

ҚАРАҒАНДЫ
УНИВЕРСИТЕТІНІҢ
ХАБАРШЫСЫ
ВЕСТНИК
КАРАГАНДИНСКОГО
УНИВЕРСИТЕТА

ISSN 0142-0843

ЭКОНОМИКА сериясы
№ 1(77)/2015
Серия ЭКОНОМИКА

Қаңтар–ақпан–наурыз
30 наурыз 2015 ж.

1996 жылдан бастап шығады
Жылына 4 рет шығады

Январь–февраль–март
30 марта 2015 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 28.03.2015 ж. қол қойылды.
Пішімі 60×84 1/8.
Офсеттік қағазы.
Көлемі 23,5 б.т.
Таралымы 300 дана.
Бағасы келісім бойынша.
Тапсырыс № 207.

Подписано в печать 28.03.2015 г.
Формат 60×84 1/8.
Бумага офсетная.
Объем 23,5 п.л. Тираж 300 экз.
Цена договорная. Заказ № 207.

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: vestnik.ksu.kz

© Карагандинский государственный университет, 2015

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> Әлемдегі және Қазақстандағы гелиоэнергетиканың әлеуетін және даму болашағын бағалау.....	5
<i>Брэндан МакМэхон.</i> Қазақстандағы TOTAL: әріптестікке 20 жыл.....	16
<i>Гэри Стэнли Беккер.</i> Өмірге экономикалық көзқарас.....	18
<i>Мадиярова Д.М., Рахимбаева А.А.</i> Еуразиялық экономикалық одақ: Қазақстанның сыртқы саудасының жағдайы мен болашағы.....	30
<i>Нұрғалиева А.А., Нұрғалиев Е.А., Сартова Р.Б.</i> Ауылдық аймақтар экономикасының даму деңгейлері.....	37
<i>Қазбеков Т.Б., Стыбаева А.З.</i> Ұлттық экономиканың бәсекеқабілеттілігін еңбек өнімділігін арттыру есебінен жоғарылату.....	43
<i>Құттыбаева Н.Б.</i> Ілімдік және әдістемелік тұрғыдан бәсекелік талдауды жүргізу.....	49

ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ИННОВАЦИЯЛЫҚ ЖӘНЕ ИНДУСТРИАЛДЫҚ САЯСАТТЫ ЖҮЗЕГЕ АСЫРУ ТИІМДІЛІГІ

<i>Мишулина О.В., Горелова Н.С.</i> Шаруашылық (фермерлік) қожалықтардың пайдасын және тиімділігін басқару үдерісін жетілдіру.....	55
<i>Ержанов Т.Н.</i> Инновация, инновациялық қызмет және инновациялық үдеріс мәнін ғылыми-тиянақты түсіну.....	64
<i>Шаекина Ж.М., Мамраева Д.Г., Ташенова Л.В.</i> Қазақстан Республикасында өнертабыстарды коммерциаландырудың өзекті мәселелері.....	70

ҚАЗІРГІ ЗАМАНҒЫ МЕНЕДЖМЕНТ ЖӘНЕ МАРКЕТИНГТІҢ ӨЗЕКТІ МӘСЕЛЕЛЕРІ

<i>Каренов Р.С.</i> Бизнесітегі клиенттерге бағдарланған басқару жүйесінің (CRM-жүйенің) қалыптасуы және дамуы.....	76
<i>Жердев А.А.</i> Кәсіпорындағы контроллингтің ролі мен маңызының артуы.....	84

СОДЕРЖАНИЕ

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

<i>Каренов Р.С.</i> Оценка потенциала и перспектив развития гелиоэнергетики в мире и Казахстане.....	5
<i>Brendan McMahon.</i> TOTAL in Kazakhstan: 20 years of partnership.....	16
<i>Гэри Стэнли Беккер.</i> Экономический взгляд на жизнь.....	18
<i>Мадиярова Д.М., Рахимбаева А.А.</i> Евразийский экономический союз: состояние и перспективы внешней торговли Казахстана.....	30
<i>Нурғалиева А.А., Нурғалиев Е.А., Сартова Р.Б.</i> Уровень развития экономики сельских регионов.....	37
<i>Қазбеков Т.Б., Стыбаева А.З.</i> Повышение конкурентоспособности отраслей национальной экономики за счет увеличения производительности труда.....	43
<i>Құттыбаева Н.Б.</i> Теоретический и методический подход к проведению конкурентного анализа.....	49

ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЕАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННОЙ И ИНДУСТРИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ В КАЗАХСТАНЕ

<i>Мишулина О.В., Горелова Н.С.</i> Совершенствование процесса управления прибылью и рентабельностью крестьянского (фермерского) хозяйства.....	55
<i>Ержанов Т.Н.</i> Научно обоснованное понимание инновации, инновационной деятельности и инновационного процесса.....	64
<i>Шаекина Ж.М., Мамраева Д.Г., Ташенова Л.В.</i> Актуальные вопросы коммерциализации изобретений в Республике Казахстан.....	70

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

<i>Каренов Р.С.</i> Становление и развитие клиентоориентированных систем управления в бизнесе (CRM-системы).....	76
<i>Жердев А.А.</i> Повышение роли и значения контроллинга на предприятиях.....	84

<i>Притворова Т.П., Қосдаулетова Р.Е.</i> Қарағанды агломерациясында дамып келе жатқан кәсіпкерлік желілердің стратегиясын қалыптастыру	88	<i>Притворова Т.П., Косдаулетова Р.Е.</i> Формирование стратегии развивающейся предпринимательской сети в Карагандинской агломерации	88
<i>Баймұхамедова Г.С., Аймұрзинов М.С.</i> Менеджменттің жалпы іліміндегі логистика тұжырымдамасы	97	<i>Баймұхамедова Г.С., Аймурзинов М.С.</i> Концепция логистики в общей теории менеджмента	97
<i>Әбілшайықов Н.Б., Сартова Р.Б., Титков А.А.</i> Қызметкерлерді басқару парадигмасының өзгерісі және HR-менеджменттің ұйымдастырушылық құрылымын құрастырудың қазіргі заманға сай болуы	104	<i>Абильшаиков Н.Б., Сартова Р.Б., Титков А.А.</i> Трансформация парадигмы управления персоналом и современные подходы к формированию организационных структур HR-менеджмента	104
<i>Құнанбаева Д.А.</i> Білім беру нарығындағы жарнама	112	<i>Құнанбаева Д.А.</i> Реклама на образовательном рынке	112
<i>Шакина Ж.М., Мамраева Д.Ф., Ташенова Л.В.</i> Азия-Тынық мұхит аймағында туризм дамуының заңдылықтары мен ерекшеліктері ..	123	<i>Шакина Ж.М., Мамраева Д.Ф., Ташенова Л.В.</i> Особенности и тенденции развития туризма в Азиатско-Тихоокеанском регионе	123
ӨНДІРІСТІК ЖҮЙЕЛЕРДІ ЭКОНОМИКАЛЫҚ-МАТЕМАТИКАЛЫҚ МОДЕЛЬДЕУ ЖӘНЕ БОЛЖАУ		ЭКОНОМИКО-МАТЕМАТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ СИСТЕМ	
<i>Нұрпейісов Б.Ф., Жакина Г.Е.</i> Әр түрлі жағдайда бухгалтерлік және салықтық есеп жүргізу максаттары үшін амортизация төлемдерінің салыстырмалы сипаттамасы	130	<i>Нурпейсов Б.Г., Жакина Г.Е.</i> Сравнительная характеристика начисления амортизации для целей бухгалтерского и налогового учета применительно к различным ситуациям	130
<i>Ахметова Ә.С.</i> Отандық кәсіпорындардағы жоспарлау мен болжаудың ғылыми-әдістемелік негіздері	138	<i>Ахметова А.С.</i> Научно-методические основы планирования и прогнозирования на отечественных предприятиях	138
<i>Мұқанова А.С.</i> Табиғатты пайдалануды басқару бойынша шешім қабылдау үшін қажетті ақпаратпен қамтамасыз етуге ғылыми-әдістемелік тұрғыдан қарау	145	<i>Муканова А.С.</i> Научно-методический подход к обеспечению информацией, необходимой для принятия решения по управлению природопользованием	145
ҚАРЖЫ-НЕСИЕ ЖҮЙЕСІ		ФИНАНСОВО-КРЕДИТНАЯ СИСТЕМА	
<i>Ақбаев Е.Т.</i> Банктердің факторингтік қызмет көрсетуі және олардың форфейтингтік операциялары	152	<i>Ақбаев Е.Т.</i> Факторинговое обслуживание и форфейтинговые операции банков	152
<i>Қожабатчина Г.М.</i> Коммерциялық банктер қызметін басқарудағы қаржылық талдаудың мазмұны, орны және рөлі	158	<i>Қожабатчина Г.М.</i> Содержание, место и роль финансового анализа в управлении деятельностью коммерческих банков	158
<i>Абаев А.А., Тульева А.Б.</i> Пайда банк қызметі нәтижелігінің негізгі қаржылық көрсеткіші ретінде	164	<i>Абаев А.А., Тульева А.Б.</i> Прибыль как основной финансовый показатель результативности деятельности банка	164
<i>Қадырова М.Б., Жүнісбекова Г.Ә., Есенгелдина А.С.</i> Қазақстан Республикасында бюджеттік үдерістерді басқарудың заманауи әдістері	170	<i>Қадырова М.Б., Джунусбекова Г.А., Есенгелдина А.С.</i> Современные подходы к управлению бюджетными процессами в Республике Казахстан	170
<i>Айгужинова Д.З., Сартова Р.Б., Салихова А.Р.</i> Қазіргі жағдайдағы Қазақстан Республикасы банктік секторының тұрақтылығын арттыру мәселелері	176	<i>Айгужинова Д.З., Сартова Р.Б., Салихова А.Р.</i> Вопросы повышения стабильности банковского сектора Республики Казахстан в современных условиях	176

ЖАС ҒАЛЫМ МІНБЕСІ

Бнтымақова Ә.Т. Қазақстан Республикасының экологиялық тиімділік индексіндегі орны. Мәселелері және болашағы..... 182

АВТОРЛАР ТУРАЛЫ МӘЛІМЕТТЕР..... 187

Трибуна молодого ученого

Бнтымақова А.Т. Республика Казахстан в индексе экологической эффективности. Проблемы и перспективы..... 182

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ..... 187

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 620.9 (100)+(574)

Р.С.Каренов

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

Оценка потенциала и перспектив развития гелиоэнергетики в мире и Казахстане

Описываются роль и значение солнечной энергетики как приоритетного направления развития возобновляемых источников энергии. Уделяется внимание развитию основных сырьевых элементов технологического цикла гелиоэнергетики. Обобщается опыт реализации Программ развития солнечной энергетики в развитых странах ЕС и США. Отмечается, что признание процесса фотопреобразования солнечной энергии в качестве важного источника мировой энергии в ближайшем будущем является общепринятым в промышленно развитых государствах мира. Делается вывод о необходимости и актуальности развития гелиоэнергетики в Казахстане. Подчеркивается, что республика стала пятой страной в мире, где представлен полный цикл солнечной энергетики.

Ключевые слова: солнечная энергетика, потенциал, оценка, источники, технология, отопление, установки, реализация, перспективы, проект, кластер.

Солнечная энергетика как приоритетное направление развития возобновляемых источников энергии

Сегодня вряд ли стоит кого-то убеждать, что солнечная энергетика — одно из наиболее перспективных направлений развития возобновляемых источников энергии. Дело в том, что солнце — основной источник энергии, поступающей на землю. Оно ежегодно одаривает нас более готовой к сбору энергией, объем которой в 1600 раз больше энергетического потенциала ветровой энергии и в десятки тысяч раз превосходит потенциал энергии воды и биомассы. К слову, именно из энергии солнца, в конечном итоге, черпают свою энергию ветер, вода, растения и животные [1; 4].

