиты предоставляются хозяйствующему субъекту поставщиками продукции (работ, услуг) в форме вексельного кредита или открытого счета, а покупателем поставщику — в форме аванса.

Под инвестиционным налоговым кредитом понимается отсрочка налогового платежа, предоставляемая налоговыми органами.

Для получения налогового кредита предприятия заключают кредитные соглашения с налоговым органом по месту регистрации предприятия.

Хозяйствующий субъект, кроме кредитов банков, может привлекать средства, взятые займы у других предприятий и организаций. Такие кредиты называются займами.

К источникам финансовых ресурсов относятся также поступления денежных средств за счет пожертвований, благотворительных взносов (меценатство), страховых взносов, от продажи залогового имущества должника, спонсорских взносов и др.

Финансовые ресурсы используются предприятием для финансирования текущих расходов и инвестиций. Инвестиции представляют собой применение финансовых ресурсов в форме долгосрочных вложений капитала (капиталовложений).

Список литературы

- 1 *Гончаров В.И.* Менеджмент: Учеб. пособие. — Минск: Мисанта, 2003. — 624 с.
- 2 *Каренов Р.С.* Новые идеи и концепции в современном менеджменте (Книга вторая). — Караганда: Изд.-полиграф. центр КРУ, 2013. — 324 с.
- 3 *Каренов Р.С.* Приоритеты и тенденции развития менеджмента в перспективе (Книга третья). — Караганда: Изд.-полиграф. центр КРУ, 2014. — 376 с.
- 4 *Лялин В.А., Воробьев П.В.* Финансовый менеджмент: Учеб. пособие. — СПб.: Изд. дом «Бизнес-пресса», 2011. — 144 с.
- 5 *Хотинская Г.И.* Финансовый менеджмент: Учеб. пособие. — М.: Изд-во «Дело и сервис», 2002. — 192 с.
- 6 *Каренов Р.С., Баймухамедов М.Ф.* Проблемы становления и развития современного менеджмента (Книга первая). — Караганда: Изд.-полиграф. центр КРУ, 2013. — 432 с.
- 7 *Ковалев В.В.* Введение в финансовый менеджмент. — М.: Финансы и статистика, 1999. — 768 с.
- 8 *Журиков К.К.* Стратегические и тактические цели управления финансовыми ресурсами // Банки Казахстана. — 2014. — № 1 (199). — С. 14–18.

В.С.Артақшынова

Кәсіпорындағы қаржылық ресурстарды басқару жүйесінің құрылымы және қызмет атқару үрдісі

Мақалада заманауи менеджменттің сипатты белгілері және мазмұны ашылып көрсетілген. Басқару жүйесі ретіндегі қаржылық менеджменттің мәні қарастырылған. Қаржылық менеджмент басқарудың стратегиясы мен тактикасын қамтитындығы айтылған. Қаржылық менеджменттегі негізгі мәселесі — қаржылық ресурстар ағынын басқару. Кәсіпорынның кез келген қаржылық қызметі қаржылық ресурстардың қалыптасып пайдалануынсыз жүзеге асырылуы мүмкін еместігі туралы қорытынды жасалған. Қаржылық ресурстар көздерінің құрамына және оларды пайдалану бағыттарына айрықша көңіл бөлінген.

V.S.Artakshinova

Structure and process functioning of the system of financial resource management in the enterprise

It's disclosed characteristics features and content of modern management. It's disclosed essence of financial management as the control system. It is noted that financial management includes the strategy and tactics of management. It is emphasized that the central issues in financial management is to manage the flow of financial resources. The conclusion is that any financial activity of the company is unthinkable without the formation and use of financial resources. Particular attention is paid to the composition of the sources of financial resources and directions for their use.

References

- 1 Goncharov V.I. *Management: Textbook*, Minsk: Misanta, 2003, 624 p.
- 2 Karenov R.S. *New ideas and concepts in modern management (Book Two)*, Karaganda: Publishing and printing center of the Kazakhstan-Russian University, 2013, 324 p.
- 3 Karenov R.S. *Priorities and trends of development of management in the future (Book Three)*, Karaganda: Publishing and printing center of the Kazakhstan-Russian University, 2014, 376 p.
- 4 Lyalin V.A., Vorob'yov P.V. *Financial Management Manual*, St. Petersburg: Publishing House «Bizness Pressa», 2011, 144 p.
- 5 Hotinskaya G.I. *Financial management: Textbook*, Moscow: Publisher «Delo i servis», 2002, 192 p.
- 6 Karenov R.S., Baymukhamedov M.F. *Problems of formation and development of modern management (Book One)*, Karaganda: Publishing and printing center Kazakh-Russian University, 2013, 432 p.
- 7 Kovalev V.V. *Introduction to Financial Management*, Moscow: Finance and statistics, 1999, 768 p.
- 8 Zhuyrikov K.K. *Banks of Kazakhstan*, 2014, 1 (199), p. 14–18.

УДК 338. 45: 001. 76 (574)

С.А.Рахимова

*Омский государственный университет им. Ф.М.Достоевского, Россия
(E-mail: Saulesha_Rahimova@mail.ru)*

Пути управления инновационными процессами на предприятиях обрабатывающей промышленности Казахстана

В статье предложена методология определения инновационного развития промышленности Казахстана. Показано управление посредством выделения мезообъектов. Выявлен мезоуровень — по степени технологичности и подмезоуровень — подвиды экономической деятельности. Проведен анализ структуры обрабатывающей промышленности. Рассчитана и представлена доля средне-низкотехнологичных, низкотехнологичных, средне-высокотехнологичных и высокотехнологичных видов производств в общем объеме инновационной продукции. Выявлена концентрация инновационной деятельности. Сделаны выводы, что концентрация инновационной деятельности выше в средне-высокотехнологичных и высокотехнологичных видах производств, что и необходимо развивать. В поведенческом аспекте также нужно стимулировать эти виды. На основе использования этой методологии можно выявить узкие места, а также определить стимулы, антистимулы, вход в инновационный процесс и управлять инновационным процессом, развивая именно описанные выше виды производств.

Ключевые слова: степень технологичности, концентрация инновационной деятельности, мезоуровень, подмезоуровень.

В Республике Казахстан формирование инновационной экономики на сегодняшний день рассматривается как одно из приоритетных направлений развития. Однако, на наш взгляд, пока рано говорить о развитии экономики инновационного типа. Идут становление и подготовка к формированию инновационной экономики, основными признаками которой являются: преобладание в структуре производства интеллектуального труда, производство продукции с высокой добавленной стоимостью, преобладание несырьевых секторов экономики, признание ценности знаний, науки, образования, организация процесса, в котором все субъекты заинтересованы в инновациях, увеличение производства и потребления инновационной продукции.

Важно переориентировать экономику с ресурсорасточительной на ресурсосберегающие технологии, с добывающих отраслей — на перерабатывающие, обрабатывающие отрасли. Доля выпуска инновационной продукции должна увеличиваться в общем объеме промышленного производства.

4 июня 2013 г. Указом Президента РК была утверждена Концепция инновационного развития РК до 2020 г. Целью инновационного развития Казахстана до 2020 г. является содействие вхождению Казахстана в тридцатку конкурентоспособных стран мира на основе развития новых высоких технологий и услуг для обеспечения перехода от сырьевого к инновационному типу экономики.

На сегодняшний день основными задачами инновационной политики являются: способствование генерации инноваций для расширения потребления новейших материалов и технологий; дальнейшее развитие ведущих иностранных кластеров; определение оптимального сценария развития перспективных технологических направлений; обеспечение усиления региональных инновационных систем; расширение сотрудничества с иностранными инвесторами и компаниями по привлечению новейших технологий и созданию высокотехнологичных производств [1].

В Республике Казахстан достаточно развитая промышленность, однако в условиях инновационной направленности необходимо выявить, какова доля инновационной продукции в общем объеме промышленного производства и какова концентрация инноваций в промышленном производстве. Имея определенные показатели, полученные на основе анализа можно грамотно выстраивать инновационную политику и управлять инновационными процессами.

На наш взгляд, прежде всего необходимо рассмотреть обрабатывающую промышленность по степени технологичности видов производств.

Выделяем мезоуровень и подмезоуровень. Мезоуровень определяется по степени технологичности: высокотехнологичные, средне-высокотехнологичные, средне-низкотехнологичные и низкотехнологичные виды производств; подмезоуровень составляют подвиды экономической деятельности.

Проанализировав на основе статистических данных, опубликованных в статсборниках Агентства РК по статистике [2], выделенный мезоуровень, пришли к следующим результатам.

На обрабатывающую промышленность приходится 95,3% от общего объема инновационной продукции. Доля реализованной продукции низкотехнологичных видов производств занимает 10,14%. Из них больше всего приходится на производство продуктов питания (4,57%). На втором месте производство напитков и табачных изделий (2,09%); на третьем — печать и воспроизведение записанных материалов (1,55%).

Значительный удельный вес в производстве инновационной продукции занимают средне-низкотехнологичные виды производств, доля которых составляет 64,2%. В рамках средне-низкотехнологичных видов производств лидирующую позицию занимает металлургическая промышленность (48,58%), на втором месте — производство прочей неметаллической минеральной продукции (5,7%), на третьем — производство готовых металлических изделий, кроме машин и оборудования (3,49%).

К средне-высокотехнологичным видам производств, доля которых составляет 7,59%, относится производство продуктов химической промышленности.

Высокотехнологичные виды производств составляют 18,07%, из них лидирующую позицию занимает производство прочих транспортных средств (6,45%), на втором месте — производство машин и оборудования, не включенных в другие категории (4,89%), на третьем — производство автотранспортных средств, трейлеров и полуприцепов (3,33%).

В обрабатывающей промышленности большая доля приходится на продукцию, вновь внедренную или подвергавшуюся значительным технологическим изменениям, — 75,67%, в том числе:

1. На средне-низкотехнологичные виды производств в рамках данного показателя — 44,13%, среди которых на металлургическую промышленность — 32,24%, на производство прочей неметаллической минеральной продукции — 5,50%, на производство кокса и продуктов нефтепереработки — 3,07%, на производство резиновых и пластмассовых изделий — 2,47%, на производство готовых металлических изделий, кроме машин и оборудования, — 0,86%.

2. На высокотехнологичные виды производств — 16,92%, из них на производство прочих транспортных средств — 6,44%, машин и оборудования, не включенных в другие категории, — 4,51%, на производство автотранспортных средств, трейлеров и полуприцепов — 2,7%.

3. На низкотехнологичные виды производств — 7,44%, из них на производство продуктов питания — 3,76%, печать и воспроизведение записанных материалов — 1,55%, производство напитков и табачных изделий — 0,77%.

4. Средне-высокотехнологичные виды производств составляют 7,17%, это производство продуктов химической промышленности.

На продукцию, подвергавшуюся усовершенствованию, приходится 6,24%, в том числе: на средне-низкотехнологичные виды производств в рамках данного показателя — 2,84%; низкотехнологичные виды производств — 2,28%; высокотехнологичные виды — 0,7%; средне-высокотехнологичные виды — 0,41%.

Прочая инновационная продукция составляет 18,09%, в том числе:

1. Средне-низкотехнологичные виды производств в рамках данного показателя составляют 17,22%; низкотехнологичные виды — 0,41%; высокотехнологичные — 0,45%; средне-высокотехнологичные виды производства — 0,003%.

Сделав расчеты, мы пришли к выводу, что удельный вес реализованной инновационной продукции приходится большей частью на средне-низкотехнологичные виды производств (третья стадия) — 64,20%, следующую позицию занимают высокотехнологичные виды производства — 18,07%, после

нее идут низкотехнологичные — 10,14%, и средне-высокотехнологичные виды производств — 7,59%.

С целью определения концентрации инновационной деятельности и выявления видов производств, в большей степени способствующих развитию инновационных процессов, необходимо рассчитать виды производств в общем объеме собственного производства.

Лидирующие позиции в общем объеме собственного производства промышленных предприятий также занимают средне-низкотехнологичные виды производств — 65,61%; на втором месте низкотехнологичные виды — 18,13%, на третьем — высокотехнологичные — 8%, и последнее место занимают средне-высокотехнологичные виды производств — 3,95%.

Рассчитывая концентрацию инновационной деятельности, можно сделать вывод, что нужно управлять инновационными процессами, расширяя средне-высокотехнологичные и высокотехнологичные виды производств, поскольку в этих отраслях очень сильная концентрация инновационной деятельности.

Средне-низкотехнологичные виды производств развиваются на вполне достаточном уровне, однако необходимо направить усилия на расширение этих отраслей, поскольку индекс почти равен 1, а именно 0,98. В низкотехнологичных видах производства индекс составил 0,56, в средне-высокотехнологичных — 1,92, в высокотехнологичных видах производств — 2,26.

Исходя из полученных расчетов, можно сделать вывод, что необходимо расширять средне-высокотехнологичные и высокотехнологичные производства, поскольку именно здесь выше концентрация инноваций, и в случае расширения большее инновационное развитие получат эти сферы. Низкотехнологичные виды необходимо сужать, поскольку там концентрация инноваций низкая.

Проанализируем категории инновационной продукции по видам экономической деятельности и степени технологичности.

Продукция, вновь внедренная или подвергавшаяся значительным технологическим изменениям, т.е. речь идет о продуктовой инновации, в общем объеме инновационной продукции составила 75,67%. Большая ее часть приходится на средне-низкотехнологичные виды производств — 44,13%, высокотехнологичные виды составляют 16,92%; низкотехнологичные — 7,44%; средне-высокотехнологичные — 7,17%.

На втором месте прочая инновационная продукция, к которой, скорее всего, относится процессная инновация, — 18,09%. Из прочей инновационной продукции на средне-низкотехнологичные приходится 17,22 %; на высокотехнологичные — 0,45%; низкотехнологичные — 0,41%; средне-высокотехнологичные — 0,003%.

На третьем месте — продукция, подвергавшаяся усовершенствованию, которая составила 6,24%. Среди продукции, подвергавшейся усовершенствованию, 2,84% приходится на средне-низкотехнологичные; 2,28% — на низкотехнологичные; 0,7% — на высокотехнологичные; 0,41 — на средне-высокотехнологичные виды производств.

В результате можно отследить поведение высоко-, средне-высоко-, низко-, и средне-низкотехнологичных видов производств. Все эти виды производств настроены в большей степени на завоевание новых рынков.

На долю низкотехнологичных видов производств 73,4% приходится на продукцию, вновь внедренную или подвергавшуюся значительным технологическим изменениям; 22,5% — на продукцию, подвергавшуюся усовершенствованиям; 4,08% — на прочую инновационную продукцию. Таким образом, большее направление получили продуктовые и усовершенствованные инновации.

Среди средне-низкотехнологичных видов 68,74% приходится на продукцию, вновь внедренную или подвергавшуюся значительным технологическим изменениям; 4,43% — на продукцию, подвергавшуюся усовершенствованиям; 26,83% — на прочую инновационную продукцию. Здесь больше продуктовых и процессных инноваций.

94,53% средне-высокотехнологичных видов производств приходится на продукцию, вновь внедренную или подвергавшуюся значительным технологическим изменениям; 5,43% — на подвергавшуюся усовершенствованиям; 0,04% — на прочую инновационную продукцию. В этом случае большую направленность получили продуктовые и усовершенствованные инновации.

Среди высокотехнологичных видов производств 93,64% приходится на продукцию, вновь внедренную или подвергавшуюся значительным технологическим изменениям; 3,86% — на продукцию, подвергавшуюся усовершенствованиям; 2,50% — на прочую инновационную продукцию. В данном

случае также наблюдается большая направленность на продуктовые и усовершенствованные инновации.

Таким образом, результаты проведенного по горизонтали анализа позволяют сделать вывод, что в поведенческом аспекте надо стимулировать высокотехнологичные и средне-высокотехнологичные виды производств, которые в большей степени стремятся к завоеванию новых рынков. Такой вывод мы делаем на основе индикатора инновационного поведения: среди высокотехнологичных видов производств 93,64% пришлось на вновь внедренную продукцию, среди средне-высокотехнологичных видов данный показатель составил 94,53%.

На основе полученных данных можно будет сформировать стимулы и антистимулы к инновационной деятельности, а также условия для входа в инновационный процесс на микро- и мезоуровне, которые, в свою очередь, дадут сигналы для принятия мер по снижению или ликвидации антистимулов, а также управления на разных уровнях, с учетом факторов, способствующих благоприятному формированию инновационных процессов и производства инноваций.

Необходимо на микроуровне разработать стратегии и механизмы управления инновационными процессами на предприятии, организационные механизмы и формы управления, установить ролевые функции и ограничения высоко-, средне- и низкотехнологичных производств; усилить в случае открытых инноваций кооперацию между малыми, средними, крупными предприятиями.

На уровне регионов нужно способствовать формированию региональной инновационной системы, выработать региональную инновационную стратегию или политику, сформировать мезообъекты по выработанным принципам и признакам, управлять региональными инновационными процессами в целях повышения рейтинга региона в области инноваций. Это позволит ускорить инновационный процесс в республике, разработать стратегию для однотипных регионов, политику развития регионов в зависимости от степени формирования и протекания инновационных процессов.

На макроуровне необходимо выработать государственную политику и механизмы управления инновационными процессами.

Список литературы

- 1 Европейская экономическая комиссия ООН. Обзор инновационного развития Казахстана. — Нью-Йорк и Женева, 2012. — 174 с.
- 2 Агентство РК по статистике. Наука и инновационная деятельность Казахстана 2008–2012: Стат. сб. Астана, 2013. — 88 с.

С.А.Рахымова

Қазақстанның өңдеуші өнеркәсібі кәсіпорындарындағы инновациялық үдерістерді басқару жолдары

Мақалада Қазақстан өндірісінің инновациялық дамуын анықтайтын әдістеме ұсынылған. Мезодеңгейге бөлу арқылы басқару көрсетілген. Технологиялық дәрежесі бойынша мезодеңгей және мезодеңгейдің астында экономикалық қызметтің түрлері анықталған. Өңдеу өнеркәсібінің құрылымдық талдауы жасалған. Инновациялық өнімнің жалпы көлемдегі орта-төмен технологиялық, төмен технологиялық, орта-жоғары технологиялық және жоғары технологиялық үлесі саналып бағаланған. Инновациялық қызметінің шоғырлануы айқындалған. Инновациялық қызметінің концентрациясы орта-жоғары және жоғары технологиялық өндірістің түрлерінде жоғары, сондықтан оларды дамыту қажет. Осы әдістемені пайдалана отырып, тар орындарды, ынталандыру мен стимулдарға қарсыларды, инновациялық үрдіске енуді айқындауға және жоғарыда айтылған өндірістің түрлерін дамытып, инновациялық үрдісті басқаруға болады.

S.A.Rakhimova

The Waysof managing innovation processes on manufacturing enterprises of Kazakhstan

In this article methodology for determining the innovative development of the industry of Kazakhstan was proposed. Management through the allocation of mesoobjects was proposed. We identified mesolevel according its technological level and sub-mesolevel — subtypes of economical activity. The analysis of the structure of the structure of the manufacturing industry was presented. We calculated and presented the share of medium-low-tech, low-tech, medium-high and high-tech types of industries of the total volume of innovative products. The concentration of the innovate activity was identified. We concluded that the concentration of innovation is higher in medium-high-tech and high-tech kinds of industries that is necessary to develop. In a behavioral aspect also it is need to stimulate these types. On the basis of this methodology, we can identify problem points, as well as stimulus, anti-stimulus, input into the innovation process and we can manage the innovation process, namely developing the types of productions, which were described above.

References

- 1 *Economic Commission for Europe. Innovation Performance Review of Kazakhstan*, New York and Geneva, 2012, 174 p.
- 2 *Agency on Statistics. Data book «Science and Innovation Kazakhstan 2008–2012»*, Astana, 2013, 88 p.

МЕРЕЙТОЙ ИЕСІ ЮБИЛЕЙНЫЕ ДАТЫ

Атына ісі сай һарон ар-Рашит

Рашит Саттарұлы Кареновты облыс жұртшылығы жақсы біледі. Белгілі экономист-ғалым, экономика ғылымдарының докторы, профессор, Халықаралық ақпараттандыру академиясының академигі. Қатарынан екі мәрте Қарағанды облыстық өкілетті органның депутаты болып сайланып, сайлаушыларының аманатын абыроймен орындаған абзал азамат.

Ғұлама ғалымның шығармашылық өсу жолы, оның экономикалық ғылымдар мәселелерімен қатар әдебиет, тарих, этнография, экология мәселелерінің барлығымен бірдей асқан қызығушылықпен айналысатыны сан қырлы ірі тұлға екендігін танытады.

Әсіресе әмбебап жанның 1989–1994 жж. Қарағанды облыстық халық депутаттары Кеңесінің депутаты және 1999–2003 жж. Қарағанды облыстық Мәслихатының депутаты ретіндегі тындырымды қоғамдық қызметі жұртшылықтың көз алдында өтті.

Әр алуан жандардың әр кезде айтқан пікірлерін жинақтай айтсақ, Рашит Саттарұлы Каренов — Қазақстанның экономика ғылымдарының көрнекті өкілі, қоғам қайраткері, қарымды қаламгер. Оның шығармашылық еңбектері, ғылыми-ұйымдастырушылық, әдеби және қоғамдық қызметі республика жұртшылығына ғана емес, одан тыс жерлерде де кеңінен танымал. Оған көздеген бағытынан таймас табандылық, ғылымның келелі мәселелерін зерттеуде аса қажет ізденгіштік қасиет тән. Оның бойынан ымыраға келуді жақтыра қоймайтын қатаңдық пен байсалдылықты қатар байқауға болады. Ең алдымен өзіне өзі қатаң талап қоятын, ол шәкірттеріне де жоғары талап қоя біледі.

Қажет болғанда, беделді тұлғалармен де айтыса алатын, бірбеткей шенеуніктерді «орнына қоя» алатын батыл адам. Содан да болар, Рекеңнің өмірінде шиеленісті жағдайлар көптеп кездеседі. Қарсыластары мен жаулары да жоқ емес. Алайда диалектикалық заңға сәйкес революциялық өзгерістерге әкелетін нағыз ғылым осындай ірі кесек тұлғалардың болуын талап етеді.

Шығармашылық жолындағы ұйқысыз түндер бекерге кеткен жоқ. Баспадан шығып зиялы қауым мен қалың жұртшылық оқыған көптеген іргелі ғылыми монографиялар мен оқулықтар, әдеби кітаптар мен зерттеу мақалалар — соның айғағы. Бір жарым мыңнан астам ғылыми және әдеби-публицистикалық еңбектер, оның ішінде 75 ғылыми және әдеби-публицистикалық кітаптар, тарихи-танымдық жинақтар, оқулықтар мен оқу құралдары өз алдына, 18 ғылыми-әдеби кітаптарды дүниеге келтіру әлеуетті қаламгерге ғана тиесілі үлес.

Бүгінде Рекең кадрлар мен студент жастарды тәрбиелеуге және даярлауға көп күш жұмсап жатқандығы да үлкен әңгімеге арқау боларлық. Ол 1994 жылдан бері Е.А. Бөкетов атындағы ҚарМУ-дің маркетинг (2002 жылдан — менеджмент) кафедрасының меңгерушісі. Оның жетекшілік етуімен экономика ғылымдарының 30-ға жуық кандидаты мен докторы даярланды. Ұлағатты ұстаздың сарқылмас күш-жігері мен жетекшілігі арқасында Орталық Қазақстанда менеджерлер мен маркетингтердің зиялы қауымға кеңінен танымал ғылыми мектебі қалыптасты.

Рәшит Саттарұлы қырық жылдай экономика ғылымдарының мәселелерімен айналысуда. Үлкен өмір жолынан өтті. Тағдыр оған қиын, бірақ толыққанды бақытты өмір сыйлады. Оның замандастары мен шәкірттері, ғалымдар мен журналистер, жазушылар мен әдебиеттанушылар асқан таланты мен табандылығы арқасында алашта ат оздырған шығармашыл жанның сом тұлғасы мен кесек бейнесін жеріне жеткізе айтар еді.