По оценкам специалистов [2; 3], к 2100 г. солнце станет доминирующим источником энергии на планете. Предполагается, что более 50 % всей производимой на планете энергии будет получено из источников энергии, преобразующих солнечную энергию в электричество, так как эта отрасль в последнее время наиболее динамично развивается. Солнечная энергетика демонстрирует постоянный прирост мощности (до 30–40 % в год).

Аналитики Международного энергетического агентства (МЭА) прогнозируют, что уже к 2050 г. солнечная энергетика будет обеспечивать 20–25 % мировых потребностей в электроэнергии [3; 23].

Не зря в последние годы, несмотря на то, что в ночное время и при пасмурной погоде солнечные электростанции не работают, а утилизация от солнечных панелей, преобразующих солнечную энергию в электричество, еще нуждается в развитии и применении, география и масштабы использования

энергии солнца значительно расширились. Заметный прогресс наблюдается в производстве «солнечного» электричества в Японии, США, Германии и Китае, а также в ЮАР [4; 6].

Как показывает опыт этих стран, простые в изготовлении и эксплуатации солнечные нагреватели могут широко использоваться, к примеру, в сельском хозяйстве, где отмечается низкое энергопотребление в сравнении с промышленным комплексом, что связано, в первую очередь, с удалением объектов от электросетей. Солнечные нагреватели можно использовать для сушки сена, лесоматериалов и сельскохозяйственных продуктов, отопления животноводческих ферм, теплиц, птицефабрик; потенциальными их потребителями также являются спортивно-оздоровительные учреждения, открытые и закрытые плавательные бассейны баз отдыха, дачные поселки.

К тому же солнечная электростанция не выделяет в процессе работы вредных веществ, не загрязняет окружающую среду, эксплуатационные расходы сводятся к периодической очистке зеркал концентраторов и фотомодулей и замене раз в 10 лет инверторов и аккумуляторов.

Вместе с тем нужно иметь в виду, что существенным недостатком солнечной энергетики является зависимость от светового потока и отсутствие генерации в ночное время. Поэтому в солнечные часы должны производиться излишки энергии, которые могут аккумулироваться для использования в темное время суток. Большинство систем хранения энергии, таких, например, как аккумуляторы, дорогостоящие или неэффективные.

Альтернативное решение — хранение в виде энергии сжатого воздуха. С помощью электроэнергии, полученной на солнечных электростанциях, воздух сжимается и закачивается в пустые карстовые полости, заброшенные шахты, водоносные горизонты или истощившиеся газовые пласты. Сжатый воздух по мере необходимости используется на тепловых электростанциях, что позволяет существенно сократить расход топлива на турбине. Установки аккумулирования энергии сжатого воздуха надежно функционируют с 1978 г. в Ханторфе, Германия, и с 1991 г. в Мак-Интоше, штат Алабама (США). В таком цикле сгорания топлива турбина потребляет природного газа на 40 % меньше, а за счет использования более совершенной технологии регенерации тепла его расход можно уменьшить еще на 10 % [5; 32].

Исследования, проведенные Институтом изучения электроэнергии в Пало-Алто, штат Калифорния (США), показали, что затраты на хранение энергии в виде энергии сжатого воздуха сегодня в два раза меньше, чем при использовании аккумуляторных свинцовых батарей. Ученые доказали, что такие системы хранения могут добавить 3–4 цента за кВт/ч к затратам на производство солнечной энергии, в результате чего ее общая стоимость в 2020 г. составит 8–9 центов за кВт/ч.

Различные способы использования солнечной энергии

Человек очень давно использует солнце как естественный источник теплоты. Так, может представлять интерес указание на то, что еще 2,5 тысячи лет назад Сократ предложил первый «солнечный дом». Учитывая различные положения солнца летом и зимой, он рассчитал соответствующий наклон крыши с выступом. Это позволило максимально использовать энергию солнца зимой, а летом полностью исключить нагрев дома солнцем. Черный пол и окрашенные в темный цвет стены адсорбировали солнечную энергию и аккумулировали теплоту для холодной ночи.

В наше время известно много различных способов использования солнечной энергии, разработанных с учетом разнообразных потребностей (получение низкотемпературной теплоты для отопления жилых домов, высокотемпературной теплоты для производства пара и электрического тока или процессов плавки).

На сегодняшний день поток солнечной энергии используется в основном в трех направлениях: для горячего водоснабжения, отопления, получения электроэнергии [6; 69–77].

1. Горячее водоснабжение. В системах горячего водоснабжения и отопления используются плоские солнечные коллекторы. Солнечный коллектор представляет собой теплообменный аппарат с каналами, через которые проходит теплоноситель. Часть солнечной радиации поглощается поверхностью теплообмена и передается теплоносителю.

Технология использования солнечной энергии для подогрева воды в солнечных коллекторах известна давно. Во многих странах, имеющих для этого условия, применение солнечных панелей для нужд теплоснабжения и получения горячей воды весьма распространено. В этом плане показателен пример Дании. Солнечные коллекторы находят здесь применение на котельных в системах централизованного теплоснабжения. Это позволяет энергокомпаниям экономить топливо, снижать стоимость тепла и уменьшать загрязнение окружающей среды.

2. Солнечное отопление. Оно делится на активное и пассивное.

Активное солнечное отопление основано на применении инженерных систем, которые, как и системы горячего водоснабжения, включают контур циркуляции жидкого теплоносителя или воздуха. На практике жидкостные системы солнечного отопления встречаются чаще, чем воздушные, однако они требуют наличия отопительных приборов и дополнительных мер для защиты от замерзания и коррозии.

Согласно схеме воздушного отопления в солнечный день с помощью вентилятора организуется циркуляция воздуха по замкнутому контуру через коллектор и галечный аккумулятор. Вечером или в прохладный день реализуется режим, при котором поток холодного воздуха проходит через аккумулятор, воспринимает накопленную теплоту и поступает в отапливаемое помещение. При необходимости воздух дополнительно нагревается с помощью резервного нагревателя.

Пассивные системы солнечного отопления используют ориентированные в южном направлении остекленные элементы строительных конструкций больших площадей для накопления и переноса теплоты потребителю.

Другой подход включает строительство зданий с теплоаккумулирующей стеной, расположенной за остеклением. Большая тепловая инерционность строительных стеновых материалов позволяет использовать накопленную теплоту в пасмурные дни и ночное время. Стены также могут являться пассивными солнечными коллекторами, если они будут включать конвективные каналы.

Пассивные солнечные теплоиспользующие системы имеют наименьшую стоимость для вновь строящихся зданий и такой же срок службы, как и само здание, при низких эксплуатационных расходах. Использование данных систем в существующих зданиях связано со значительными трудностями и затратами.

3. Получение электроэнергии. Преобразование потока солнечной энергии в электричество осуществляется двумя способами: термомеханическим и фотоэлектрическим.

Термомеханический способ основан на передаче теплоты теплоносителю с генерацией пара и дальнейшим ее преобразованием по традиционной схеме в механическую и электрическую энергию.

Для создания больших плотностей потоков солнечной радиации и соответственно тепловой энергии используются солнечные концентраторы параболического или сферического типа, которые сфокусированы на поверхность теплоприемника. В подобных конструкциях солнечных коллекторов теплоприемником является канал, по которому течет теплоноситель. В отличие от плоских коллекторов данные конструкции поглощают только прямое солнечное излучение и снабжаются системами, следящими за Солнцем.

В основе фотоэлектрического способа прямого преобразования солнечного излучения в электроэнергию лежит явление фотоэффекта. Базовыми элементами данной технологии являются устройства, называемые соответственно фотоэлементами или солнечными элементами. Некоторые из фотоэлементов представляют собой кремниевые полупроводниковые фотодиоды, где происходит разделение положительных и отрицательных носителей заряда при поглощении электромагнитного излучения.

В настоящее время стоимость электроэнергии, получаемой с помощью фотоэлектрических установок, превышает стоимость энергии, получаемой на традиционных энергоустановках. Однако она постепенно снижается.

Перспективными могут быть следующие фотоэлектрические установки:

- солнечные батареи с пиковой мощностью 3 кВт, сооружаемые на крышах зданий для энергообеспечения автономных объектов;
- установки мощностью 100 — 500 кВт, устанавливаемые на открытых пространствах;
- комбинированные установки мощностью 4–40 кВт с аккумулятором, работающие параллельно с дизельным или газовым генератором.

Между прочим, ученые Казахстанско-Британского технического университета и Института органического катализа и электрохимии им. Д.В.Сокольского [7; 10] считают, что в ближайшем будущем главным источником мировой энергии может стать именно фотопреобразование солнечной энергии. Как известно, тонкопленочные поликристаллические фотопреобразователи солнечного излучения и тонкопленочные гетероструктуры относятся к новейшим полупроводниковым материалам. Разработка надежных и дешевых методов изготовления таких структур позволит широко применять их наряду с традиционными фотоэлементами на основе кремния. По информации указанных выше научных и учебных организаций, на сегодняшний день стоимость киловатт-часа электроэнергии, по-

лученной с помощью фотоэлектрических преобразователей, остается довольно высокой. Поэтому бурно растущий рынок солнечной энергетики по стоимости электроэнергии пока не достигает показателей стоимости, которую обеспечивают традиционные источники электроэнергии. Однако по мере эксплуатации фотоэлектрических преобразователей стоимость получаемой с их помощью электроэнергии непрерывно падает. Срок службы современных кремниевых фотопреобразователей оценивается примерно в 30 лет, а за этот срок стоимость производимой ими электроэнергии упадет примерно в 8–10 раз.

*Развитие основных сырьевых элементов
технологического цикла солнечной энергетики*

Исследованием [8; 6] выявлено, что срок службы солнечных электростанций по основному компоненту — кремнию и солнечным элементам может быть увеличен до 50–100 лет. Солнечный кремний с чистотой 99,99 % стоит столько же, сколько уран для АЭС, хотя содержание кремния в земной коре превышает содержание урана в 100 тысяч раз.

По мнению специалистов, отставание кремниевого производства от уранового связано с многомиллиардными вложениями в долларовом исчислении в развитие атомной энергетики по военным программам, в то время как из-за недостаточности средств кремниевая технология, оставаясь на первоначально низком уровне, сохраняет свои отрицательные черты — высокую энергоемкость, низкую рентабельность, растущие экологические риски.

Высокая стоимость кремния солнечного качества и кремниевых пластин является основным ограничением для развития солнечной энергетики. Многие развитые страны, исходя из ее перспективности, дотируют ее из бюджета.

О важности кремния свидетельствует то, что на его долю в производстве солнечной энергии приходится более 75 %, поэтому технологии его переработки особенно значимы. Металлический, поликристаллический, монокристаллический кремний, кремниевые пластины — основные сырьевые элементы технологического цикла солнечной энергетики.

В этой связи мировое производство металлического кремния, достигнув 1 млн т, продолжает расти. Основные производители — Китай, Норвегия, Бразилия, Франция, США, Россия.

Казахстан, обладая достаточным сырьевым, производственным, научно-техническим потенциалом, имеет хорошие перспективы для создания собственной кремниевой программы и организации полноценной гелиоэнергетической отрасли. В республике имеются практически все геолого-технологические типы кварца — основного сырья для производства кремния. Запасы кварца составляют 65 млн т, а кварцитов — 267 млн т. На долю нашей страны приходится 24,5 % от всех запасов кварцитов в странах СНГ (табл.1).

Т а б л и ц а 1

Запасы кварцитов в странах СНГ

Занимаемое место по запасам	Страна	Удельный вес в общих запасах, %
Первое	Российская Федерация	59,5
Второе	Республика Казахстан	24,5
Третье	Украина	14,4
Четвертое	Армения	0,9
Пятое	Азербайджан	0,7
Итого		100

Примечание. Использованы данные Института мировой экономики.

В октябре 2014 г. Национальный управляющий холдинг «Байтерек» и Фонд национального благосостояния «Самрук–Казына» совместно запустили в эксплуатацию завод по производству металлургического кремния в Караганде. При выходе на полную мощность предприятие будет выдавать 25 тыс. т готовой продукции в год.