«... Рекеңнің жеке өміріне және еңбектеріне тән бір ерекшелікті атап көрсету парыз, — деп жазады қарт ұстаз М. Кенжебаев. — Ол оның қандай мәселе туралы айтса да, әділдікке, шындыққа бой ұратындығы, өткінші көңіл-күйдің әсерімен ақиқаттан ауытқып кетпейтіндігі, бір сөзбен

айтқанда, адалдығы, «тура айтып туғаным жақпадым» дегендей мінезі оны кедергіге ұшыратып отырса да, сол қасиет түптің түбінде оның жүзін, жарқын бейнесін айқындап келеді».

Белгілі журналист, эссеист Төлеубай Мансұр: «Өз басым оны әуелде білікті ғалым ретінде таныдым. Кеңес Одағы күйреп, бозторғай басына, тұрымтай тұсына тоз-тоз болып кеткен тұста қалай қарай қадам басарымызды білмей әжептәуір абдырап қалғанымыз рас қой. Көсегемізді көгертетін жол нарық қатынасына апаратын соқпақ екен. Ал нарық халықты қарық қыла ма? Оның не гәп екенін мына аңтарылып қалған ағайындарға кім түсіндіріп бергендей?»

Міне, тап осы тұста экономист-ғалымдар суырылып, ел алдына шықты. Әрине, бәрі бірдей шығуға тәуекел ете алмады. Жүзден біреу, мыңнан оны дегендей, өзінің білімі мен білігіне сенімді ғалымдар ғана тәуекелге бел буды. Осы кезде қарағандылық экономист-ғалымдардың арасында жарқ етіп, көзге көрінгендері Рашит Каренов пен Талғатбек Әбдіразақов еді. Олар радио мен теледидар және газет арқылы абдырап қалған халыққа нарық қатынасының күнгейі мен көлеңкесін жіпке тізгендей етіп баяндап берді. Мұнымен қоса облыс экономикасын нарық қатынасына орай жаңаға құру ісіне бел шеше араласып та кетті», — деп, риясыз көңілмен сүйсіне жазыпты.

«Рашит Саттарұлы дарынды публицист те. Оның газет-журналдарда жарияланып жүрген сан алуан тақырыптағы мақалаларында публицистикалық терең толғаныс, көтеріңкі пафос жатады, — деп жазады М. Кенжебаев. — Орыс, қазақ тілінде қалам тербеп, өзінің ойын ғана емес, көркемдік түсінігі мен сезімін жеткізе білген ғалымның «Жұлдыз», «Простор», «Мысль» журналдарында және басқа да ондаған мерзімді баспасөзде жарияланған көркем суреттемелері мен публицистикалары қуатты дарынның бір қырын дамытады... Оның еңбектерінде, ғылыми және әдеби очерктерінде публицистерге тән алғыр ой, логика басым болып отырады» («Орталық Қазақстан», 25.07.95 ж.).»

Академик Рашит Кареновтың «Абай дара қазақта, Абай — дана», «Ұлан даланың ұлы суреткері» (Мұхтар Әуезов туралы), «Дәуірдің дарабоз перзенті» (Қаныш Сәтпаев туралы), «Ғылымға даңғыл жол салған» (Кәрім Мыңбаев туралы), «Қалдырған ізің мәңгілік» (Евней Бөкетов туралы), орысша жазылған «Личность планетарного масштаба» (Әлихан Бөкейханов туралы) мақалаларын тебіренбей оқу мүмкін емес.

Оның әрбір мақаласын «ғылым турасындағы тоғышарлық сенімге ерер болсақ, ғалымдар қайдағы бір піл сүйегінен қашалған зәулім мұнарада марғау тіршілік кешетін көңілсіз де сұрқай пенделер іспеттес әсер ететін сыңайлы. Ал 1999 жылғы 12 сәуірде туғанына 100 жыл толған академик Қ.И.Сәтпаевтың тағдыры осы тақылеттес тұжырымдаманы түбегейлі түрде теріске шығарады» (73-б.), «Рас, Евней Арыстанұлының ғылымға қосқан үлесі өз бағасын толық алып отырған жоқ. Өйткені ғалым жолы да, ақын жолы да көбіне тақтайдай бола бермейтіні белгілі. Тасы өрге домалап, атағы шығып, жұртшылық аузына қарап келе жатқан ірі оқымысты, дарынды әдебиетші-сыншы, аудармашы, публицист Е.А.Бөкетовты көре алмай етекпен тартқан, аяқтан шалған сұмдықтар болмай қалған жоқ. Бірақ бір ғажабы — ол қысымның қандайын көрсе де өз ісінен қол үзбеді» (94-б.) деп келетін тосын штрихтармен бастауы оқырманды әрі қарай еріксіз жетелеп отырады, «тағы да не айтар екен?» деп елең қақтырады.

Қазіргі заманның өнер адамдарының арасында ғасырлардың мынандай сипаттамасы орын алған екен: «XVIII ғасыр — «Ол данышпан», XIX ғасыр — «Сен данышпансың», XX ғасыр — «Мен данышпанмын!». Міне, осы сыры мен сипаты әрқилы болса да, ұрпақтар сабақтастығын жіті сақтаған үш ғасырдың мәнді-мағыналы жұлдызды сәттерін екі тілде жазылған отыз шақты мақалалар жинағы молынан қамтыған.

Ел тарихын әйгілі тұлғалар арқылы тану мүмкіндігі – тәуелсіздік жемістерінің бірі. Заманында халқымыздың бақытына туған ұлы тұлғалардың бірі – Байдалы би Бекшеұлы. «Тура биде туған жоқ, туғанды биде иман жоқ» деп халық айтқандай, әділдігімен қара қылды қақ жарған Байдалы бидің ел арасындағы қадір-қасиеті хан мен сұлтаннан кем болмаған. Қаламгер Каренов ірі тұлғаның сол бірегей қасиетін «Әрі көсем, әрі шешен Байдалы би» кітапшасында жеріне жеткізе баяндаған.

Сондай-ақ автордың «Қазақтың үш ұлы көсемі» атты ғылыми-зерттеу еңбегінде тәуелсіз хандық туын тік ұстаған, өз заманының дана мемлекет қайраткері, сұңғыла дипломаты Абылай ханның бейнесі жан-жақты көрініс тапқан. Осыған қоса елім деп еңіреген, халқым деп қайысқан Кенесары ханның және Наурызбай сұлтанның өмірлері, батырлықтары сипатталған. Хан Кененің әлі де кеңейтіп көрсетілмеген саясатшылығына, дипломатиялық өнеріне, қолбасшылық қасиетіне ерекше көңіл бөлінген. Сонымен қатар Алаш көсемі Әлихан Бөкейханның өмірі мен қызметі, оның алғашқы Қазақ автономиясының тұңғыш та жалғыз басшысы болғаны, сол лауазыммен тарихта қалғаны баяндалған.

Филология ғылымының кандидаты Ж.Жарылғапов «Руханият әлеміне қосылған қомақты үлес» мақаласында («Орталық Қазақстан» 06.11.2002 ж.): «... үстіміздегі жылы ғалым қаламынан туған «Әрі көсем, әрі шешен Байдалы би» (Қарағанды: Болашақ-баспа, 2002) және «Қазақтың үш ұлы көсемі» (Қарағанды: ҚарМУ баспасы, 2002) атты екі көлемді дүниесі «ұлттық рух», «бай тарих», «мақсат-мүдде» ұғымдары төңірегінде ұлттық сананың сілкінісіне өзек болды десек, артық айтқандық болмас», — деп жазады.

Рецензент автордың алғашқы кітабында XVIII ғасырдағы қазақ тарихында айрықша орны бар Байдалы би Бекшеұлының өмірбаяны, қоғамда алатын рөлі туралы ұтымды баяндағанын тап басып айтқан.

Жалпы алғанда Рекеңнің қос кітабы өзара жүйелілікке бағынған әр кезеңді қамтыса да негізгі арқауы бір проблема төңірегінде түйіскен дүниелер екені анық. XVIII ғасырдағы Абылай, XIX ғасырдағы Кенесары, XX ғасырдағы Әлихан Бөкейханов ұлттық тарихта айрықша орны бар тұлғалар ғана емес, сонымен қатар ұлттық тарихты әлемге паш еткен танымал жандар. Осынау үш тарихи тұлғаның қоғамдық-тарихи, саяси-әлеуметтік зерттеуге арқау болуы автордың екінші кітабында көрініс тапқан. Тарихтың небір бұрылыс сәттерінде саяси сахнаға шыққан осынау әйгілі тұлғалар тұрарсында олардың ғұмыры, өмір жолы хақында ғана зерттеу жүргізіп қоймай, автор олардың адамдық, азаматтық, дарындылық болмыс-бітіміне айрықша назар аударып, әр тарихи тұлғаны олар ғұмыр кешкен қоғамдық-әлеуметтік, тарихи, саяси жағдайлармен тығыз бірлікте, органикалық байланыста алып қарастырады.

Абылай хан мен Байдалы би, Кенесары хан мен Әлихандар автордың еңбегінде жалаң ғана баяндалып қоймай, олардың төңірегіндегі айтулы тұлғалармен қоса бейнеленген. Осының нәтижесінде тарих тек болған оқиғалардың хронологиялық шежіресіне ғана айналып қоймай, оның аясында ғұмыр кешкен небір айтулы жандардың ғұмырбаянымен, ел-жұрты алдында сіңірген еңбегімен айшықталған.

«Рәшит Саттарұлының еңбектері өзінің ойлылығымен дараланады. Ғылыми-көпшілік сипатында жарық көрген бұл қос еңбектің жұртшылыққа ұсынар тағылымы да осында», — дейді әдебиеттанушы ғалым.

Елбасымыз Н.Ә.Назарбаев: «XVIII ғасырда қазақ сахарасында жасындай жарқылдаған Абылай армандап өткен, мұңды шерге толы XIX ғасырда Кенесары қарумен күрескен, жаппай қырып-жоюға қарсы бас көтерген Бөкейхан межелеп кеткен асыл мұраттар өлген жоқ — соның бәрі 1991 жылы 16 желтоқсанда жүзеге асты», — деген еді. Міне, биыл тәуелсіздігіміздің жиырма үшінші жылында тағдырдың осы сирек сыбағасын барша халқымыз пайдаланып, игілігін көруде. Соның бір сипаты — өткенімізге үңіліп, тарихымызды танып, болашағымызды бағдарлау.

Заманымыздың ұлы жазушысы, көзі тірі классик Мұхтар Мағауин кезінде тәуелсіздігіміздің он бірінші жылының өзінде қырғыз ағайындардың көңіліне келеді деп Кенесарының мерейтойын асқақтатып өткізе алмағанымызды, өзбек ағайындардың көңіліне келеді деп шекарадағы түйткілдерді батып айтпайтындығымызды қынжыла айтты, ашына айтты. Шынында да, бұл не қылған көңіл жықпастық, не қылған жалпақ шешейлік?!

Зәуаттық жадымыздан жаңылу — кезіндегі отарлаушы елдің де, сол зорлықшыл елге жандайшап болған жұрттардың да бүгінгі билік басындағы сайқал саясат ұстанатын ұрпақтарына тиімді. Тарихи жады жоқ халықты билеп-төстеу де, алдап-арбау да оңай.

*Әзірейіл келіп
Алсын, мейлі, жанымды,
Күнімді үнтеп,
Атырмасын таңымды —
Ұлым — қазақ екендігін жасырман,
Жасыра алман —
Руымды, қанымды... —*

деп, азуын айға білеген айтулы ақындарымыздың бірі Иран-Ғайып айтқандай, айдың, күннің аманында қара басып не ғылыпты, құдай жадымыздан жаңылдырмасын деңіз.

*«Аз и Я» —
Азия деп
оқталып,
жаңылдым ба?
Жатпаймын мен ақталып...*

*Танып-біліп өзімізді өзгеден,
Көшеміз біз өзімізді бетке алып, —*

деп, Олжас абызша өзімізді өзіміз танудан, өзімізді өзіміз іздеуден танбаймыз. Сырттағы жауларымыз да, іштегі кірме дұшпандарымыз да ұлардай шулай берсін, қанымызды да, жанымызды да жасыра алмаймыз.

Кезінде Мопассан Флобер туралы айта келіп: «Жазушы ғалым болу керек» дегендейін, шынында да Рашит Каренов академик ғалым ғана емес, сонымен бірге қарымды қаламгер де. Екі тілде бірдей жазады. Оның ізденіске толы ойлы мақалалары облыстық, республикалық басылымдарда үздіксіз жарияланып жатады.