Национальный управляющий холдинг «Байтерек» привлек нового стратегического инвестора в лице АО «НГК «Тау-Кен Самрук» (дочерняя структура АО «ФНБ «Самрук-Казына»), которое, в свою очередь, подписало соглашение с АО «Инвестиционный фонд Казахстана» (дочерняя организация

АО «Национальный управляющий холдинг «Байтерек»). Согласно документу новый стратегический партнер инвестирует в первоначальные процедуры оздоровления предприятия более 1,4 млрд тенге.

Завод по производству металлургического кремния в Караганде не имеет аналогов на территории СНГ. Кремний чистотой не менее 98,5 % производится по технологии немецкой компании, которая выступает и основным гарантом сбыта казахстанского кремния. По словам представителей холдинга «Байтерек», договор с немецкой компанией заключен на 10 лет. Готовятся также контракты с потребителями США, Японии и стран ЕС. Кремний используют в производстве алюминия и химической промышленности при изготовлении алюминиево-силиконовых сплавов, высокочистых полупроводников и органического кремния [9; 2].

Запуск предприятия имеет еще и мультипликативный эффект за счет развития смежных отраслей в регионе. В частности, возобновится горнорудное производство на месторождении «Актас», где добывается кварц — основное сырье для получения кремния. АО «Қазақстан инвест көмір» сможет добывать в Караганде и другой компонент сырья — так называемый спецкокс. Таким образом, будет развита логистика и улучшится промышленная инфраструктура в регионе, а сотни людей области получат постоянную работу.

Как известно, в свое время создание фотоэлементов на основе кремния и арсенида галлия явилось блестящим началом решения проблем преобразования солнечной энергии [10; 43–47]. Однако в текущем десятилетии наряду с широким использованием в процессах преобразования солнечной энергии кристаллического кремния пристальное внимание исследователей было уделено созданию тонкопленочных солнечных элементов и существенному увеличению их производства. Это было обусловлено как процессами деградации кремниевых модулей под действием жесткой солнечной радиации, так и сохраняющейся в течение длительного времени нехватки поликристаллического кремния, являющегося исходным сырьем для получения кремния «солнечного» качества. Поэтому к настоящему времени на смену фотоэлементам из кремния и арсенида галлия пришло новое поколение фотопреобразователей, изготовленных с использованием тонкопленочных халькогенидов. Эксперты прогнозируют насыщение производства кристаллических кремниевых модулей в объеме 3–4 ГВт/год и существенное увеличение производства тонкопленочных солнечных элементов в следующем десятилетии [11, 12].

Тонкопленочные фотоэлементы используют полупроводниковые материалы толщиной в несколько микрон, которой достаточно для полного преобразования падающего солнечного света. Технологии производства таких элементов непрерывно совершенствуются для роста эффективности преобразования, надежности и срока службы, а также уменьшения стоимости производства. Это увеличивает возможности конкуренции с преобладающим сбытом фотоэлементов на основе кристаллического кремния. Одним из главных преимуществ тонкопленочных модулей является низкая материалоемкость, которая особенно выигрышна по стоимости в поточном процессе производства. При этом потребляется меньше материалов по сравнению с производством солнечных элементов, основанных на массивных объемных материалах [13; 23].

Наибольшее развитие разработка и производство тонкопленочных фотомодулей получили при использовании таких технически прогрессивных материалов, как CdTe и $\text{CuIn}_{1-x}\text{Ga}_x\text{Se}_2$ (CIGS), с которыми может быть получена наивысшая эффективность преобразования — 18,7 и 20,4 % соответственно. Эти величины сопоставимы с наивысшей эффективностью (25 %), полученной с кремниевыми солнечными элементами [14].

Применение многослойных тонкопленочных структур позволяет существенно повысить эффективность преобразования солнечной энергии. Появление нового класса фотоматериалов на базе тонких пленок полупроводников, имеющих очень низкую стоимость, позволит снизить себестоимость солнечных элементов в 10 раз по сравнению со стоимостью существующих фотоэлектрических модулей в массовом производстве.

*Опыт реализации Программы развития солнечной
энергетики в США до 2050 г.*

Энергия солнечного света, поступающего на Землю в течение 40 минут, эквивалентна глобальному потреблению энергии в течение года. США в этом отношении повезло — страна обладает колоссальными ресурсами солнечной энергии. По меньшей мере 625 тыс. км² территории на Юго-Западе страны пригодны для строительства солнечных электростанций, и эти земли получают более 4,748 млн тераджоулей (ТДж) солнечной радиации в год.

Для реализации проектов развития солнечной энергетики надо освоить огромные участки земли и построить там фотоэлектрические и термоэлектрические станции. Необходимо также возвести магистральную линию передачи постоянного тока, чтобы передавать электроэнергию по всей стране.

С учетом этого в США разработана Программа развития солнечной энергетики до 2050 г. [5; 28–33]. Ее реализация позволит значительно сократить потребление ископаемого топлива и выбросы парниковых газов (табл. 2).

Ожидается, что к 2050 г. в США не электростанции, работающие на ископаемом топливе, а геостанции будут снабжать в основном энергией потребителей. Они же обеспечат энергией широкомасштабный переход на гибридные автомобили. Избыточная энергия будет храниться в виде энергии сжатого воздуха в подземных кавернах. Новая высоковольтная магистральная линия электропередач постоянного тока позволит передавать энергию на региональные рынки по всей стране.

Т а б л и ц а 2

Ежегодное потребление топлива в США (в ожидаемой перспективе)

Вид топлива	2007 г. (факт)	2050 г.	
		По существующей энергетической системе	По грандиозной Программе развития солнечной энергетики
Нефть, млрд баррелей	6,9	10,9	2,7
Природный газ, млрд м ³	22,2	35,4	11,4
Уголь, млрд т	1,2	1,9	0,5
Выбросы углекислого газа, млрд т	6,1	9,4	2,3

Примечание. Использованы данные работы [5; 30].

Согласно Программе (табл. 3), солнечные батареи, размещенные на площади 75 тыс. км², будут генерировать около 3 тыс. гигаватт (ГВт). В результате ее осуществления к 2050 г. 69 % электроэнергии и 35 % всей энергии в США (в том числе для транспорта) будет обеспечиваться за счет солнечной энергии. Согласно прогнозу, ее можно продавать потребителям по ценам, эквивалентным сегодняшним ценам на энергию из обычных источников, т.е. примерно по 5 центов за киловатт/час (кВт/ч). Если будут освоены также энергия ветра, биомассы и геотермальные источники, то к 2100 г. возобновляемые источники энергии смогут обеспечивать 100 % электроэнергии страны и 90 % всей энергии.

Предполагается, что для реализации Программы развития солнечной энергетики до 2050 г. Федеральное правительство США должно инвестировать в нее в ближайшие 40 лет более 400 млрд долларов.

Т а б л и ц а 3

Ожидаемые результаты реализации Программы развития солнечной энергетики в США до 2050 г.

Технология	Внешний фактор	Год		Необходимые условия
		2007	2050	
1	2	3	4	5
Фотоэлектрическая станция	Площадь	25 км ²	75 тыс. км ²	Политика, предусматривающая освоение больших площадей земель, принадлежащих государству
	Эффективность модулей на тонкой пленке	10 %	14 %	Использование более новых оптических материалов
	Установленная цена	4 доллара за ватт	1,2 доллара за ватт	Высокая степень легирования для увеличения напряжения; увеличение размера модулей для рационального использования площадей
	Цена электроэнергии	16 центов за кВт/ч	5 центов за кВт/ч	Сокращение издержек приведет к снижению цены
	Общая мощность	0,5 ГВт	2940 ГВт	Национальная энергетическая программа, основанная на использовании солнечной энергии

1	2	3	4	5
Хранение энергии в виде сжатого воздуха (с электроэнергией на солнечных батареях)	Объем	0	14,98 млрд м ³	Координация работы с представителями газовой отрасли
	Установленная цена	5,8 доллара за ватт	3,9 доллара за ватт	Экономия, обусловленная ростом масштаба производства; снижение цен за электроэнергию, полученную с помощью солнечных батарей
	Цена электроэнергии	20 центов за кВт/ч	9 центов за кВт/ч	Следует из снижения установленных цен
	Общая мощность	0,1 ГВт	558 ГВт	Национальная энергетическая программа
Термоэлектрическая станция	Площадь	25 км ²	40 тыс. км ²	Политика освоения больших площадей государственных земель
	Эффективность преобразования солнечной энергии в электрическую	13 %	17 %	Теплоносители с высокими характеристиками
	Установленная цена	5,3 доллара за ватт	3,7 доллара за ватт	Тепловые системы с одним резервуаром; экономия, обусловленная ростом масштаба производства
	Цена электроэнергии	18 центов за кВт/ч	9 центов за кВт/ч	Следует из снижения установленной цены
	Общая мощность	0,5 ГВт	558 ГВт	Национальная энергетическая программа
Передача энергии по линиям постоянного тока	Протяженность	800 км	160 тыс.-800 тыс. км	Высоковольтная энергосистема постоянного тока, передающая энергию с Юго-Запада в остальные районы страны

Примечание. Использованы данные работы [5; 31].

Деньги немалые, но отдачи будет больше. Солнечные электростанции почти не потребляют топлива, что позволяет из года в год экономить миллиарды долларов. Новая инфраструктура заменит 300 крупных электростанций, работающих на угле, и еще 300 — на природном газе. Благодаря этой Программе фактически полностью отпадет необходимость в импортной нефти, что значительно сократит дефицит торгового баланса США и ослабит напряженность на Ближнем Востоке и в других районах мира. Поскольку использование солнечных технологий почти не загрязняет окружающую среду, выбросы парниковых газов от электростанций сократятся на 1,7 млрд т в год. Еще на 1,9 млрд т уменьшатся выбросы от двигателей автомобилей, работающих на бензине, за счет их замены гибридными моделями, подзаряжающимися от солнечной энергосистемы. В 2050 г. объем выбросов углекислого газа в США будет на 62 % ниже уровня 2005 г., что окажет позитивное воздействие на климат.

Состояние и перспективы развития гелиоэнергетики в странах ЕС

Страны ЕС планируют, что к 2020 г. доля использования возобновляемых источников энергии (ВИЭ) в европейском энергобалансе составит 20 % [3; 23].

При этом все, даже богатые ресурсами страны ЕС, обращают особое внимание на солнечную энергетику. Сначала потому, что думали об истощении углеводородов. Но сейчас, несмотря на открываемые новые залежи угля, углеводородного сырья, многие понимают, что проблема не в их исчерпании, а в их губительном влиянии на природу. Такое «загрязнение» не знает государственных границ и становится одной из самых неотложных мировых проблем.

В последнее время среди развитых стран ЕС фотоэнергетическое направление наиболее интенсивно развивается в Испании и Германии, которые опередили Японию после принятия государственной программы. Одна из причин феноменального роста фотовольтаики в Германии — действующая правительственная Программа «100 000 фотоэлектрических крыш», предлагающая налоговые льготы и субсидии производителям солнечных батарей, монтируемых на крышах домов.

Прогнозируется, что к 2020 г. Германия будет получать 36 % электричества из ВИЭ; при этом мощности солнечной энергетики к этому времени возрастут втрое [15; 8]. Интересно отметить, что в этой стране государство выкупает энергию, производимую солнечными батареями, по цене, в 10 раз превышающей рыночную, а также предлагает налоговые льготы и субсидии их производителям. Все это привело к тому, что в настоящее время в Германии солнечные батареи могут быть установлены где угодно в течение нескольких дней.

Сегодня в частных домах ФРГ нет централизованного горячего водоснабжения. А с помощью солнечного коллектора можно получать горячую воду и обогревать дом. Система довольно проста. Генератор — это коробка, покрытая стеклом. В ней — система трубочек, как в змеевике радиатора отопления. С одной стороны подается холодная вода, нагревается солнцем, с другой стороны она выходит уже горячая. Похоже на наш радиатор отопления, выкрашенный в черный цвет. Такой генератор изготовлен с использованием пластика, матового стекла, чтобы ничто не отразилось и работало максимально эффективно. Их много в частных домах прямо на крыше. Ведь за коммунальные услуги немцы платят очень большие деньги, и такие приборы позволяют экономить. У этой системы один недостаток: если нет солнца, дома будет холодно. Поэтому солнечный генератор дублируется привычной системой отопления. Насосы прокачивают эту воду, которая накапливается в резервуаре, подобном термосу. Температуру воды можно регулировать при помощи переключателей.

Всем становится очевидно, что уже в краткосрочной перспективе необходимо существенное увеличение возобновляемой энергетики, и прежде всего гелиоэнергетики. Важно то, что солнце является практически неисчерпаемым, абсолютно безопасным, в равной степени всем принадлежащим и доступным источником энергии, а потому и одним из наиболее важных видов альтернативной энергетики.

Возможности применения солнечной энергетики в Казахстане

В Республике Казахстан рынок инновационных энергосберегающих технологий пока не очень развит. Поэтому в предстоящие годы Казахстан должен совершить инновационный прорыв в области разработок и внедрения чистых видов энергии. Уже объявлено, что все объекты ЭКСПО–2017 будут функционировать благодаря возобновляемым источникам энергии [16; 4].

Для Казахстана с его огромной территорией, низкой плотностью населения, обилием солнечных дней и относительно малым количеством рек основой возобновляемой энергетики может стать солнечная энергетика. В республике суммарный годовой потенциал солнечной энергии велик. По данным Национального инновационного фонда [17; 12], он оценивается примерно в 340 млрд т условного топлива. Количество солнечных часов в году достигает 2–3 тыс., а энергия солнечного излучения — 1,2 кВт на квадратный метр (кв. м) в год.

Эти данные свидетельствуют о том, что перспективы развития гелиоэнергетики в нашей стране вполне благоприятны. Не зря к 2020 г. в Казахстане планируется построить четыре солнечных станции мощностью 77 МВт [16; 4].

В республике особенно велик потенциал солнечной энергии на Юге страны. Так, в сфере солнечной энергетики на Юге одобрено 7 проектов общей мощностью 342 МВт. Наиболее крупный из них — фотовольтаическая станция суммарной мощностью 100 МВт. Стоимость проекта — 37,5 млрд тенге. Его реализацией занимается совместное предприятие Ontustik Green Energy, имеющее двух учредителей — ТОО «Шымкент Инновация» и ТОО «Промондис Казахстан». Сейчас ведутся подготовительные работы, разрабатывается технико-экономическое обоснование и готовится проектно-сметная документация. Уже решен вопрос выделения земельных участков, на которых планируется строительство фотовольтаической станции. Государственные акты на земельные участки площадью 50 га оформлены в Байдибекском районе, 100 га — в Отрарском. Идет процесс оформления земельного участка площадью 67 га в Сайрамском районе. Проект планируют реализовать в 4 этапа.

Еще один крупный проект предлагает ТОО «Arman — engineering». Солнечные панели предполагается установить в Сайрамском и Ордыбасинском районах. Суммарная мощность оборудования — 80 МВт. Проект также одобрен региональной координационной комиссией для включения в карту индустриализации [18; 5].

Предполагается, что до открытия Международной выставки ЭКСПО–2017 в Южном Казахстане за счет внедрения возобновляемых источников удастся значительно снизить дефицит электрической энергии, используя для ее производства силу солнца, ветра и рек.

Безусловно, особо следует отметить тот факт, что Казахстан, наряду с США, Китаем, Германией и Норвегией, стал пятой страной в мире, где представлен полный цикл солнечной энергетики, или солнечной фотовольтаики, как принято именовать эту отрасль в мире. В республике за короткое время был выстроен вертикально интегрированный проект KazPV. Это полноценный кластер, который охватывает весь производственный цикл — от добычи сырья до производства готовых солнечных модулей.

Как известно, в 2009 г. был принят Закон «О поддержке использования возобновляемых источников энергии», а впоследствии Указом Президента от 19 марта 2010 г. было поручено предусмотреть организацию работ и разработку плана размещения объектов по использованию возобновляемых источников энергии. И уже в октябре 2010 г., в ходе визита Президента Казахстана во Францию было подписано соглашение по проекту KazPV о создании и развитии в стране кремниевой солнечной энергетики.

С казахстанской стороны реализация проекта KazPV была поручена АО «НАК «Казатомпром». А один из лучших мировых институтов в области возобновляемой энергии — Национальный институт солнечной энергии (НИСЭ) Франции был признан ответственным за трансферт технологий и знаний. Сейчас этот центр обладает самыми передовыми технологиями в области фотовольтаики [19; 6].

Ключевая цель KazPV — производство конечной продукции — фотоэлектрических пластин и модулей годовой производительностью 60 МВт. В кластер вошли три предприятия: металлургический комбинат Kaz Silicon в Уштобе Алматинской области, ТОО «Kazakhstan Solar Silicon» в Усть-Каменогорске и ТОО «Astana Solar» в Астане [20; 24].

Известно, что производство кремния солнечного качества — сфера высокотехнологичная. Кстати сам термин «высокие технологии» появился из микроэлектронной промышленности, из кремниевых технологий. Солнечные элементы, солнечные батареи можно производить из солнечного кремния, чистота которого составляет 99,9999.

1. Металлургический кремний, который получают на Казсилконе (Kaz Silicon), имеет чистоту 98–99 %, а 1–2 % — это различные примеси, от которых его нужно очистить. К настоящему времени можно сказать, что технология получения металлургического кремния освоена, производственный процесс налажен. Еще в марте 2012 г. была запущена линия для стабильного получения металлургического кремния (МК) с необходимыми характеристиками.

2. Если на заводе в Уштобе будут осуществляться получение МК и его очистка до «солнечного» качества, то на заводе в Усть-Каменогорске будут производиться слитки «солнечного» кремния, их распил на блоки и пластины. В конечном итоге, будут получены фотоэлектрические ячейки — основной составляющий компонент солнечного модуля. Затем усть-каменогорские солнечные ячейки будут отправляться на завод Astana Solar [21; 8].

3. Первый в стране завод по производству фотоэлектрических модулей Astana Solar был запущен в декабре 2012 г. В час с заводского конвейера сходят 30 панелей. Солнечные батареи используются на отдаленных производствах, расположенных вне линий электропередачи, на промышленных объектах, подверженных частым отключениям электроэнергии, в населенных пунктах, фермерских хозяйствах. К слову, на крыше самого завода тоже установлены фотоэлектрические модули. Их энергии достаточно для того, чтобы сократить потребность цеха в электроэнергии на 10 % [22; 1].

Как показывают расчеты [20; 24], ежегодно завод Kazakhstan Solar Silicon готов производить 16,5 миллиона фотоэлектрических ячеек. Это не менее 60 мегаватт энергии. В итоге вся конечная продукция — солнечные модули, выпускаемые с 2013 г. заводом Astana Solar, сертифицированы как для казахстанского, так и для внешнего рынка. Гарантийный срок модулей — четверть века бесперебойной работы.

По мнению специалистов, предприятия проекта KazPV имеют потенциал роста от проектных 60 мегаватт до 100 мегаватт. ТОО «Astana Solar» уже вышло на производство модулей суммарной мощностью 7–8 МВт.

В последние годы определенная работа по реализации проектов в области возобновляемой энергетики ведется ФНБ «Самрук–Казына» [23; 6]. В частности, закончено строительство солнечной электростанции мощностью 2 МВт в Капшагае. По проекту «Солнечная электрическая станция Жанакорган мощностью 50 МВт» в Жанакорганском районе Кызылординской области ведутся работы по согласованию ТЭО проекта и по привлечению финансирования. Также реализуется проект «Солнечная электрическая станция мощностью 50 МВт на площадке Бурное в Жамбылской области». Стратегическим партнером здесь выступает британская компания UG Energy Limited.

Список литературы

- 1 *Токмолдин Н.* Источник энергии будущего // Казахстанская правда. — 2013. — 6 марта. — С. 4.
- 2 Энергоэкологическое будущее цивилизаций и стратегия развития альтернативной и возобновляемой энергетики // Республика. КЗ. — 2009. — 13 окт. — С. 3.
- 3 *Браун Т.* «Зеленая» модель для энергии будущего // Казахстанская правда. — 2012. — 18 мая. — С. 23.
- 4 *Мендебаев Т.* Нетрадиционная энергетика. Выбор за нами // Наука и Высшая школа Казахстана. — 2007. — 15 сент. — С. 6.
- 5 *Мейсон Д., Фтенакис В., Цвайбель К.* Грандиозные идеи // В мире науки. — 2008. — № 4. — С. 28–33.
- 6 *Андрижьевский А.А., Володин В.И.* Энергосбережение и энергетический менеджмент: Учеб. пособие. — Минск: Вышэйш. шк., 2005. — 294 с.
- 7 *Бутырина Е.* Отсутствие в Казахстане Программы развития электроэнергетики на перспективу создает массу вопросов о возможности дальнейшего развития отраслей экономики до и после 2015 года // Панорама. — 2011. — № 44. — 11 нояб. — С. 10.
- 8 *Алианов Р., Ашимбаева А.* Солнечная энергетика Казахстана: возможности и перспективы // Казахстанская правда. 2004. — 6 авг. — С. 6.
- 9 *Яковлева Л.* Второе рождение кремния // Индустриальная Караганда. — 2014. — 16 окт. — С. 2.
- 10 *Токмолдин С.Ж.* Развитие солнечной фотоэнергетики в Республике Казахстан // Энергетика и топливные ресурсы Казахстана. — 2011. — № 8. — С. 43–47.
- 11 *Martin A. Green, Keith Emery, Yoshihiro Hishikawa and Wilhelm Warta.* Solar Cell Efficiency Tables. Prog. Photovolt // Res. Appl. 18 (2010). — P. 346–352.
- 12 *Dhere A.N.G.* Present status and future prospects of CIGSS thin film solar cells // Solor Energy Materials & Solar Cells. — 2006. — Vol. 90. — P. 2181–2190.
- 13 *Дергачева М.* Тонкопленочные халькогенидные фотоэлементы. Мировые достижения и казахстанские разработки // Промышленность Казахстана. — 2014. — № 2 (83). — С. 22–27.
- 14 *Bosio F., Romeo A., Romeo N.* Thin Film Solar Cells: Current Status and Future Trends. — New York, Nova science Publishers, 2011.
- 15 *Донских А.* Энергия ветра и солнца // Казахстанская правда. — 2012. — 29 мая. — С. 8.
- 16 *Турлыбекова А.* Взять энергию у солнца // Казахстанская правда. — 2013. — 6 марта. — С. 4.
- 17 *Бутырина Е.* Приближающаяся угроза топливного голода и загрязнения окружающей среды требует увеличения мер по развитию энергосбережения и альтернативных источников энергии // Панорама. — 2009. — № 10. — 20 марта. — С. 12.
- 18 *Доброта Л.* Энергия солнца служит людям // Казахстанская правда. — 2014. — 2 апр. — С. 5.
- 19 *Донских А.* Из кремниевой искры // Казахстанская правда. 2012. — 20 апреля. — С. 6.
- 20 *Донских А.* Солнечная фотовольтаика. KazPV вышел на мировой рынок: это всерьез и надолго // Казахстанская правда. — 2014. — 4 апр. — С. 24.
- 21 *Донских А.* Солнечная альтернатива // Казахстанская правда. — 2013. — 27 нояб. — С. 8.
- 22 *Федорова П.* Преобразуя энергию солнца // Казахстанская правда. — 2014. — 11 февр. — С. 1.
- 23 *Школьник В.* Грядет новая эра низкоуглеродной экономики // Казахстанская правда. — 2014. — 17 окт. — С. 6.