Шежіре... осы бір жалғыз сөздің аясында көп мағына бар. Ел мен жердің, халық пен қаһарманның сырты нұрлы, іші сырлы шежіресін жасауға бүгінде ғалымның да, жазушының да, журналистің де, қалың көпшіліктің де атсалысқаны белгілі. Халқымыздың асыл мұрасы, ұланғайыр тарихының куәгері — ру шежіресі соңғы жылдары рухани өмірімізге қайтып оралды. Көптен бері ұлттық басылымдарда бірталай шежіре нұсқалары мен зерттеу мақалалары жарияланып, ара-тұра қызу пікірталастар да болып өтті. Шежіренің тарихи пайда болуы және даму жолдары туралы да аз жазылған жоқ. Әр ру-тайпаның шежіре кітаптары да бірінен соң бірі шығып жатыр.

Біле білген жанға шежіре дегеніміз — халықтың қымбат қазынасы. Халық барда шежіре де бар. Түптеп келгенде, шежіре — қазақ халқының бірлігі мен ішінара ынтымағын қалыптастырудың идеологиялық құралы ретінде пайдаланылып келгені айдан анық. Мұны ел билеген озық ойлы хандар мен билер жақсы түсінді.

Тарихынды, тегінді білмеу — білімсіздіктің үлкені. Кешегісіз бүгіннің, бүгінгісіз болашақтың жоқтығы аксиома болса да, осы жерде қайталап айтудың реті келіп тұрғаны анық. Әрі-беріден соң ата-бабамыздан «Жеті атасын білмеген жетесіздіктің белгісі» деген әлгіден де қаттырақ айтылған, тіпті сақты сындырып, сүйекке таңба салатын сөз қалған.

Академик ғалым, қарымды қаламгер Рашит Каренов Қазақстан-Ресей университеті баспасынан биыл, яки 2014 жылы, жарық көрген, ширек ғасыр бойғы маңдай тер, табан ақысының қомақты жемісі — «Үш жүздің шежіресі және Арғын-Алтай тайпасының Қареке-Мұрат рулары: энциклопедиялық анықтамалық» атты екі томдық тарихи-генеалогиялық зерттеуінде халқымыздың дәстүрлі шежірешілдігіне құнды дерек көзі ретінде мән беріп, әрісі үш жүздің, берісі Арғын тайпасының шығу тегі мен қалыптасу тарихын зерттеген, оның ішінде бұрын аз зерделенген Қареке-Мұрат руларының шежіресін таратқан.

Жалпы көлемі 1362 беттен тұратын, яки 85,13 баспа табақ, бұл қос томдық халық ішінен шыққан көнекөз шежіреші қарттардың айтқандарынан және үш жүздің таралымы туралы баспалардан шығарылған, шашырап жүрген кітаптардан (еңбектерден) алынып жинақталып, бір жүйеге келтіріліп, ата тегін білгісі келген оқырмандарға ұсынылып отыр. Осы еңбекте тарихи-этнографиялық, мәдени-әдеби айғақтар, тектік-генетикалық қасиеттер көрініс тапқан.

Арғын-Алтай тайпасына жататын Қареке-Мұрат руларының шежіресі — ұлт тарихы мен тағдырының жанды бөлшегі. Шежіреде аталар дәстүрі, ғасырлар дауысы, дауылпаздар дабылы естіледі. Энциклопедиялық анықтамалыққа автор далалық фольклорлық-этнографиялық зерттеу деректерін, мұрағат құжаттарын, өмірбаяндар мен фотосуреттерді енгізген.

Автор көкірегі ояу, көзі ашық алаш азаматтарына ру тарихы — қазақ тарихының құрамды бір бөлігі, ру тарихы — әрқайсымыздың бабаларымыздың тарихы екендігін ұғындырып, нақты мысалдармен дәлелдейді. «Қазақ жеті атасын не үшін білген? Кейінгі ұрпақ өзінің алдындағы ұрпақтың дәстүрін, тұрмыс-салтын, тіршілігін — бәрін де қаз-қалпында қайталап отырған. Ұрпақтан ұрпаққа беріліп келе жатқан даланың жазылмаған заңы, дәстүрі бұзылса, тіршілікке орны толмас зиян келтірген. Жеті атаға дейін біріне-бірі үйленуге тыйым салуы қазағымның данышпандығы деп біліңіз», — деп ой түйеді қаламгер ғалым. Айтса айтқандай, шежіре білу — арғы аталарымызға қандас, туыс адамдардың некелесуінен туа пайда болатын аурулардың алдын алу үшін де керек болды. Әлімсақтан төрт түлік мал өсірумен айналысқан халқымыз тұқым асылдандыру ілімін жете түсінгендіктен, «жеті атаға дейін үйленбе» деген қағиданы берік ұстанды. Дана ата-бабаларымыз ұрпағының ұсақтанып, нәсілінің азып кетпеуін қатты қадағалап отырды.

Орта жүз Арғын тайпасына жататын Қареке, Мұрат руларының аталмыш шежіресі — көп жылдар бойы жүздеген адамдардан ауызша сұрастырылып, жоғалып кеткен мәліметтерді тірнектеп жинастырып, әр түрлі деректерден, әңгіме-аңыздардан құрастырылған туынды.

Тарих — үздіксіз үдеріс, ол бүгінгі адамдардың өмірімен шектелмейді. Қазір қиял-ғажайып (фантастика) болып көрінгенімен, бізден жүздеген жыл кейін өмір сүретін, тілі мен ділін, тіні мен дінін сақтаған қазақтар (лайым солай болсын) шежіре тарату дәстүрін сақтап қалуы қажет. Сақтап қалып қана қоймай, ғылым деңгейіне көтеріп, компьютерлер мен есептегіш машиналардың зердесіне енгізіп, арнайы энциклопедиялар құрастырып, генетикалық қызметтің қажетіне пайдаланып, алыс заманалардан бері келе жатқан рухани байлығымызды дамытуы керек.

Автор бұл еңбегін ержүрек бабасы, Кенесары ханның серігі болған, қазақ халқының күрескерлік тарихында өшпес із қалдырған мыңбасы Мәнжі батырдың 200 жылдығына арнаған. Қареке Байбурадан шыққан батыр Мәнжі Күржікейұлы (1815–1911) Қарпық-Қаратоқа руынан шыққан Тиес батырмен дос болған. Екеуі хан Кененің қолында болып (Мәнжі батыр 22 жасында жүзбасы болыпты), ұлы жорықтарға қатысқан, қазақ жерін жат жұртқа бермеу үшін талай ерлік көрсеткен.

Оның үстіне Мәнжі тек батыр ғана емес, ойда жоқ жерден айшықты сөз де тауып айтатын өткір тілді ділмәр адам да болыпты. Мәнжі батыр бірде:

*Алты баласы бардың ауылына барма,
Бес баласы бардың бетіне келме,
Төрт баласы бардың төрде орны бар,
Үш баласы бардың алдында айдаған малы бар.
Екі баласы бардың өкпе, бауыр, жалы бар,
Жалғыз баласы бардың шығар-шықпас жаны бар, —*

деген уәлі сөздерді суырып салыпты.

Бәріңізге мәлім, күні кеше, тіпті әлі күнге дейін қазақ халқының тарихы, әдебиеті мен мәдениетінің бел-белестері өзінің зерттелуі жағынан дұрыс ғылыми жолға қойылмай, көп мағынасынан айырылып, асылын жасықтандырып, жақсыларын жадынан шығарып, жалған ұрандардың дақпырттары жетегінде қалып келді. Ендігі міндет — жерімізге баса көктеп кірген сыртқы жаудан елі мен жерін қорғап тер төккен, қан кешкен ел басына, қолбасылар мен хандарға, билерге, батырларға лайықты тарихи бағасын беріп, тиісті орнына қою. Аталмыш еңбек — осы маңызды мәселелерге сәл де болса үлес қосуды көздеп жазған автордың жылдар бойғы тынымсыз жұмысының нәтижесі.

«Шешеннің ең ұлы қасиеті — қажет нәрсені ғана айту емес, сонымен бірге қажеті жоқ нәрсені айтпау» деп, Цицерон айтқандай, академик қаламгер қажет нәрсені ғана айтып, қажетсіз дүниені айтпауға мейлінше тырысқан. Нені айтса да, бұрын біз оқымаған, естімеген тың деректі, соны топшылауды көлденең тартады. Кітаптың тілі көркем де жатық, жеңіл оқылады, жалықтырмай өзіне тартып отырады. Бұған әр мақаланың ұбақ-ғұбақ шұбалаңқы жазылмай, ықшам да жинақы жазылуы да септігін тигізгендей.

Энциклопедиялық анықтамалықта Қарағанды өңірінде туып-өскен, халықтың жуан ортасынан суырылып шыққан, рухани өміріміздің бірқатар көрнекті өкілдерінің өміріне қатысты сирек деректер, соны мәліметтер көп. Кезінде Қарағанды жерінде өмір сүрген, аты «қазаққа мәлім болған», сөзі «үш жүзге тәлім болған» ақиық ардагерлеріміздің батырлық істері, биліктері, философиялық-дүниетанымдық көзқарастары, өнерпаздық өрнектері ұлттық байлығымыз екенін ұмытпаған ұрпақтың қашанда алды кең, келешегі кемел болатыны даусыз.

Кезінде Төле би «Арғын-Қыпшақ болсаң Алтай бол» деп тегін айтпаса керек-ті. «Атадан ұл туса игі, Ата жолын қуса игі» деп сол Төле би айтпақшы, талай игі жақсының өскен ортасы, өрісі кең, өркені қанат жайған ел.

«Қасиетті қазақ даласы жалпақ жұрт оқып бітпеген көне кітап секілді. Талай беттері күні бүгінге дейін ғасырлар шаңына бөгіп, ұйқыда мүлгіп жатыр. Ашып, қыртысын жазып, парақтар болсақ, ақтарар сыры мол. Одан халқымыздың тарихында қаралуға тиіс талай асыл есімдер мен олардың жазба мұрасын ұшыратасың. Соларды бүгінгі ұрпақпен таныстырып, табыстыру — ғалымдар үшін зор міндет, ауыр жүк.

Әсіресе Сарыарқаның сауыр төсіндегі Қарағанды жерінің айтар тарихы жұртшылыққа беймәлім, әлі де ашылмаған жұмбақ сырлары да аз емес. Қарағанды жері — өзінің бай тарихымен, есімі төрткіл дүниеге танымал қасиетті бабаларымызбен бүкіл қазақ еліне мәлім өлке», дейді автор.

Қарағанды жерін, негізінен, Қареке, Мұрат аталатын екі ру қоныс еткен. Ел бірлігінде, халық азаттығында, ұрпақ тәрбиесінде жергілікті даналардың да тарихи орны мен қоғамдық үлесі әрі қомақты, әрі салмақты.

Ал ел тарихын әйгілі тұлғалар арқылы зерделеу — қазақтың дәстүрлі таным-түсінігінде ертеден қалыптасқан үрдіс. Қазақтың қария сөздерінде (ДАТ — Даланың ауызша тарихы), яғни шежірелік зердесінде, тарих ұдайы жеке тұлғалардың өмір дерегі арқылы танылып отырады. Қоғамның саяси-әлеуметтік, мәдени-рухани ахуалы үнемі жеке тұлғалар болмысы арқылы көрініс табады. Осындай қағиданы негізге алған осы қомақты еңбектің авторы, Қареке-Мұрат руынан шыққан атақты билер мен батырларды, ақындар мен ғұламаларды, күрескерлер мен зиялыларды біртұтас тарихқа топтастырады.