Р.С.Каренов

Әлемдегі және Қазақстандағы гелиоэнергетиканың әлеуетін және даму болашағын бағалау

Мақалада жаңартылатын энергия көздерінің басым бағыты ретінде күн энергетикасының рөлі мен маңызы суреттелген. Гелиоэнергетиканың технологиялық циклінің негізгі шикізаттық элементтерінің дамуына көңіл бөлінген. Еуропалық одақтың дамыған елдерінде және АҚШ-та күн энергетикасының даму бағдарламасын жүзеге асыру тәжірибесі жалпыланған. Әлемдік энергияның жақын болашақтағы маңызы көзі ретінде күн энергиясының фототүрлену үдерісін мойындау әлемнің өнеркәсіп жағынан дамыған мемлекеттерінде жалпы қабылданған мәселе екендігі айтылған. Қазақстанда гелиоэнергетиканың даму қажеттілігі және өзектілігі туралы қорытынды жасалған. Республикамыздың күн энергетикасының толық циклі бар әлемдегі бесінші ел болып табылатындығы көрсетілген.

R.S.Karenov

Assessment of the potential and prospects of development of solar energy in the world and Kazakhstan

It's describing the role and importance of solar energy as a priority the development of renewable energy sources. Attention is paid to the development of basic raw elements of the technological cycle of solar energy. The experience of implementation of the development of solar energy in the developed countries of the EU and the US. It is noted that the recognition process of photo conversion of solar energy as an important source of energy worldwide in the near future, it is generally accepted in the industrialized countries of the world. The conclusion about the necessity and urgency of solar energy development in Kazakhstan. It is emphasized that the republic became the fifth country in the world where a complete cycle of solar energy.

References

- 1 Tokmoldin N. *Kazakhstanskaya pravda*, March 6, 2013, p 4.
- 2 *Energy and ecological future of civilizations and the strategy of the development of alternative and renewable energy // Republic. KZ*, October 13, 2009, p. 3.
- 3 Brown T. *Kazakhstanskaya pravda*, May 18, 2012, p. 23.
- 4 Mendebayev T. *Science and Higher Education of Kazakhstan*, September 15, 2007, p. 6.
- 5 Mason D., Ftenakis B., Tsvaybel K. *In the world of science*, 2008, 4, p. 28–33.
- 6 Andrizhievsky A.A., Volodin V.I. *Energy Saving and Energy Management*: Textbook, Minsk: Higher School, 2005, 294 p.
- 7 Butyrina Ye. *Panorama*, № 44, November 11, 2011, p. 10.
- 8 Alshanov R., Ashimbayeva A. *Kazakhstanskaya pravda*, August 6, 2004, p. 6.
- 9 Yakovleva L. *Industrialnaya Karaganda*, October, 16, 2014, p. 2.
- 10 Tokmoldin S.Zh. *Energy and Fuel Resources of Kazakhstan*, 2011, 8. p. 43–47.
- 11 Martin A. Green, Keith Emery, Yoshihiro Hishikawa and Wilhelm Warta. *Res. Appl.* 18 (2010), p. 346–352.
- 12 Dhere A.N.G. *Solor Energy Materials & Solar Cells*. 2006, 90, p. 2181–2190.
- 13 Dergachyeva M. *Industry Kazakhstan*, 2014, 2 (83), p. 22–27.
- 14 Bosio F., Romeo A., Romeo N. *Thin Film Solar Cells Current and Future Trends*, New York, Nova sciece Pubilshers, 2011.
- 15 Donskih A. *Kazakhstanskaya pravda*, May 29, 2012, p. 8.
- 16 Turyzbekova A. *Kazakhstanskaya pravda*, March 6, 2013, p. 4.
- 17 Butyrina Ye. *Panorama*, № 10, March 20, 2009, p. 12.
- 18 Dobrota L. *Kazakhstanskaya pravda*, April 2, 2014, p. 5.
- 19 Donskih A. *Kazakhstanskaya pravda*, April 20, 2012, p. 6.
- 20 Donskih A. *Kazakhstanskaya pravda*, April 4, 2014, p. 24
- 21 Donskih A. *Kazakhstanskaya pravda*, November 27, 2013, p. 8.
- 22 Fedorov P. *Kazakhstanskaya pravda*, February 11, 2014, p. 1.
- 23 Shkolnik V. *Kazakhstanskaya pravda*, October 17, 2014, p. 6.

Brendan McMahon

*of TOTAL E&P Kazakhstan, Franze
(E-mail: rkarenov@inbox.ru)*

TOTAL in Kazakhstan: 20 years of partnership

It is noted that the TOTAL company, being one of world leaders in nevtgazovy sector, plays an important role in North Kaspiysk the project. It is emphasized that the important step for development of business in Kazakhstan was taken when TOTAL got shares in two prospecting blocks in the south of the Aktyubinsk area. It is specified that the company continues to strengthen strategic partnership with the KazMunaiGas National company, actively developing joint prospecting projects. The conclusion is drawn that one of the main priorities of corporate policy of TOTAL concern is ensuring industrial and ecological safety at all stages of work. It is described how TOTAL actively participates in adjustment of the close business and cultural relations between Kazakhstan and France, being one of the leading international corporations and the largest French company.

Key words: market of energy resources, relationship, strategic investor, business, corporate policy, oil and gas projects, cooperation, forum.

Due to its abundant energy potential, the Republic of Kazakhstan is an important player in the global and regional energy markets. Thanks to the economic reforms conducted by the Head of the State Mr. Nursultan Nazarbayev and the Government of the Republic of Kazakhstan, the country has made remarkable progress since its Independence.

This year we are celebrating the 20th anniversary of our operations in Kazakhstan that became possible thanks to a sustainable political and economic environment. We are proud to develop an excellent relationship and become a strategic investor in RoK and look forward for possibilities to extend our activities in Kazakhstan.

TOTAL is one of the world leaders in Oil and Gas. TOTAL E&P Kazakhstan holds 16.81 % and plays a major role in the North Caspian Project, which includes the giant Kashagan field, as well as other structures. TOTAL brings its high level technological expertise to contribute to what is one of the most challenging projects in the world. After the years of technological challenges, massive construction and investment the first oil from the Kashagan field began producing on September 11, 2013, marking an important milestone for TOTAL as well as for the RoK and the other partners, including KMG. This great achievement will contribute to the prosperity of the RoK for many years to come.

Another major step forward was made by TOTAL with the recent acquisition of interest in two exploration blocks (North and South Nurmunai) in the South of Aktobe oblast. As a new operator of these blocks TOTAL E&P Nurmunai is currently undertaking an extensive seismic survey, which will be followed by a drilling programme from 2014.

We also continue to strengthen and foster our partnership with the National Company KazMunayGas with whom we are actively working on possible joint exploration projects.

Among the core values for the TOTAL Group, a top priority is to ensure industrially and environmentally safe operations at all times. For TOTAL, safety is more than a need; it is a value. TOTAL Group also implies very rigorous policies in terms of ethics and sustainable development. TOTAL E&P Kazakhstan adheres entirely to these group values and policies.

Besides oil and gas projects, outstanding results have been achieved in sustainable and local content development.

Thanks to the initiative and support of TOTAL, Kazakhstan became the 55th full-fledged member of the International Institute of Welding and created an independent welding association KazWeld. Last April, together with the Karaganda State Technical University, TOTAL launched a training course «International welder-engineer». Having done this, a full training cycle for all levels of international welders has been implemented in RoK. The membership of the International Institute of Welding will ensure the transfer of new technologies and the highest technical expertise in welding. This project will significantly help Kazakhstan and its industries, including oil & gas, to satisfy the demand for a highly qualified workforce and expand local employment opportunities.

TOTAL E&P Kazakhstan continue to strengthen its research cooperation with Higher Tertiary institutions like the Nazarbayev University, the Kazakh-British Technical University, and the Academy of Public Administration under the RoK President through implementation of various educational programs. TOTAL is also actively supporting a Solar Energy initiative in collaboration with NURIS (Nazarbayev University Research and Innovation System). In anticipation of the exhibition Astana EXPO-2017, such «Green» industries represent interesting perspectives both for Kazakhstan and TOTAL.

Being an international player as well as the largest company in France, TOTAL actively promotes close business and cultural relations between Kazakhstan and France.

On a business side, TOTAL drives collaborative efforts through leadership on Kazakh-French Business Council, participation in the Foreign Investors Council, KAZENERGY Association, and Kazakhstan Petroleum Association.

On the cultural side, TOTAL has supported many cultural events, concerts, art exhibitions, and festivals in Kazakhstan and France. In 2013, the Year of France in Kazakhstan, TOTAL stepped in as the general sponsor of the Cross Cultural Seasons of Kazakhstan and France 2013–2014. With support of TOTAL, audiences in Astana and Almaty enjoyed the magnificent performance of the National Orchestra of Lille starring violin virtuoso Mrs. Alena Baeva, and performance of Ballet group directed by Angelin Preljocaj, Master of contemporary dance.

TOTAL E&P Kazakhstan is also proud to be a partner of the Kazakhstan National Federation of UNESCO Clubs. With our support this year Astana hosted a major UNESCO International Forum on Global Ethics. TOTAL will continue providing focused support to children clubs, disabled societies, and sport activities as an important part of our Corporate Social Responsibility program.

To conclude, the year of 2013 was a very productive year for TOTAL in Kazakhstan. Major developments in oil & gas projects, outstanding achievements in local content, education and corporate social responsibility areas, increasing momentum in cross cultural ties between Kazakhstan and France give the strongest belief that our true partnership with RoK will prosper for many years to come.

Брэндан МакМэхон

Қазақстандағы TOTAL: әріптестікке 20 жыл

Мақалада мұнай-газ секторындағы әлемдік көшбасшылардың бірі ретіндегі TOTAL компаниясы Солтүстік Каспий жобасында маңызды рөл атқаратындығы айтылған. TOTAL компаниясының Ақтөбе облысының солтүстігіндегі екі мұнай-барлау блоктарынан үлес сатып алып, Қазақстанда өз бизнесін дамытуда маңызды қадам жасағандығы пайымдалған. Аталған компания «ҚазМұнайГаз» Ұлттық компаниясымен бірлескен геологиялық-барлау жобаларын белсенді игеріп, стратегиялық әріптестікті нығайтып жатқандығы көрсетілген. TOTAL концернінің корпоративті саясатының басымдықтарының бірі жұмыстың барлық кезеңдерінде өнеркәсіптік және экологиялық қауіпсіздікті қамтамасыз ету болып табылатындығы туралы қорытынды жасалған. Әлемдік көшбасшылық корпорациялардың бірі және Францияның ең ірі компаниясы бола отырып, TOTAL концерні Қазақстан мен Франция арасында тығыз іскерлік және мәдени қатынастарды нығайтуға белсене қатысып отырғандығы жайлы айтылған.

Брэндан МакМэхон

TOTAL в Казахстане: 20 лет партнерства

Отмечается, что компания TOTAL, являясь одним из мировых лидеров в нефтегазовом секторе, играет важную роль в Северо-Каспийском проекте. Подчеркивается, что важный шаг для развития бизнеса в Казахстане был сделан, когда TOTAL приобрел доли в двух разведочных блоках на юге Актыубинской области. Компания продолжает укреплять стратегическое партнерство с Национальной компанией «КазМунайГаз», активно разрабатывая совместные геологоразведочные проекты. Делается вывод, что одним из главных приоритетов корпоративной политики концерна TOTAL является обеспечение промышленной и экологической безопасности на всех этапах работы. Будучи одной из лидирующих международных корпораций и самой крупной французской компанией, TOTAL активно участвует в налаживании тесных деловых и культурных отношений между Казахстаном и Францией.