Өңір дерекнамасының беттерінен жауына ойран салған Шерубай батыр, Кене ханның серігі және ақылшысы Таймас батыр, ел аузында жыр болған Мәнжі батыр, есімі Арқа жұртына кеңінен танымал Қаман би, тереңнен толғаған, байыпты саясаткер атанған Игілік би, от ауызды, орақ тілді Таңшолақ би, өлеңге жүйрік, ойы ұшқыр, шабытты ақын Байсалбайдың Ахметбегі, көркем сөздің хас шебері Ғабиден Мұстафин, арқалы ақын Мақсұт Байсейітов, білімділігімен, зайырлылығымен көкірегіне имандылық ұялатқан Әбдікәрім молда, өмірін ізденіспен өрнектеген Мінәж Жармұхаметов, ел-жұрты ұмытпайтын азамат, қайтпас қайсар қайраткер, кезінде ел мен жер қамқоры болған Жұмабек Тәшенев туралы жадыңызды жаңғыртар, санаңызды сәулелендірер мол мағлұмат, күшті әсер аласыздар.

Жәдігер еңбек — деректанушы-тарихшыларға, фольклор зерттеушілерге, генеалогиялық танымды қажет ететін оқырманға және шыққан тегін білуге ұмтылушыларға арналған этнографиялық бағалы жинақ.

Қорыта келгенде, қаламгер ғалым Рашид Кареновтың «Үш жүздің шежіресі және Арғын-Алтай тайпасының Қареке-Мұрат рулары: Энциклопедиялық анықтамалық» атты екі томдық тарихи-генеалогиялық зерттеуі елін сүйер, тарихты тануға құштар, төл тарихы мен мәдениетін білгісі келген қалың оқырман қауымның көңілінен шығады деп сенеміз. Автордың өзі айтқандай, бүгінгі күнде тарихты білу — тарихи шығармалар жазу үшін ғана емес, өзіңнің адамдық бейнеңді тану үшін керектірек.

Избасарына үкілі үміт жалғап, есімін Нарон ар-Рашид деп қойған әке сенімі мен тәлімге толы мектебі сондай әсерлі! Қаламгерлік өнерді қыранға теңеп, оның қос қанаты бар десек, соның бір қанаты — талант та, екінші қанаты — еңбек. Ал жалғыз қанат қыранның ұша алмасы, қия жартас, асқар шындарды құша алмасы анық.

Көпшілік профессор Кареновтың ғалым-педагог ретіндегі жоғары адамгершілік қасиеттерін, сондай-ақ қажырлы азаматтың ғылыми, педагогикалық, әдеби қызметін тиісті дәрежеде бағалайтыны анық.

*Түбінде баянды еңбек — егін салған,
Жасынан оқу оқып, білім алған.
Би болған, болыс болған өнер емес,
Еңбексіз бұдан өзге бәрі жалған, —*

деп ұлы Абай айтқандай, баянды бақытын білім мен ғылымнан, тарих пен әдебиеттен, бір сөзбен айтқанда, инемен құдық қазғандай ауыр еңбектен тапқан сегіз қырлы, бір сырлы әмбебап ғалымға, еліне елеулі, халқына қалаулы болған азаматқа қашанда сенім артуға болады. Қыл қысқасы, берісі әке аманатын орындау, әрісі ел үмітін ақтау — тек парасатты ер азаматтың еншісі.

Сәбит Бексейіт,
ақын, Қазақстан Жазушылар одағының мүшесі, Қарағанды

Ғалым өткен белестер

Профессор Р.С.Каренов — 70 жаста

Еліміздің аса көрнекті экономист-ғалымы, білім беру ісінің білікті ұйымдастырушысы, экономика ғылымдарының докторы, профессор, алдыңғыларға сыйлы іні, кейінгілерге қамқор ұстаз, адал аға, айнымас жолдас Рашит Саттарұлы Каренов бүгінде 70 жасқа толып отыр. Ол 1944 жылы 13 қазанда Қарағанды қаласында дүниеге келген.

«Қыран баласы қияға қарап өседі», дейді кемеңгер халқымыз. Бала күнінен экономист болуды армандаған Рашит әкесі Саттар, анасы Шарбанның тәрбиесін көріп өскен алты баланың үлкені. Орта мектепті үздік бітірген Рашит 1962 жылы Қарағанды политехникалық институтының тау-кен факультетіне түсіп, студент атанды. Институт басшылығы ғылымға бейімділігімен, дарынымен көзге түскен Рашитты оқу орнын бітірісімен Мәскеудегі тау-кен институтының аспирантурасына жіберді.

1970 жылы Мәскеуде кандидаттық диссертациясын қорғағаннан кейін Р.С. Каренов Қарағанды политехникалық институтында еңбек жолын ұстаздықтан бастады. 1981–1991 жылдары «Машина жасау экономикасы және оны ұйымдастыру» кафедрасының меңгерушісі болды.

Р.С. Кареновтың 1992 жылы Ресейдің Санкт-Петербург мемлекеттік университетінде қорғаған докторлық диссертациясын айрықша сипаттап жатудың қажеті жоқ сияқты. Өйткені оның аса күрделі, аса маңызды, өмірдің өзі алға тартқан проблеманы талдап шыққан ғылыми жұмысының нәтижесі екендігін «Қор қайтарымы ілімі және өлшеу әдістемесі, талдау және болжау (Қазақстан өнеркәсібі материалдарында)» деген тақырыбы-ақ айқын көрсетіп тұр.

1994 жылы Р.С. Каренов сол кездегі Е.А. Бөкетов атындағы Қарағанды мемлекеттік университетінің ректоры Жамбыл Ақылбаевтың шақыруымен университеттің экономика факультетіне маркетинг кафедрасының меңгерушілігіне қызметке келді. Міне, осы уақыттан бастап оның бар өмірі, ғалымдық қызметі мен ұстаздығы атақты университеттің тарихымен ұштасып жатыр. 2002 жылы маркетинг кафедрасы екіге бөлініп, Рашит Саттарұлы жаңа менеджмент кафедрасын ашуға кірісіп кетті. Ол жаңа кафедраның оқу-әдістемелік, лабораториялық базасын уақыт оздырмай қалыптастырып үлгерді. «Уақыт деген тұлпардай жүйрік», — деп толғанады Рекен мұндайда.

Жылжып өткен жылдардың бедерлері шежіреге пара-пар. Әр кезеңнің өзіндік айшықты іздері бар. Айталық, еліміз тәуелсіздік алғаннан бергі тұста бұрын бірыңғай орыс тілінде оқылатын дәрістерді енді ана тілімізге көшіру жөніндегі жұмыстар қолға алына бастады. Әсіресе бұл экономика, менеджмент және маркетинг білім беру саласында оңайға соққан жоқ. Қазақ тіліндегі оқулықтар мен әдістемелік құралдардың жетіспеушілігі, тіпті мүлдем жоқтығы үлкен қолбайлау болды. Р.Каренов өз кафедрасындағы оқытушылармен бірлесе отырып, осы жұмысқа көп уақытын бөлді.

Өмірінің басты мақсаты ұлттық рухты жандандыру деп білетін үлкен жүректі ғалым елінің болашақ ғалымдарын даярлауда, олардың біліктілігін арттыру жолында зор еңбек етті. Оның тікелей жетекшілік жасауымен 45 кандидаттық, 2 докторлық диссертацияның қорғалуы — атақты ғалымның ғылым саласындағы адалдығы мен біліктілігі, табандылығы мен шыншылдығының нәтижесі.

Рашит Саттарұлының өнімді ғылыми-шығармашылық қызметінің нәтижесінде көптеген ғылыми еңбектері Қазақстанда, шет елдерде жарық көрді. Ғалым жоғары оқу орындарына арналған 30 оқу құралдары мен оқулықтарының, 45 монографияның, 1000-нан астам мақалалардың авторы. Бір қызығы, Р.Каренов тек экономика ғылымымен ғана айналысып қоймай, рухани өмірге де белсене араласып жүр. Оның этнограф, әдебиетші, журналист ретіндегі еңбектері қазақ тарихындағы ойып орын алған кесек соқталы туындылар. Бұл баға жетпес асыл қазыналар бүгінде жер-жерге тарап, жұртшылық игілігіне айналды.

«Адам — бір жұмбақ, оны да ойла» деп Абай атамыз айтқандай, жұмбақтың шешуі неғұрлым қиын болса, соғұрлым қызық.

Бізге Рашит Саттарұлы Каренов сондай күрмеуі мол, күрделі жұмбақтай болып көрінеді. Ең сезімтал, аңғарымы мол деген жанның өзі жалт-жұлт етіп алуан-алуан шұғыла шашатын алмастың тек бір қырының ғана сәулесін көріп үлгереді екен. Сегіз қырлы, бір сырлы Р.Кареновтың кім қанша қырын танып, қай сырына қаныққандай?

Қараңыздаршы, Рашит Саттарұлы алған асулар қандай:

– 1995 жылы Халықаралық ақпараттандыру академиясының академигі болып сайланды;

- 1997–2000 жылдары Ғылым мен техниканың дамуына зор үлес қосқан ғалымдар мен мамандарға арналған ҚР Үкіметінің Мемлекеттік ғылыми стипендиясының иегері болды;
- 2007 жылы «Жоғары оқу орнының үздік оқытушысы» Мемлекеттік грантының иегері;
- 2008 жылы Өндірісті ұйымдастыру ғылымы мен практикасының Халықаралық академиясының академигі болып сайланды;
- 2013 жылы академик З.Алдамжар атындағы Қостанай әлеуметтік-техникалық университетінің Құрметті профессоры және «Е.А.Бөкетов атындағы Қарағанды мемлекеттік университетінің еңбек сіңірген қызметкері» атақтар берілді;
- 2013–2014 жылдары екінші рет Ғылым мен техниканың дамуына зор үлес қосқан ғалымдар мен мамандарға арналған ҚР Үкіметінің Мемлекеттік ғылыми стипендиясының иегері болды...

Екінші бірі бөлене қоймаған абырой, атақ осындай-ақ болсын!

Көрнекті ғалымның жүріп өткен өнегелі ғұмырын, ізгілікті істерін бір мақалаға сыйғызу мүмкін емес.

«Ойлаған арманың орындалса, еліңе қызмет етсең, бала-шағаң, отбасың аман болса, ұрпақтарыңа дұрыс тәрбие бере алсаң — одан артық бақыт жоқ. Бұл жағынан өзімді әлемдегі ең бақытты адам деп санаймын», — дейді Рекен.

Профессор Кареновтың қызметі туған халқының көз алдында өтіп жатыр. Кімге де болсын, ел сенімінен артық баға жоқ. Кареновқа елі кәміл сенеді. Ал абзал азамат оны еңбегінің жанғаны деп біледі.

Рашид Саттарұлы өзінің бір әңгімесінде былай дегені есте қалыпты: «Мұртқа өкпелеп жүргенде сақал шықты», — демекші, эне-міне дегенше, жетіп келген кешегі алпысқа аң-таң болып жүргенде алдыма жетпіс те көлденең тұра қалып, амалсыз жетінші ондықтың үзенгісіне аяқ салдым. Сірә, бұған да қуану керек шығар. Өйткені, жетпіс рет қар басып, жетпіс рет жаз көріп, осы ғұмырға лайықты адам-пенденің еншісіне бөліп берілер қуаныштар мен жақсылықтардың дәмін таттым. «Бір күн өтсе, қуанба — өміріңнің саудасы», — деп отырушы еді баяғыда қариялар.

Біз күндер емес, айлардың, жылдардың тез өткенін тіледік, әр жылдың көне қоржынында біздерге арналған бір жақсылық жатқандай, сол жақсылыққа тезірек жетуге асықтық. Әлі де асығып келеміз. Сол жылдардың жылт еткен бір жақсылығына қосып қара шаштарымызды ақ шашқа айырбастап алып қалып жатқанымызды байқамаппыз... Бірақ, несі бар, қара шашымыз ағарса, кемелденудің, ақыл тоқтатудың, әр нәрсенің парқы мен бәсін білер белеске көтерілгендіктің белгісі шығар».

Сөйтіп, ел сенімін жанына ең басты серік еткен ғұлама ғалым Рашид Саттарұлы Каренов 70 жасқа келді. Өткен өміріндегі тағдыр тосқан ауыртпалықтарды да, қабырға қайыстырар қайғыны да сан мәрте басынан өткерді профессор ағамыз. Жігерін жасытпай, қайратын қажытпай, қанына біткен қайсарлықпен көтеріп келеді бәрін. Таяу арада біз қуанышты хабардың куәсі болдық: ғылым мен білімде жеткен зор табысы үшін Рашид Саттарұлына Қожа Ахмет Ясауи атындағы Халықаралық қазақ-түрік университетінің Құрметті профессоры академиялық атағы берілді (Қожа Ахмет Ясауи атындағы ХҚТУ Сенатының 2014 жылғы 12 қыркүйектегі шешімі, № 1 хаттама).