Гэри Стэнли Беккер

*Поттсвилл, Чикагский университет, США
(E-mail: rkarenov@inbox.ru)*

Экономический взгляд на жизнь

В статье поставлена задача расширить аналитическую область того, что сам ученый называет экономическим подходом к различным социальным проблемам. Дан анализ роли семьи, или семейной единицы, в обществе. Сделана попытка объяснить тенденцию к снижению рождаемости в промышленно развитых странах и разницу уровней рождаемости между разными странами и между городскими и сельскими районами. Показана возможность применения предлагаемой теории к области «преступления и наказания».

Ключевые слова: социальные проблемы, дискриминация, подход, метод, анализ, человеческий капитал.

1. Экономический подход

В своих исследованиях я анализирую социальные проблемы, выходящие за рамки традиционного предмета экономики, с помощью экономического подхода. В предлагаемой статье этот подход будет описан и проиллюстрирован примерами из прошлых и нынешних моих работ.

Используемый мною экономический подход, в отличие от марксистского, не предполагает, что поведение индивидов определяется исключительно эгоизмом или жадной наживы. Это — метод анализа, а не предпосылка о мотивах поведения. Вместе со своими единомышленниками я пытался доказать экономистам, что в основе поведения личности лежит не узкий эгоизм, а более широкий спектр ценностей и предпочтений.

Согласно данному подходу люди максимизируют то, что они воспринимают как богатство, независимо от того, эгоисты они или альтруисты, садисты или мазохисты. Их поступки продуманны и согласованы во времени. Так, они пытаются как можно точнее предугадать неизвестные последствия своих действий. Корни их предусмотрительности, однако, могут лежать в прошлом, ибо прошлое накладывает глубокий отпечаток на мировоззрение и ценности человека.

Свобода действий человека ограничивается его доходом, временем, несовершенством памяти и вычислительных способностей и другими ограниченными ресурсами, а также возможностями, которые представляет ему экономика. Широта этих возможностей определяется действиями других индивидов и их организаций.

Самым важным из всех ограничений является время. Прогресс экономики и медицины, значительно увеличивший продолжительность жизни, оказался бессилем что-либо сделать с потоком времени, который всегда ограничивает человека 24 часами в сутки. Таким образом, хотя объем товаров и услуг в богатых странах возрос в громадной степени, объем времени остался неизменным.

Поэтому желания остаются неудовлетворенными и в богатых и в бедных странах. Хотя растущее изобилие благ снижает ценность дополнительного блага, время становится все более ценным по мере того, как блага—все более изобильными. Максимизация полезности в утопическом обществе, где все потребности полностью удовлетворены, бессмысленна, но неизменность временного потока делает такую утопию невозможной. Вот некоторые из проблем, исследуемых в работах Г.Бэккера и С.Линдера [1].

Следующие разделы данной статьи иллюстрируют применение экономического подхода к четырем весьма различным предметам. Чтобы понять проблему дискриминации меньшинств, необходимо к факторам, определяющим предпочтения, отнести такие чувства, как предубежденность и ненависть к отдельным группам людей. Экономический анализ преступности позволяет найти рациональность в незаконных, антиобщественных действиях. Теория «человеческого капитала» раскрывает связи между производительностью труда и инвестициями в образование, обретение навыков и знаний. Экономический подход к семье интерпретирует браки, разводы, рождаемость и внутрисемейные отношения с точки зрения максимизации полезности в долгосрочном плане.

2. Дискриминация меньшинств

Дискриминация существовала всегда, но до 1950-х гг. экономисты уделяли мало внимания этой теме, если не считать несколько работ о занятости женщин [2]. Я начал интересоваться дискриминацией по расовому, религиозному, половому признакам, еще будучи выпускником университета. Тогда для выработки своего подхода к дискриминации я применил концепцию коэффициентов дискриминации.

Вместо общих рассуждений о том, что работодатели смотрят только на производительность работников, рабочим безразлично, рядом с кем они работают, а потребителей интересует только качество предоставляемых им товаров и услуг, эта концепция содержит исследование влияния расовых, половых и других персональных характеристик на вкусы и склонности. Так, возможен отказ сотрудников работать под руководством женщины или чернокожего, даже если при этом их труд хорошо оплачивается, или отказ потребителя приобретать автомобили у продавца-негра. Только расширив традиционные предпосылки, можно понять препятствия, встречаемые меньшинствами на пути к успеху.

Возможно, степень дискриминации меньшинств в отношении зарплаты и приема на работу зависит не только от склонности к дискриминации, но и от других факторов, как-то: острота конкуренции, гражданское законодательство. Однако в 1950-е годы весь материал по этому вопросу исчерпывался знаменитой теорией А.Смита о разнице в оплате квалифицированных и неквалифицированных работников и несколькими крупными исследованиями вроде работы Г.Мюрдаля «Американская дилемма» [3]. Несколько лет я потратил на разработку теории о влиянии на дискриминацию в доходах и занятости: склонности к дискриминации, остроты конкуренции на рынках продукции и рабочей силы, распределения коэффициентов дискриминации среди представителей большинства, доступа меньшинства к образованию и профессиональной подготовке, позиции «среднего избирателя» и других факторов, определяющих, благосклонна или враждебна законодательная система к меньшинствам, и т.д. И поскольку столь многое предстояло исследовать, мои наставники побудили меня сделать из моей диссертации [4] книгу [5].

Дискриминация меньшинств на рынке формируется под действием дискриминации со стороны работодателей, рабочих, потребителей, школ и правительств. Исследования показывают, что в одних случаях среда смягчает, а в других — усиливает влияние предубежденности. Так, разница в оплате труда белых и негров или мужчин и женщин могла бы быть гораздо меньшей, несмотря на предубежденность против негров и женщин, если бы значительная часть компаний могла принимать на работу в основном негров или женщин без ущерба для эффективности.

Действительно, при наличии постоянного эффекта от расширения масштабов производства изолированные производства с одинаковой профессиональной структурой могли бы полностью избежать дискриминации и одинаково оплачивать труд и прочие ресурсы, не считаясь с существующим в обществе желанием дискриминировать меньшинство. Дискриминация со стороны большинства на рынке удастся постольку, поскольку меньшинство не в состоянии удовлетворить кадровые потребности компаний, если бы те специализировались на найме его представителей.

Когда большинство значительно превосходит меньшинство по численности (в США белых в 9 раз больше, чем негров, и они обладают большим человеческим и физическим капиталом в расчете на душу населения, чем чернокожие), рыночная дискриминация со стороны первого едва ли приведет к снижению его доходов, но может сильно сократить доходы меньшинства. Однако когда удельный вес меньшинства достаточно велик, дискриминирующее большинство может дорого поплатиться за свое безрассудство.

Яркой иллюстрацией служит ЮАР, где негров в 4–5 раз больше, чем белых. Дискриминация чернокожих пагубно отразилась на белых, хотя некоторым из белых она была выгодна [6]. Тот значительный урон, который нанесла белым дискриминация, объясняет, почему апартеид и другие ужасные формы дискриминации, практиковавшиеся африканерами, в конце концов потерпели крах.

В научной литературе исследуется вопрос, исчезает ли в длительном периоде рыночная дискриминация, порожденная предубежденностью. Вытеснят в ходе конкурентной борьбы дискриминирующих (работодателей) те работодатели, которые не расположены к дискриминации, или нет, зависит не только от склонности потенциальных предпринимателей к дискриминации, но и в значительной мере от характера производственных функций фирм.

Еще большее практическое значение имеет дискриминация со стороны сотрудников и потребителей, поведение которых в долгосрочной перспективе является гораздо более важным источником рыночной дискриминации, чем поведение работодателей. Нет причины ожидать, что в долгосрочной перспективе дискриминация со стороны этих групп исчезнет в результате конкуренции, если существование достаточного количества изолированных фирм и товарных рынков невозможно.

Новым направлением развития теории в последние годы стал анализ последствий стереотипного мышления (stereotyped reasoning) или статистической дискриминации [7]. Этот подход предполагает, что невысокое мнение работодателей, учителей и других влиятельных групп о способностях представителей меньшинств может иметь тенденцию к усилению дискриминации. Это, в свою очередь, может привести к тому, что меньшинства перестанут заботиться о получении образования, профессиональной подготовке и трудовых навыках, о воспитании в себе ответственности. Подобное небрежение в воспитании притупляет их способности [8].

За последние 25 лет значительно возрос объем информации о доходах, безработице и занятиях негров, женщин, религиозных групп и т.п. во многих странах. Эти данные более полно описывают экономическое положение меньшинств и то, как оно изменяется в различных обстоятельствах. Однако они пока не позволили разрешить разногласия о причинах более низких доходов меньшинств [9].

3. Преступление и наказание

Размышлять о преступности я начал в 1960-е гг., после одной своей поездки в Колумбийский университет, где я тогда принимал устный экзамен у студентов-экономистов. Я опоздал и должен был быстро решить: поставить ли машину в специально отведенное место или рискнуть заплатить штраф за парковку в неполюженном месте. Рассчитав вероятность получения штрафного листка, величину штрафа и затраты на парковку машины на платной стоянке, я решил, что стоит рискнуть, и оставил машину у обочины. (Листка я не получил.)

По дороге к месту экзамена мне в голову пришла мысль, что городские власти, вероятно, рассуждали аналогичным образом. Частота проверки припаркованных транспортных средств и величина штрафа должны зависеть от того, как власти оценивают те вычисления, которые, возможно, проводят потенциальные нарушители вроде меня. И конечно, первым вопросом, который я задал несчастному студенту, было определить оптимальное поведение правонарушителя и полиции — то, чего я еще не делал.

До последнего времени в дискуссиях о преступности преобладало мнение, что преступники — это несчастные «жертвы», которых психическое заболевание и притеснение со стороны общества толкнули на преступный путь. Один известный психиатр так и озаглавил свою книгу — «Преступление от наказания» [10]. Такие взгляды стали оказывать большое влияние на социальную политику, в то время как поправки к законам расширяли права преступников. Эти изменения затрудняли поимку и осуждение преступников и уменьшали защищенность законопослушных граждан.

Я не был согласен с утверждением, что преступниками движут совершенно иные мотивы, чем всеми остальными. Вместо этого я моделировал поведение преступников, исходя из предпосылки его рациональности [11], но и здесь «рациональность» не сводилась к крайнему материализму. Считалось, что поведение людей ограничивают моральные и этические соображения, и оттого они не совершают преступлений даже тогда, когда это выгодно и опасность разоблачения минимальна.

Однако полиция и тюрьмы не были бы нужны, если бы всегда преобладал подобный подход. Рациональность подразумевает, что некоторые индивиды становятся преступниками из-за финансовой выгоды преступления в сравнении с легальными занятиями с учетом вероятности поимки и осуждения, а также суровости наказания.

Масштабы преступности определяются не только рациональностью и предпочтениями потенциальных преступников, но также экономической и социальной средой, созданной государственными мероприятиями, как-то: расходы на полицию, объемы наказаний за различные правонарушения и возможности получения работы, образования и профессиональной подготовки. Очевидно, все эти аспекты являются органичной частью экономического подхода к преступности.

Совокупные общественные расходы на борьбу с преступностью можно сократить (при сохранении неизменного математического ожидания размера наказания), компенсировав сокращение расходов на поимку преступников достаточным ужесточением наказаний осужденных. Однако любителей острых ощущений от совершения преступления удерживает, скорее, вероятность быть осужденными, чем суровость наказания. Поэтому оптимальная политика государства должна состоять в том, чтобы

уравновесить сокращение расходов на суды и полицию за счет снижения вероятности осуждения и повышения appetites преступников-сорвиголов в результате большей безнаказанности. Государство должно также учитывать вероятность осуждения невиновных.

С самого начала моих исследований преступности меня мучил вопрос: почему кража — общественно вредное явление, если она приводит просто к перераспределению ресурсов (обычно от более богатых к более бедным)? Я решил эту загадку [12], придя к выводу, что преступники тратят свои деньги на оружие, на то, чтобы спланировать и совершить преступление, а такие затраты для общества непроизводительны (теперь это называют «поиском ренты»), ибо они не создают богатства, а лишь насильственным путем перераспределяют его. Социальные издержки общества приблизительно равны стоимости украденного, так как «рациональные» преступники склонны тратить на свои преступления именно такую сумму. Следует добавить к этому средства, затрачиваемые потенциальными жертвами на то, чтобы защитить себя от преступлений.

Для соблюдения большинства законов требуются затраты на поимку и осуждение преступников. Комиссия по приговорам США (US Sentencing Commission) использовала экономический анализ преступности для выработки правил, которым должны следовать судьи при вынесении приговоров нарушителям федеральных законов [13].

За последнюю четверть века исследования преступности, применяющие экономический подход, стали обычным делом. С их помощью проводится анализ оптимальных предельных наказаний, необходимый для сдерживания роста жестокости преступлений (например, чтобы удержать похитителя ребенка от убийства своей жертвы [14]), а также исследуется взаимосвязь между поддержкой законов со стороны отдельного индивидуума и всего общества [15].

Штрафы предпочтительнее, чем тюремное заключение и другие виды наказания, ибо они более эффективны. Штрафы — это не только наказание для правонарушителей, но и доход для государства. Анализ связи между штрафами и другими видами наказаний достиг достаточно высокого уровня [16].

Эмпирические оценки влияния на масштабы преступности количества заключенных, осужденных, уровня безработицы, неравенства доходов и других факторов теперь чаще проводятся и стали более точными [17]. Наибольшие дискуссии вызывает вопрос о том, удерживает ли смертная казнь преступника от совершения убийства. Этот вопрос далек от разрешения [18].

4. Человеческий капитал

До последнего времени экономисты обычно предполагали, что рабочая сила есть нечто заданное и неизменное. Анализ инвестиций в образование и другие виды подготовки, в разное время предпринятый А.Смитом, А.Маршаллом и М.Фридменом, не включался в изучение производительности. Затем Т.Шульц и другие положили начало исследованиям воздействия инвестиций в человеческий капитал на экономический рост и т.п.

Анализ человеческого капитала предполагает, что индивиды выбирают образование, профессиональную подготовку, медицинскую помощь и другие способы улучшения своих знаний и здоровья, сопоставляя их выгоды и издержки. Выгоды предстают в виде культурных и других нематериальных ценностей наряду с повышением доходов и получением более престижной работы, а издержки определяются главным образом альтернативной стоимостью этих инвестиций.

Теперь понятие человеческого капитала — это столь обыденная истина, что трудно представить ту враждебность, с которой его встречали в прежние годы. Само выражение «человеческий капитал», как тогда считали, унижительно, ибо оно приравнивает людей к машинам.

Подход к образованию как к инвестициям, а не как к накоплению культурного опыта, считался жестким и крайне узким. В результате я долго колебался, прежде чем рискнул назвать свою книгу «Человеческий капитал», и вдобавок перестраховал себя, сопроводив ее длинным подзаголовком. Лишь постепенно экономисты стали воспринимать концепцию человеческого капитала как ценный инструмент при анализе различных социальных и экономических проблем.

Мое исследование человеческого капитала началось с попытки подсчитать частные и общественные выгоды для мужчин, женщин, негров и т.д. от инвестиций в образование различных ступеней. Вскоре стало ясно, что анализ человеческого капитала мог бы помочь при объяснении многих закономерностей рынка труда и экономики в целом. По-видимому, можно создать более общую теорию человеческого капитала, которая рассматривала бы как фирмы, так и индивидов и затрагивала макроэкономические аспекты этого явления.

В эмпирических исследованиях данные о более высоких доходах лиц с более высоким образовательным цензом пытались обосновать исходя из большей одаренности этих людей — они имели лучшие показатели по тестам на способности. Также изучалось влияние смертности, подоходных налогов, предыдущих заработков и экономического роста на величину доходов от образования. Поправка на способности была не очень значительной, но крупные изменения смертности взрослых и быстрые темпы экономического роста оказали сильное влияние.

Весомую поддержку эмпирическим исследованиям инвестиций в человеческий капитал оказала классическая работа Дж. Минсера. Он расширил регрессионный анализ связи между величиной дохода и продолжительностью школьного обучения [20], включив в него грубую, но весьма удобную меру производственной подготовки и опыта — время с момента окончания школы. Предпочтение Минсер отдавал многочисленным индивидуальным обследованиям работников. Также он тщательно исследовал неразложимые остатки при факторном анализе дохода. Ныне имеются многочисленные оценки влияния образования и профессиональной подготовки на доходы по многим странам [21].

Накопленные данные об экономических выгодах образования и подготовки говорят о важности учета человеческого капитала в решении политических проблем. Новая вера в человеческий капитал изменила правительственный подход к проблеме стимулирования роста и производительности. Это показали последние президентские выборы в США, где акцент делался на человеческом капитале.

Одной из наиболее влиятельных концепций в анализе человеческого капитала является разделение знаний на общие и специфичные и соответствующее разделение подготовки [22]. По определению, специфичные знания могут быть полезны только той фирме, которая их дает, тогда как общие знания применимы также во всех других фирмах. Обучение работе на компьютере, совместимом с ИБМ, — это общая подготовка, тогда как изучение структуры управления и способностей работников конкретной компании является специфичным знанием. Это разделение помогает объяснить, почему маловероятны уход из фирмы работников с высокоспециализированными навыками и их увольнение в периоды деловых кризисов. Оно также объясняет, почему продвижение по службе в фирме чаще осуществляется за счет внутренних источников, чем путем набора кадров за ее пределами (рабочим нужно время, чтобы ознакомиться со структурой фирмы и ее «культурой»), и почему более совершенные методы бухучета должны включать специфичный человеческий капитал работников в состав основных активов компании.

Результатом специфичных инвестиций фирмы является рента, которая должна быть поделена между работодателями и работниками. Слабым местом процесса раздела выгод является его подверженность «оппортунизму», когда каждая сторона после осуществления инвестиций стремится урвать себе большую часть прибыли.

Рента и оппортунизм как результат специфичных инвестиций играют решающую роль в современной экономической теории организаций [23] и в исследованиях проблемы доверителя поверенного [24]. Выводы из специфичности капитала о распределении выгод и текучести использовались также при анализе «брачных рынков» для объяснения величины коэффициентов разводимости и урегулирования отношений между супругами [25] и при анализе «политических рынков» — для объяснения смены политических деятелей [26].

Теория инвестиций в человеческий капитал связывает неравенство доходов с различной одаренностью, семейным положением, получением наследства и с другими активами [27]. Многие эмпирические исследования также опираются на концепции человеческого капитала, особенно на различия в образовании и подготовке [28]. Заметная дифференциация доходов в США в последние годы, вызвавшая так много политических дискуссий, объясняется более высокими доходами лиц с более высоким уровнем образования и подготовки [29].

Соблазнительно использовать теорию человеческого капитала для интерпретации разрыва в заработках мужчин и женщин. Частичная занятость и работа с длительными перерывами традиционно были более характерны для женщин, чем для мужчин, поскольку первые обычно оставляли работу для ухода за детьми. В результате у них было меньше стимулов инвестировать средства в образование и профессиональную подготовку, которые повышают доходы и улучшают трудовые навыки.

За последние 20 лет положение резко изменилось. Уменьшение размеров семей, рост числа разводов, быстрое расширение сектора услуг, где большинство занятых женщины, непрерывный экономический прогресс, который привел к повышению заработков и женщин, и мужчин, гражданское право — все это способствовало большему вовлечению женщин в ряды рабочей силы и, следовательно,

но, увеличению инвестиций в умения, на которые имеется рыночный спрос. Практически во всех богатых странах эти факторы значительно увеличили и занятость, и относительные доходы женщин.

Особенно полная информация имеется по США. Разрыв в заработках мужчин и женщин, занятых полный рабочий день, с середины 1950-х по середину 1970-х гг. оставался на уровне примерно 35 %. Начавшийся затем непрерывный экономический прогресс, который продолжается и поныне, сократил разрыв до менее чем 25 %. Женщины устремляются в школы бизнеса, юридические и медицинские учебные заведения. Они выполняют квалифицированную работу, прежде недоступную для них.

Т.Шульц и другие ученые подчеркивали, что инвестиции в человеческий капитал являются главной составляющей экономического роста [30]. Но через какое-то время связью между человеческим капиталом и ростом перестали интересоваться, ибо экономисты разочаровались в способности теории роста объяснить различия экономического прогресса в разных странах. Возрождение формальных моделей эндогенного роста вновь выдвинуло человеческий капитал на передний край дискуссий [31].

5. Создание, распад и структура семьи

Анализ поведения семьи с точки зрения рационального выбора основывается на предпосылке максимизирующего поведения, теориях инвестиций в человеческий капитал, распределения времени, дискриминации женщин и т.д. Остальную часть я посвящаю этому анализу, ибо до сих пор в нем много белых пятен.

Создание «Трактата о семье» явилось наиболее напряженным и длительным интеллектуальным усилием, какое я когда-либо предпринимал. Семья — это, бесспорно, наиболее фундаментальный и древний из институтов (некоторые авторы считают, что он возник более 50 000 лет назад). В «Трактате» я пытаюсь анализировать не только современную западную семью, но и семьи других культур, а также изменения в структуре семьи за последние несколько веков.

Попытка охватить этот обширный предмет потребовала от меня значительного умственного напряжения в течение более чем 6 лет неустанных занятий (днем, а нередко и по ночам), которые интеллектуально и эмоционально истощили меня. В своей автобиографии Бертран Рассел пишет, что на создание «Принципов математики» он затратил так много умственных усилий, что никогда больше не был способен к действительно напряженному интеллектуальному труду. Лишь через два года после окончания «Трактата» я смог полностью восстановить свои интеллектуальные силы.

Анализ рождаемости в экономической науке имеет длинную и славную историю, но до недавнего времени экономисты большей частью избегали вопросов брака и развода, отношений между мужьями и женами, родителями и детьми [32]. Исходным моментом моего анализа семьи является предположение, что при решении вопросов, заключить ли брак, иметь ли детей, развестись или нет, мужчины и женщины пытаются максимизировать полезность, сравнивая выгоды и издержки. Таким образом, они заключают или расторгают брак, когда ожидают, что это повысит их благосостояние.

Люди, далекие от умственного труда, часто удивляются, когда им говорят, что такой подход не бесспорен, ибо им кажется очевидным, что, заключая или расторгая брак, индивиды пытаются улучшить свое благосостояние. Подход к браку и к поведению вообще с точки зрения рационального выбора часто совпадает с инстинктивной экономикой «обычного человека» [33].

Однако интуитивные предположения о поведении есть только отправная точка научного анализа, ибо сами по себе они не могут дать оригинальных результатов.

Системный подход подразумевает сочетание рационального подхода (максимизирующее поведение) с анализом «рынков» браков и разводов, специализации и разделения труда, помощи престарелым, инвестиций в воспитание детей и законов, касающихся семьи. Выводы, делаемые с помощью этой полной модели, часто не столь очевидны, а иногда вступают в противоречие с общепринятыми взглядами.

Например, вопреки общему мнению о частых разводах среди богатых, экономический анализ решений семьи показывает, что чем богаче супружеская пара, тем меньше вероятность ее распада. Согласно этой теории, богатые пары получают максимум полезности при сохранении брака, тогда как многие бедные пары — нет. Скажем, бедная женщина, верно, не раз задавалась вопросом: зачем ей нужен муж безработный? Эмпирические данные по многим странам показывают, что браки среди богатых гораздо устойчивее.

Успешное регулирование отношений между супругами предполагает, что наблюдающаяся в Европе и США тенденция к разводам, не требующим подтверждения измены, вопреки многим заявлениям, не могла быть причиной быстрого роста коэффициентов разводимости. Однако теория показывает, что от таких разводов страдают женщины с детьми, брошенные своими мужьями. Ныне около одной пятой всех семей с детьми в США и других развитых странах представлены незамужними женщинами с детьми.