Мерейтой құтты болсын, жетпісіңіздегі жігеріңіз жоғалмасын, сексенде де сергек, тоқсанда да тегеурінді болыңыз, Реке!

С.С.Ыдырыс,

Қ.А.Ясауи атындағы Халықаралық қазақ-түрік университетіндегі экономика факультетінің деканы

АВТОРЛАР ТУРАЛЫ МӘЛІМЕТТЕР СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Abayev, A.A. — Master, Senior lecturer of finance department of economic faculty, Ye.A.Buketov Karaganda State University.

Abilov, D.K. — Senior teacher of «Social work and social pedagogy» chair, Master of sciences, Ye.A.Buketov Karaganda State University.

Akbayev, Ye.T. — Candidate of economic sciences, Associate professor of Finance department of economic faculty, Ye.A.Buketov Karaganda State University.

Artakshinova, V.S. — Master of economic sciences, Senior teacher of the Finance Department, economic faculty, Ye.A.Buketov Karaganda State University.

Bekseyit, S. — Poet, Member of union of writers of Kazakhstan, Karaganda.

Yergeneli, Aziz — Professor, Hacettepe University, Faculty of Economics and Business Administration, Department of Business Administration, Ankara, Turkey.

Ydyrys, S.S. — Doctor of Economics, professor, Dean of economic faculty Kozha Ahmet Yassau International Kazakh-Turkish University.

Frederick, Herzberg — Honorary professor of Management at the University of Utah in Salt Lake City; Head of the department of psychology at Case Western Reserve University, Cleveland, USA.

Iskendirova, S.K. — Candidate of economic sciences, Associate professor, Sh.Ualikhanov Kokshetau State University.

Karenov, R.S. — Head of the «Management» chair, Doctor of economics, professor, Ye.A.Buketov Karaganda State University.

Karibayev, Ye.S. — candidate of economic sciences, Associate professor of finance department of economic faculty, Ye.A.Buketov Karaganda State University.

Kazbekov, T.B. — Senior lecturer of chair «Management» candidate of economic sciences, Ye.A.Buketov Karaganda State University.

Kunanbayeva, D.A. — Kazakh Ablai khan university of international relations and world languages, Associate professor of the Department of Economics and Management, Almaty.

Mambetova, S.Sh. — Candidate of economic sciences, Associated professor of the Management Department, Ye.A.Buketov Karaganda State University.

Mamrayeva, D.G. — Candidate of economic sciences, Associated professor of the Marketing Department, Ye.A.Buketov Karaganda State University.

Mussina, A.A. — Doctor of economic sciences, Acting professor, Kazakh University of Economics, Finance and International Trade, Astana.

Musina, A.G. — Master of economic sciences, Senior teacher of the «Accounting and audit», Ye.A.Buketov Karaganda State University.

Rakhimova, G.A. — Candidate of economic sciences, Senior teacher, Sh.Ualikhanov Kokshetau State University.

Rakhimova, S.A. — PhD student, F.M.Dostoevsky Omsk State University, Russia.

Roman'ko, Ye.B. — Candidate of economic sciences, Associated professor of the Management Department, Ye.A.Buketov Karaganda State University.

Ryspayev, A.B. — Student first-year master's in specialty 6M051100 – Marketing, Ye.A.Buketov Karaganda State University.

Seiytkassimov, G.S. — Doctor of economic sciences, Academic of NAS RK, Acting professor, Kazakh University of Economics, Finance and International Trade, Astana.

Syzdykova, E.Zh. — Head of «Accounting and audit» chair, Candidate of economic sciences, Ye.A.Buketov Karaganda State University.

Tagayeva, V.Z. — Student first-year master's in specialty Finance, Ye.A.Buketov Karaganda State University.

Tashenova, L.V. — Master of economic sciences, Senior teacher of the Marketing Department, Ye.A.Buketov Karaganda State University.

Temirbekova, Zh.A. — Associate professor, Suleiyman Demirel University, Faculty of Economics and Administrative sciences, Department of Management and Marketing, Almaty.

Tleuberdinova, A.T. — Head of marketing department, Doctor of economics, Professor, Ye.A.Buketov Karaganda State University.

Zhumasheva, A.B. — Master of economic sciences, senior teacher of the «EIB» Department, Ye.A.Buketov Karaganda State University.

Shayekina, Zh.M. — Doctor of economic sciences, Professor of the Marketing Department, Ye.A.Buketov Karaganda State University.

**2014 жылғы «Қарағанды университетінің хабаршысында»
жарияланған мақалалардың көрсеткіші.
«Экономика» сериясы**

№ б.

**ӘЛЕМНІҢ БӘСЕКЕҚАБІЛЕТТІ 30 ЕЛДЕР ҚАТАРЫНА ҚОСЫЛУ ШЕҢБЕРІНДЕГІ
ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ АЙМАҚТАРЫ МЕН САЛАЛАРЫНЫҢ ЭКОНОМИКАЛЫҚ
ДАМУЫНЫҢ МӘСЕЛЕЛЕРІ**

<i>Аймағамбетов Е.Б., Асанова М.А.</i> Тұрақты даму: миф әлде шынайылық пе?	1	42
<i>Барабанер Ханон.</i> Еуразия экономикалық клубы ғалымдардың бүкіл әлемге белгілі мәртебелі қоғамдастығы ретінде.....	2	17
<i>Есенгелдин Б.С., Мырзатаева Г.К., Нұрымова И.Т.</i> Аймақтық еңбек нарығы дамуының әлеуметтік негіздері	3	22
<i>Иманбекова А.М.</i> Қазақстанның көмір өнеркәсібіндегі еңбекті қорғау және өнеркәсіп қауіпсіздігі саласындағы жарқын болашақтағы басымдылықтары	2	60
<i>Каренов Р.С.</i> Менеджмент психологиясы — басқару қызметінің психологиялық ерекшеліктерін және менеджер жұмысының заңдылықтарын зерттейтін ғылым бағыты	1	4
<i>Каренов Р.С.</i> Отандық және шетелдік компанияларда және кәсіпорындарда қорларды басқару мәселелері.....	4	4
<i>Каренов Р.С.</i> Теңдестірілген көрсеткіштер жүйесі — әлемдегі тиімділіктің өзекті көрсеткіштері бойынша басқарудың белгілі тұжырымдамасы	2	5
<i>Каренов Р.С.</i> Функционалдық-құндық талдау тәсілі ұйымдық өндірістік міндеттерді шешу және кәсіпорынды басқару жүйесін жетілдіру құралы ретінде.....	3	5
<i>Кофтанюк Н.В.</i> Жоғары оқу орындарының тұрақты дамуының ұйымдастырушылық-экономикалық тетігін құрастыру	2	31
<i>Мамраева Г.Б., Рахимжанова К.К., Мұхтарова Т.М.</i> Қазақстанның Дүниежүзілік сауда ұйымына кіру мәселесі.....	1	35
<i>Нұрпейісов Б.Г.</i> Әлемдегі және Қазақстандағы бәсекені және оны анықтайтын факторларды зерттеу өзектілігі.....	1	29
<i>Притворова Т.П., Қосдаuletova P.E.</i> Шығыс Қазақстандағы агломерацияны дамыту: алғышарттар мен өсу шарттары	1	20
<i>Ранета Л.Ф., Қожабаева А.Р.</i> ТМД-ның екі негізгі мемлекеттері Украина мен Қазақстанның экономикалық дамуын салғастырмалы талдау	2	19
<i>Рахимбекова А.Е.</i> Денсаулық сақтау саласының экономикасы — Қазақстан Республикасындағы өмір сапасына әсер етудің негізгі бағыты	1	49
<i>Садуов А.Ж.</i> Қазақстандағы туризмнің қазіргі заманғы жағдайын талдау	2	46
<i>Сыздықова Э.Ж., Әбілов Д.К.</i> ЭКСПО-2017 халықаралық арнайы көрмесіне дайындық: Қазақстан аймақтарының белсенді қатысуының нәтижелері.....	4	32
<i>Глеубердинова А.Т., Аскеев А.Г.</i> Қазақстан Республикасының туризм экономикасын дамыту үшін Еуразиялық экономикалық одақтың артықшылықтары мен кемшіліктерін талдау	3	28
<i>Глеубердинова А.Т., Брицкая Е.Б.</i> «Электронды үкімет» жүйесі мемлекеттің бәсекеқабілеттілігін арттыру құралы ретінде	2	39
<i>Глеубердинова А.Т., Рыспаев А.Б.</i> Бірыңғай экономикалық кеңістік азық-түліктік қауіпсіздікті қамтамасыз ететін өзара байланыстың әлеуетті үлгісі ретінде	4	26
<i>Фрешли М., Хустыи Ж., Раффай З.</i> Ауылдық туризмнің дамуы мәдениетті сақтаудың аспабы ретінде.....	3	18
<i>Шаекина Ж.М., Васляева Е.Ю.</i> Қазақстанда саяхат индустриясының даму тенденциялары	2	68
<i>Шаекина Ж.М., Мамраева Д.Ф., Ташенова Л.В.</i> ЭКСПО-2017 тұрғысынан алғандағы Қазақстанда оқиғалық туризмнің дамуы.....	4	18
<i>Шаекина Ж.М., Оспанов Г.М.</i> Қазақстанда халықаралық туризмнің дамуын талдау	2	23
<i>Юшев Р.А., Микляева Т.В.</i> Қазақстан Республикасындағы туризм қатынасының даму үрдісі....	2	54

**ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ИННОВАЦИЯЛЫҚ ЖӘНЕ ИНДУСТРИАЛДЫҚ САЯСАТТЫ
ЖҮЗЕГЕ АСЫРУ ТИІМДІЛІГІ**

<i>Есенгелдин Б.С., Мырзатаева Г.К., Нұрымова И.Т.</i> Аймақтық еңбек нарығы дамуының әлеуметтік негіздері.....	2	78
---	---	----

<i>Ескендір Н.Н.</i> Металлургия өнеркәсібі кәсіпорындарының стратегиялық максаттарына жету үшін инновациялық стратегия құру басымдылықтары.....	2	98
<i>Кенжебаева Ә.Ә.</i> Инновация бәсекеабилеттілікті арттыру факторы ретінде.....	3	48
<i>Кочербаева А.А., Джолдыбаева А.Б., Әбілдина М.К.</i> Нарық жағдайындағы экономикалық өсудің гуманизациялық өндірістік факторлары.....	3	41
<i>Қазбеков Т.Б., Ахметова А.С.</i> Индустриалды-инновациялық вектор Қазақстан экономикасы дамуының басты бағдары ретінде.....	2	84
<i>Қазбеков Т.Б., Мусина А.Г.</i> Кәсіпкерлікті инновациялық негізде дамытудың басты бағыттары.	4	39
<i>Қалықов А.К.</i> Қазақстан экономикасында инновациялық қызметті тежеуші факторлар шеңберін талдау.....	3	36
<i>Мамраева Г.Б., Нұрғалиева А.А., Мұхтарова Т.М.</i> Еліміздегі жұмыссыздық мәселесін шешудің түрлі жолдары.....	2	90
<i>Мишулина О.В., Горелова Н.С.</i> Кәсіпорындағы өнім өндірісі тиімділігін жоғарлатудың негізгі бағыттары.....	1	59
<i>Омарова А.Т., Грело М.Ф.</i> Қазақстанның инновациялық даму жағдайындағы қызметкерлерді басқару.....	1	68
<i>Романько Е.Б., Мәмбетова С.Ш.</i> «Ұзақ толқындар» ілімі және ғылыми-техникалық прогресс....	4	46
<i>Татаркин А.</i> Астана экономикалық форумы айрықша экономикалық құбылыс ретінде.....	1	55
<i>Тә А.Л.</i> Қазіргі таңдағы инновациялық қызметті талдау — технология трансферті арқылы жетілдіру жолдары.....	3	54

ҚАЗІРГІ ЗАМАНҒЫ МЕНЕДЖМЕНТ ЖӘНЕ МАРКЕТИНГТІҢ ӨЗЕКТІ МӘСЕЛЕЛЕРІ

<i>Абаев А.А.</i> Бенчмаркетинг маркетингтік зерттеулер қызметі ретінде.....	3	108
<i>Әбіл Е.Қ., Аспанбетов Д.А.</i> Қазақстанның автожол саласындағы мемлекеттік-жеке серіктестік: ағымдағы мәселелер.....	2	124
<i>Базарова С.Қ., Салауатова Д.М., Әбеуова А.Р.</i> Банк саласында маркетинг қызметін жетілдіру....	2	132
<i>Богларка Дора Ковач, Тибор Гонда.</i> Паннония аймағының шарап өндіру аудандарындағы этнологиялық туризм.....	3	80
<i>Джазықбаева Б.К.</i> Арнайы әлеуметтік қызметті жеке тұрғыдан қарау қызмет көрсету сапасын басқару әдісі ретінде.....	3	83
<i>Ермекбаева М.К.</i> Қазақстан жастарының көшбасшылық дағдысы дамуына ықпал етуші факторлар.....	1	102
<i>Жұмашева А.Б.</i> Лизинг машиналар мен құрал-жабдықтарға арналған инвестицияны қаржыландырудың қуатты құралы ретінде.....	4	79
<i>Каренов Р.С.</i> Бенчмаркинг — басқарудың озық тәжірибесін жөнелтуді және бейімдеуді формалауға мүмкіндік беретін басқару технологиясы.....	2	106
<i>Каренов Р.С.</i> Контроллинг — кәсіпорында қойылған мақсаттарға жету үшін оның қызмет бөлімдерінің күш-жігерін байланыстырушы басқару тұжырымдамасы.....	3	63
<i>Каренов Р.С.</i> Леонтьев үлгісі негізіндегі жоспарлау міндеттері және салааралық теңгерілімнің экономикалық-математикалық үлгісін құру.....	4	53
<i>Каренов Р.С.</i> Салыстырмалы менеджмент — әр түрлі елдердің менеджменттерін салғастыру әдісі.....	1	74
<i>Кочербаева А.А., Джолдыбаева А.Б., Әбілдина М.К.</i> Қазіргі жағдайдағы экономикалық өсудің гуманизациялық факторларының өзара байланысы.....	2	117
<i>Қазбеков Т.Б.</i> Басқарудағы ресми және ресми емес байланыс жүйелері.....	1	89
<i>Қазбеков Т.Б.</i> Басшы қызметіндегі психологиялық-басқарушылық мәселе.....	3	75
<i>Құнанбаева Д.А.</i> Білім беру қызмет нарығының конъюнктурасына қоршаған маркетингтік ортадағы компоненттердің ықпалы.....	4	85
<i>Құнанбаева Д.А.</i> Жоғары оқу орындарында маркетинг қызметін ұйымдастыру және басқару... <i>Мәмбетова С.Ш.</i> Шығындарды бақылау және реттеу максатында оларды талдаудың әдістемелік негіздері.....	3	100
<i>Нұрымжанов А.М.</i> Инвестициялық және жобалық қызметті басқару (Ақмола ОТД мысалында).....	1	86
<i>Нұрымжанов А.М.</i> Инвестициялық және жобалық қызметті басқару (Ақмола ОТД мысалында).....	3	85
<i>Романько Е.Б., Мұсабекова А.О.</i> Қазақстан Республикасында көліктік логистиканың дамуы....	2	142
<i>Фредерик Херцберг.</i> Еңбекке құлшынысты қалай ояту керек?.....	4	65
<i>Эргенели А., Темірбекова Ж.А.</i> Халықаралық менеджментте жаһандық көшбасшылық концепциясы: мәдени құндылықтар арқылы көзқарас.....	4	73

**ӨНДІРІСТІК ЖҮЙЕЛЕРДІ ЭКОНОМИКАЛЫҚ-МАТЕМАТИКАЛЫҚ
МОДЕЛЬДЕУ ЖӘНЕ БОЛЖАУ**

<i>Әзімбекова А.К.</i> Өндіріс көрсеткіштеріне байланысты бизнес-модельдерді бағалау және талдау әдістері.....	1	114
<i>Қойтанова А.Ж., Аяганова М.П.</i> Қазақстан Республикасының туристік әлеуетінің қазіргі жағдайын талдау.....	2	156
<i>Майдырова А.Б., Бердібекова А.Ш.</i> Ұлттың адами қаржысындағы гендер тендігінің сұрақтары.....	2	149
<i>Савина С.Е., Мырзатаева Г.Қ., Нұрымова И.Т.</i> Еңбек нарығының аймақтық даму аспектілері ..	3	114
<i>Сағынов Н.Ә., Гарцуева Е.В.</i> Аудиторлық тәуекелдің қолайлы шамасын анықтауда активтердің құнсыздану тәуекелінің мүмкіндігін сипаттайтын факторларды бағалау.....	3	120
<i>Торосян А.</i> Армениядағы нарықтық реформалар және халықтың кедейшілік деңгейі.....	1	110

ҚАРЖЫ-НЕСИЕ ЖҮЙЕСІ

<i>Ақанаева Т.А.</i> Кәсіпорын қаржылық жағдайының аналитикалық моделін әзірлеудің әдістемелік негіздері.....	3	155
<i>Ақбаев Е.Т., Абаев А.А., Тагаева В.З.</i> Қазақстан Республикасында жанама салықтар жүйесінің қалыптасуы және дамуы.....	4	125
<i>Ақбаев Е.Т., Исаинова М.Б.</i> Заманауи қаржылық менеджменттің және кәсіпорынның қаржылық қызметін басқару ерекшеліктері.....	3	135
<i>Ақбаев Е.Т., Исаинова М.Б.</i> Кәсіпорынның өмірлік циклінің әр түрлі кезеңдерін ескеріп оның қаржылық жағдайын талдау әдістемесі.....	2	173
<i>Аманжолова Б.Ә., Үмбетова М.С.</i> Қазақстан Республикасының коммерциялық банктерінің өз капиталдарының жеткіліктілігін бағалаудағы жүйелік талдау әдістері.....	3	128
<i>Артақшынова В.С.</i> Кәсіпорындағы қаржылық ресурстарды басқару жүйесінің құрылымы және қызмет атқару үрдісі.....	4	132
<i>Есенгелдина А.С.</i> Мемлекеттік қызмет жүйесіндегі адами капиталдың дамуы.....	3	148
<i>Искендірова С.К., Рахимова Г.А.</i> Қазақстан Республикасындағы коммерциялық банктердің дамуы.....	4	108
<i>Кәрібаев Е.С.</i> Коммерциялық банк қызметін стратегиялық жоспарлау және басқару.....	3	142
<i>Көмекбаева Л.С., Ярдыкова И.В., Ақбаев Е.Т.</i> Ауылшаруашылық мақсатындағы жерлерге салық салу ерекшеліктері.....	1	120
<i>Көмекбаева Л.С., Ярдыкова И.В., Ақбаев Е.Т.</i> Қазақстан Республикасында ауылшаруашылық мақсатындағы жерлерге салық салуды ынталандыру.....	2	166
<i>Мусина Ә.Ә., Сейітқасымов Ғ.С.</i> Сақтандыру ұйымдарының банктермен қарым-қатынасы: Қазақстандағы даму үрдісі.....	4	118

ЖАС ҒАЛЫМ МІНБЕСІ

<i>Асылбаева А.С.</i> Халықаралық тәжірибе тұрғысынан мемлекеттік органдардың функцияларын құрастыру және қолдану мәселелері.....	2	182
<i>Байбосынов С.Б.</i> Ғылым мен инновациялық белсенділік өңірлік инновация жүйені дамытушы факторлар ретінде.....	1	127
<i>Жұмағалиева Л.Т.</i> Қазақстан Республикасы зейнетақы жүйесінің өлшемдері.....	3	183
<i>Жұматаева Б.А.</i> Қазақстан тауар өткізу желісіндегі логистикалық инфрақұрылымды дамытудың негізгі бағыттары.....	3	169
<i>Қондыбаева С.Қ., Дәрібаева М.Ж.</i> Тұрғын үй құрылыс секторы — Қазақстан Республикасының әлеуметтік-экономикалық дамуын қамтамасыз ететін маңызды басымдылық.....	1	134
<i>Құттыбаева Н.Б.</i> Бәсеке тұрмыс салты және қоғам дамуының күші ретінде.....	3	162
<i>Құттыбаева Н.Б.</i> Ұлғаймалы жаһандану заманауи қоғамның сипатты белгісі ретінде.....	2	188
<i>Омарова А.Т.</i> Қазақстан Республикасында адами ресурстарын басқарудың қазіргі заманға сай даму заңдылықтары.....	1	143
<i>Рамашова А.Н.</i> Қазақстан аймақтарының жанартпашылық технологияларға көшуі үшін кадрлық әлеуетті қалыптастыру: жүзеге асырудың мүмкіндіктері мен бағыттары.....	3	176
<i>Рамашова А.Н.</i> Қазақстан Республикасы кәсіпорындарында инновациялық кадрлық әлеуеттің қалыптасуы.....	2	194
<i>Рахимова С.А.</i> Қазақстанның өңдеуші өнеркәсібі кәсіпорындарындағы инновациялық үдерістерді басқару жолдары.....	4	139
<i>Садықова П.Т.</i> Инновацияның теориялық және әдіснамалық негіздері.....	2	201

**ЭКОНОМИКАЛЫҚ КӨРСЕТКІШТЕРДІ ЭКОНОМИКАЛЫҚ-МАТЕМАТИКАЛЫҚ
МОДЕЛЬДЕУ ЖӘНЕ БОЛЖАМДАУ**

<i>Кәрібаев Е.С.</i> Коммерциялық банктің пайдасын және рентабельділігін арттыруды басқару.....	4	95
<i>Құнанбаева Д.А.</i> Білім беру қызметінің принциптері мен әдістері.....	4	100

СЫН ЖӘНЕ БИБЛИОГРАФИЯ

<i>Аңдарова Р.Қ., Тлеубердинова А.Т., Қазбеков Т.Б.</i> Қазіргі заманғы менеджментті іргелі меңгеру	1	150
---	---	-----

МЕРЕЙТОЙ ИЕСІ

<i>Аңдарова Р.Қ., Ахметжанов Б.А.</i> Қазақ халқының біртуар азаматы (экономика ғылымдарының докторы, профессор Р.С.Кареновтың 70 жылдығына орай).....	3	195
<i>Бексейіт С.</i> Атына ісі сай һарон ар-Рашит	4	144
<i>Сабден О., Егоров О.И.</i> Үлкен жолдың елеулі кезеңдері.....	3	192
<i>Ыдырыс С.С.</i> Ғалым өткен белестер (профессор Р.С.Каренов — 70 жаста).....	4	150

**Указатель статей, опубликованных
в «Вестнике Карагандинского университета» в 2014 году.
Серия «Экономика»**

№ с.

**ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ И ОТРАСЛЕЙ
В СВЕТЕ ВХОЖДЕНИЯ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН В ЧИСЛО 30-ТИ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНЫХ СТРАН МИРА**

<i>Aimagambetov Ye.B., Assanova M.A.</i> Sustainable development: myth or reality?	1	42
<i>Fresli Mihaly, Huszti Zsolt, Raffay Zolta.</i> Development of rural tourism as a tool for the preservation of culture	3	18
<i>Hanon Barabaner.</i> Eurasian Economic Club as a prestigious community of world-renowned scientists	2	17
<i>Rahimbekova A.E.</i> Healthcare economics — the most important tool to influence the quality of life in the Republic of Kazakhstan	1	49
<i>Shayekina Zh.M., Vaslyayeva E.Yu.</i> Tendencies of Travel Industry development in Kazakhstan	2	68
<i>Syzdykova E.Zh., Abilov D.K.</i> Preparations for the International specialized exhibition EXPO-2017: first results of the active participation of the regions of Kazakhstan	4	32
<i>Tleuberdinova A.T., Askeyev A.G.</i> Analysis of advantages and disadvantages of the Eurasian economic union for the development of the tourism economy of the Republic of Kazakhstan	3	28
<i>Tleuberdinova A.T., Britskaya Ye.B.</i> «E-government» system as a tool for improving the competitiveness of the State	2	39
<i>Tleuberdinova A.T., Ryspayev A.B.</i> Common economic space as a perspective form of interaction in ensuring food security	4	26
<i>Есенгельдин Б.С., Мурзатаева Г.К., Нурумова И.Т.</i> Социальные основы развития регионального рынка труда	3	22
<i>Иманбекова А.М.</i> Приоритеты на ближайшую перспективу в области охраны труда и промышленной безопасности в угольной промышленности Казахстана	2	60
<i>Каренов Р.С.</i> Метод ФСА как инструмент решения организационно- производственных задач и совершенствования системы управления предприятием	3	5
<i>Каренов Р.С.</i> Проблемы управления запасами в отечественных и зарубежных компаниях и предприятиях	4	4
<i>Каренов Р.С.</i> Психология менеджмента — направление науки по изучению психологических особенностей управленческой деятельности и закономерностей работы менеджера	1	4
<i>Каренов Р.С.</i> Система сбалансированных показателей — известная концепция управления по ключевым показателям эффективности в мире	2	5
<i>Кофтанюк Н.В.</i> Разработка организационно-экономического механизма устойчивого развития высших учебных заведений	2	31
<i>Мамраева Г.Б., Рахимжанова К.К., Мухтарова Т.М.</i> К вопросу о вхождении Казахстана во Всемирную торговую организацию	1	35
<i>Нурпеисов Б.Г.</i> Актуальность изучения конкуренции и определяющих ее факторов в мире и в Казахстане	1	29
<i>Притворова Т.П., Косдаулетова Р.Е.</i> Развитие агломерации в Восточном Казахстане: предпосылки и условия для роста	1	20
<i>Ранета Л.Ф., Кожобаева А.Р.</i> Сопоставительный анализ экономического развития Казахстана и Украины как двух ключевых стран СНГ	2	19
<i>Садуов А.Ж.</i> Анализ современного состояния туризма в Казахстане	2	46
<i>Шаекина Ж.М., Оспанов Г.М.</i> Анализ развития международного туризма в Казахстане	2	23
<i>Шаекина Ж.М., Мамраева Д.Г., Ташенова Л.В.</i> Развитие событийного туризма в Казахстане сквозь призму ЭКСПО-2017	4	18
<i>Яушев Р.А., Микляева Т.В.</i> Тенденции развития туризма по целям посещения Республики Казахстан	2	54

ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЕАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННОЙ И ИНДУСТРИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ В КАЗАХСТАНЕ

<i>Tatarkin A.</i> Astana economic forum as a special economic phenomenon.....	1	55
<i>Есенгельдин Б.С., Мурзатаева Г.К., Нурумова И.Т.</i> Социальные основы развития региональ- ного рынка труда	2	78
<i>Ескендир Н.Н.</i> Приоритеты создания инновационной стратегии для достижения стратеги- ческих целей предприятий металлургической промышленности.....	2	98
<i>Казбеков Т.Б., Ахметова А.С.</i> Индустриально-инновационный вектор как главный ориентир развития экономики Казахстана.....	2	84
<i>Казбеков Т.Б., Мусина А.Г.</i> Основные направления развития предпринимательства на инно- вационной основе	4	39
<i>Калыков А.К.</i> Анализ круга факторов, сдерживающих инновационную деятельность в эконо- мике Казахстана	3	36
<i>Кенжебаева А.А.</i> Инновации как фактор повышения конкурентоспособности.....	3	48
<i>Кочербаева А.А., Джолдыбаева А.Б., Абильдина М.К.</i> Производственные факторы гума- низации экономического роста в условиях рынка.....	3	41
<i>Мамраева Г.Б., Нурғалиева А.А., Мухтарова Т.М.</i> К вопросам решения проблем безработицы в стране	2	90
<i>Мишулина О.В., Горелова Н.С.</i> Основные направления повышения эффективности производ- ства продукции на предприятии.....	1	59
<i>Омарова А.Т., Грело М.Ф.</i> Управление персоналом в условиях инновационного развития в Казахстане	1	68
<i>Романько Е.Б., Мамбетова С.Ш.</i> Теория «длинных волн» и научно-технический прогресс.....	4	46
<i>Тё А.Л.</i> Анализ инновационной деятельности на современном этапе — пути совер- шенствования через трансферт технологий	3	54

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

<i>Boglarka Dora Kovacs, Tibor Gonda.</i> Wine producing areas and enological tourism in the Panno- nian Wine Region	3	80
<i>Yermekbayeva M.K.</i> Factors influencing the development of leadership skills of Kazakhstani youth.....	1	102
<i>Абаев А.А.</i> Бенчмаркинг как функция маркетинговых исследований	3	108
<i>Абил Е.К., Аспанбетов Д.А.</i> Государственно-частное партнерство в автодорожной отрасли Казахстана: текущие вопросы	2	124
<i>Базарова С.К., Салауатова Д.М., Абеуова А.Р.</i> Совершенствование маркетинговой деятель- ности в банковской сфере	2	132
<i>Джазыкбаева Б.К.</i> Индивидуальный подход в специальном социальном обслуживании как метод управления качеством услуги.....	3	93
<i>Жумашиева А.Б.</i> Лизинг как мощный инструмент финансирования инвестиций в машины и оборудование	4	79
<i>Казбеков Т.Б.</i> Формальные и неформальные системы коммуникаций в управлении	1	89
<i>Казбеков Т.Б.</i> Психолого-управленческая проблематика в деятельности руководителя	3	75
<i>Каренов Р.С.</i> Бенчмаркинг — управленческая технология, позволяющая формализовать пе- редачу и адаптацию передового управленческого опыта	2	106
<i>Каренов Р.С.</i> Сравнительный менеджмент — метод сопоставления менеджментов разных стран.....	1	74
<i>Каренов Р.С.</i> Задачи планирования на основе модели Леонтьева и построение экономико- математической модели МОБ.....	4	53
<i>Каренов Р.С.</i> Контроллинг — концепция управления деятельностью предприятия, интегри- рующая усилия его служб по достижению поставленных целей.....	3	63
<i>Кочербаева А.А., Джолдыбаева А.Б., Абильдина М.К.</i> Взаимодействие факторов гуманизации экономического роста в современных условиях.....	2	117
<i>Кунанбаева Д.А.</i> Организация и управление маркетингом в высших учебных заведениях	3	100
<i>Кунанбаева Д.А.</i> Влияние компонентов маркетинговой среды на конъюнктуру рынка образо- вательных услуг	4	85
<i>Мамбетова С.Ш.</i> Методические основы анализа затрат с целью их контроля и регулирования	1	96
<i>Нурумжанов А.М.</i> Управление инвестиционной и проектной деятельностью (на примере Ак- молинской ОДТ).....	3	85
<i>Романько Е.Б., Мусабекова А.О.</i> Развитие транспортной логистики в Республике Казахстан....	2	142

<i>Фредерик Херцберг.</i> Как пробудить рвение к работе?	4	65
<i>Эргенели А., Темирбекова Ж.А.</i> Концепция глобального лидерства в международном менеджменте: взгляд через призму культурных ценностей	4	73

ЭКОНОМИКО-МАТЕМАТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ СИСТЕМ

<i>Torosyan A.</i> Market reforms and the poverty level of the population in Armenia	1	110
<i>Азимбекова А.К.</i> Методы анализа и оценки бизнес-моделей с учетом показателей производительности	1	114
<i>Карибаев Е.С.</i> Управление прибылью и повышением рентабельности коммерческого банка....	4	95
<i>Койтанова А.Ж., Аяганова М.П.</i> Анализ современного состояния туристского потенциала Республики Казахстан	2	156
<i>Кунанбаева Д.А.</i> Принципы и методы маркетинга образовательных услуг	4	100
<i>Майдырова А.Б., Бердибекова А.Ш.</i> Вопросы гендерного равенства в человеческом капитале нации	2	149
<i>Савина С.Е., Мурзатаева Г.К., Нурумова И.Т.</i> Региональные аспекты развития рынка труда....	3	114
<i>Сагинов Н.А., Гарицьева Е.В.</i> Оценка факторов, характеризующих возможность риска обесценения активов, при определении приемлемой величины аудиторского риска	3	120

ФИНАНСОВО-КРЕДИТНАЯ СИСТЕМА

<i>Akanayeva T.A.</i> Methodical bases of working out of analytical model of enterprise financial condition	3	155
<i>Акбаев Е.Т., Исаинова М.Б.</i> Методика анализа финансового состояния предприятия с учетом различных этапов его жизненного цикла	2	173
<i>Акбаев Е.Т., Абаев А.А., Тагаева В.З.</i> Формирование и развитие системы косвенных налогов в Республике Казахстан	4	125
<i>Акбаев Е.Т., Исаинова М.Б.</i> Особенности современного финансового менеджмента и управления финансовой деятельностью предприятия	3	135
<i>Аманжолова Б.А., Умбетова М.С.</i> Методы системного анализа в оценке достаточности собственного капитала коммерческих банков Республики Казахстан	3	128
<i>Артакишинова В.С.</i> Структура и процесс функционирования системы управления финансовыми ресурсами на предприятии	4	132
<i>Есенгельдина А.С.</i> Развитие человеческого капитала в системе государственной службы.....	3	148
<i>Искендинова С.К., Рахимова Г.А.</i> Развитие коммерческих банков Республики Казахстан.....	4	108
<i>Карибаев Е.С.</i> Стратегическое планирование и управление деятельностью коммерческого банка	3	142
<i>Комекбаева Л.С., Ярдякова И.В., Акбаев Е.Т.</i> Налоговое стимулирование земельных отношений в Республике Казахстан	2	166
<i>Комекбаева Л.С., Ярдякова И.В., Акбаев Е.Т.</i> Особенности налогообложения земель сельскохозяйственного назначения	1	120
<i>Мусина А.А., Сейткасимов Г.С.</i> Взаимодействие страховых организаций с банками: тенденции развития в Казахстане	4	118

ТРИБУНА МОЛОДОГО УЧЕНОГО

<i>Ramashova A.N.</i> Formation of innovation human capacity at the enterprises of Kazakhstan Republic ...	2	194
<i>Асылбаева А.С.</i> Проблемы формирования и применения функций государственных органов с точки зрения международного опыта	2	182
<i>Байбосынов С.Б.</i> Наука и инновационная активность как факторы развития региональной инновационной системы	1	127
<i>Жумагалиева Л.Т.</i> Параметры пенсионной системы Республики Казахстан	3	183
<i>Жуматаева Б.А.</i> Основные направления развития логистической инфраструктуры товаропроводящей сети Казахстана	3	169
<i>Кондыбаева С.К., Дарибаева М.Ж.</i> Жилищно-строительный сектор — главный приоритет, обеспечивающий социально-экономическое развитие Республики Казахстан	1	134
<i>Куттыбаева Н.Б.</i> Конкуренция как образ жизни и движущая сила развития общества	3	162
<i>Куттыбаева Н.Б.</i> Нарастающая глобализация как характерная черта современного общества....	2	188

<i>Омарова А.Т.</i> Современные тенденции развития управления человеческими ресурсами в Республике Казахстан	1	143
<i>Рамашова А.Н.</i> Формирование кадрового потенциала для перехода регионов Казахстана к инновационной экономике: возможности и направления реализации	3	176
<i>Рахимова С.А.</i> Пути управления инновационными процессами на предприятиях обрабатывающей промышленности Казахстана	4	139
<i>Садыкова П.Т.</i> Теоретические и методологические основы инновации	2	201

КРИТИКА И БИБЛИОГРАФИЯ

<i>Андарова Р.К., Тлеубердинова А.Т., Казбеков Т.Б.</i> Фундаментальное исследование проблем современного менеджмента	1	150
---	---	-----

ЮБИЛЕЙНЫЕ ДАТЫ

<i>Андарова Р.К., Ахметжанов Б.А.</i> Достойный сын народа своего (к 70-летию со дня рождения доктора экономических наук, профессора Р.С.Каренова)	3	195
<i>Бексеит С.</i> Харон ар-Рашид — человек слова	4	144
<i>Сабден О., Егоров О.И.</i> Вехи большого пути	3	192
<i>Ыдырыс С.С.</i> Этапы, пройденные ученым (к 70-летию профессора Р.С.Каренова)	4	150