Экономические модели использовались для изучения рождаемости со времен классического труда Мальтуса. Великого шведского экономиста К.Викселя в экономическую науку привела его вера в мальтузианские предсказания о перенаселении. Но вывод Мальтуса о том, что рождаемость растет и падает по мере того, как растут и падают доходы, был опровергнут значительным падением рождаемости в конце XIX — начале XX в., когда в ряде стран завершилась индустриализация.

Фиаско простой модели рождаемости Мальтуса убедило экономистов в том, что решения, определяющие размер семьи, выходят за рамки экономических расчетов. Неоклассическая модель роста подтверждает это мнение, ибо во многих своих модификациях она принимает население за экзогенно заданную величину [34].

Однако неудача мальтузианской модели состоит не в использовании экономического подхода как такового, а в том, что применяемый подход не отвечает сегодняшнему дню. Он упускает из виду, что время, затрачиваемое на уход за ребенком, становится все более дорогим по мере того, как увеличивается производительность экономики. «Дороговизна» времени повышает затраты на детей и, таким образом, уменьшает на них «спрос». Также он не учитывает, что возросшая важность образования и профессиональной подготовки в промышленно развитых странах побуждает родителей к большим инвестициям в навыки детей, а это также увеличивает издержки у больших семей. Растущая ценность времени и усиление акцента на образовании и другом человеческом капитале объясняют падение рождаемости по мере развития стран, а также многие особенности рождаемости в современном мире.

Почему во всех обществах замужние женщины занимаются в основном воспитанием детей и сельским хозяйством, тогда как женатые мужчины большей частью воюют и торгуют? Объяснение, очевидно, кроется в сочетании биологических различий между мужчинами и женщинами (особенно различий во врожденных способностях к воспроизводству и воспитанию детей) и рыночной дискриминации женщин, возникающей частично вследствие культурных особенностей. Большие разногласия вызывает вопрос: что сыграло более важную роль — биология или дискриминация в возникновении традиционного разделения труда внутри семьи? [35]

Экономический анализ не дает ответа на данный вопрос, но показывает, насколько чувствительно это разделение к небольшим различиям и в том и в другом факторе. Поскольку доход от инвестиций на приобретение навыков тем больше, чем дольше эти навыки используются, супружеская пара получит максимум выгоды от четкого разделения труда, когда муж специализируется на одних видах деятельности, а жена — на других. Если учесть столь крупные выгоды от внутрисемейной специализации, то небольшой дискриминации женщин и незначительных биологических различий было бы достаточно, чтобы вызвать устойчивую связь между разделением труда (на домашнюю работу и на добычу средств для пропитания) и полом. Чувствительность к небольшим различиям объясняет, почему эмпирические данные не позволяют легко сделать выбор между биологической и «культурной» интерпретациями. Она объясняет также, почему многие женщины вышли на рынок труда, когда семьи стали меньше, разводы превратились в обычное дело, а возможности заработать для женщин возросли.

Отношения между членами семьи резко отличаются от отношений между работниками фирм и членами других организаций. Взаимоотношения мужей, жен, родителей и детей, очевидно, больше определяются любовью, признательностью, чувствами вины и долга, чем узко понимаемым эгоизмом.

Еще лет 20 назад было доказано, что альтруизм внутри семей радикально изменяет их реакцию на все потрясения и государственные мероприятия, приводящие к перераспределению ресурсов между их членами. Г.Беккер продемонстрировал, что экзогенное перераспределение ресурсов от альтруиста к тем, о ком он заботится (или наоборот), не может повлиять ни на чье благосостояние, ибо альтруист в этом случае попытался бы сократить свои благодеяния на перераспределяемую сумму [36]. Р.Барро получил аналогичный результат для отношений между поколениями семьи [37], чем подверг

сомнению общепринятую предпосылку о том, что дефицит госбюджета и связанная с ним фискальная политика оказывают реальное воздействие на экономику.

«Теорема испорченного ребенка» (это название весьма популярно даже среди тех, кто не согласен с ее выводами) показывает, как альтруизм влияет на поведение эгоистов. В некоторых обстоятельствах даже ублажаемые эгоисты (конечно, большинство родителей сразу представляет себе родителей-альтруистов, пекущихся о своих эгоистичных чадах) вынуждены поступать по отношению к своим благодетелям так, как если бы они сами были альтруистами, поскольку это улучшает их собственное благосостояние. Они действуют так потому, что в противном случае помощь от благодетелей сократилась бы настолько, чтобы поставить их в затруднительное положение [38].

В Библии, «Республике» Платона и других произведениях древности содержатся рассуждения о попечении родителей над своими малыми детьми и взрослых детей над своими престарелыми родителями. И старики, и дети нуждаются в заботе — первые вследствие упадка сил, вторые по причине своей незащитности. Экономический анализ внутрисемейных отношений показывает тесную связь между этими двумя проблемами.

Родители, оставляющие крупное наследство, не нуждаются в пособиях по старости, напротив, они даже помогают своим детям. Выше я уже напоминал, что при определенных условиях социальные выплаты старикам либо их отсутствие вследствие бюджетного дефицита не оказывают никакого реального воздействия, ибо родители просто компенсируют возрастание в будущем налоговых платежей своих детей, оставляя большее наследство.

Гораздо меньше учитывается то, что родители-альтруисты, оставляющие наследство, стремятся также больше средств инвестировать в формирование у своих детей полезных навыков, ценностей и привычек. Им выгоднее финансировать образование своих детей, так как это принесет больший доход, чем проценты по сбережениям. Они могут косвенным образом обеспечить свою старость, инвестируя средства в детей, а затем, в старости, сократив наследство.

И родителям, и детям было бы лучше, если бы родители вкладывали средства в детей до тех пор, пока предельный доход от них не уравнивается с доходом по сбережениям, а остальную сумму откладывали бы в качестве наследства.

Даже в богатых странах многие родители не планируют оставлять наследство. Эти родители рассчитывают на получение пособий по старости и недостаточно заботятся об образовании детей. Они «недоинвестируют» в своих детей, ибо не могут возместить затрат на них путем сокращения наследства, так как не планируют что-либо оставлять. И родителям, и детям было бы лучше, если бы родители согласились больше инвестировать в детей в обмен на их обязательство заботиться о своих родителях, когда тем понадобится помощь. Но как можно добиться соблюдения такого обязательства? Экономисты и юристы обычно советуют составлять письменный контракт, гарантирующий выполнение обязательства. Но абсурдно ожидать, что общество будет придавать силу контрактам между взрослыми и подростками.

Часть моих нынешних исследований касается того, как добиться выполнения обязательства, когда обещания и письменные соглашения ничем не скреплены. Вкратце опишу эту новую работу, ибо она затрагивает столь неизученную тему, как возникновение в семье предпочтений.

Родительские склонности и поведение оказывают огромное влияние на детей. Родители, склонные к алкоголизму или наркомании, уродуют психику своих детей, тогда как нормальные родители, занимаясь со своими детьми, благотворно влияют на формирование у них желаний и способностей. Экономический подход, рассматривающий предпочтения как результат детских впечатлений, позволяет не прибегать к теории Фрейда, делающей акцент на том, что происходило с ребенком в первые месяцы его жизни.

Говоря, что склонности взрослых в огромной мере определяются их «детскими впечатлениями», я вновь пытаюсь опираться на здравый смысл. Так, доктор-индеец, живущий в США, может просто обожать карри (curry), ибо, воспитываясь в Индии, он пристрастился к этому блюду; или женщина, которую в детстве изнасиловали, может потом всю жизнь бояться мужчин.

Поскольку поступки людей, по определению, продуманны, родители попытаются предугадать, как все происходящее с детьми может отразиться на их взрослых привычках и наклонностях. Последствия детских впечатлений позволяют определить, как родители заботились о своих детях. Скажем, родители, думающие о поддержке в старости, скорее всего, попытаются привить своим детям чувство вины, признательности, долга и сыновней любви, которые с успехом заменят формальное обязательство помогать своим родителям.

У экономистов слишком узкие взгляды на обязательства. «Манипулирование» впечатлениями детей с целью повлиять на их предпочтения — очень ненадежный, но в случае удачи — весьма эффективный способ добиться соблюдения обязательств. Чувства вины, привязанности и т.п. следует включить в разряд фактора предпочтений, чтобы лучше понимать, когда обязательства заслуживают доверия.

Родители, не оставляющие наследства, возможно, хотят воспитать в своих детях чувство вины перед собой именно потому, что их собственное потребление в старости им дороже, чем потребление их детей. Этот тип поведения, очевидно, более распространен, чем тот, при котором родители оставляют наследство, ибо родители малолетних детей зачастую не знают, будет ли обеспечена их старость. Они могут попытаться защитить себя от болезней, безработицы и других неприятностей, приносимых старостью, прививая своим детям готовность помочь родителям, когда это им понадобится.

Анализ связи между детскими впечатлениями и взрослыми предпочтениями тесно связан с исследованием рационального формирования привычек и склонностей [39]. Складывание предпочтений рационально в том смысле, что родительские расходы на детей частично зависят от ожидаемого воздействия детских впечатлений на взрослое поведение. У меня нет возможности рассмотреть здесь поведение детей (например, когда они плачут или ведут себя как «умницы»), которое, в свою очередь, влияет на склонности родителей.

Многие экономисты (включая и меня) слишком упирали на альтруизм, чтобы связать вместе интересы членов семьи. Осознание связи между детскими впечатлениями и будущим поведением делает необязательным поиск альтруизма в семьях. Но это и не возвращает анализ к одностороннему сосредоточению на эгоизме, ибо частично альтруизм заменяется чувствами вины, признательности, гнева и т.п., обычно упускаемыми из виду в моделях рационального поведения.

Если родители ожидают, что дети будут помогать им в старости (возможно, испытывая перед ними вину или тому подобные чувства), то даже те из них, кто не очень любит своих чад, будут больше инвестировать в их человеческий капитал и меньше сберегать себе на старость. Родители всегда предпочитают небольшое приращение своего потребления, равное приращению потребления их детей, если единственным способом для них увеличить свое потребление в старости является воспитание в детях чувства вины. Это означает, что родители-альтруисты, воспитывающие в своих детях комплекс вины, всегда недоинвестируют в их человеческий капитал. Вот почему воспитание чувства вины сопряжено с издержками и не совсем эффективно.

Родители-альтруисты, не планирующие оставлять наследство, пытаются создать в своих семьях «теплую» атмосферу, чтобы члены семьи были готовы прийти на помощь к тем, кто испытывает затруднения. Родители формируют ценности детей (включая чувства признательности, долга и любви), но на действия родителей сильно влияют государственная политика и социально-экономические условия.

Рассмотрим, к примеру, программу помощи престарелым (особенно беднякам, не оставляющим наследства), которая ослабляет зависимость стариков от детей. Исходя из предыдущих рассуждений, мы можем заключить, что родители, не нуждающиеся в поддержке на старости лет, не станут столь уж усердно воспитывать в своих детях чувства преданности, вины и т.п. Это значит, что программы социального обеспечения, существенно помогающие старикам, благоприятствуют ослаблению семейных связей в результате максимизирующей реакции на эти государственные мероприятия.

Трансформации семейных ценностей также способствуют: возросшая мобильность населения; рост богатства, сопутствующий экономическому росту; совершенствование рынков капиталов и системы страхования; повышение коэффициентов разводимости; уменьшение размеров семей; государственное медицинское обеспечение. Эти обстоятельства повысили благосостояние людей, но также и ослабили внутрисемейные связи, частично из-за ослабления стимулов к инвестициям в создание более крепких уз.

6. Заключительные замечания

Важным шагом в развитии теории индивидуального рационального выбора является включение в нее более широкого набора предпочтений, склонностей и расчетов. Этот шаг был сделан во всех рассмотренных мною примерах. Анализ дискриминации относит к числу факторов предпочтений антипатию — предубежденность против представителей отдельных групп (например, против негров или женщин). Предполагается, что преступники, решая, заниматься им незаконной деятельностью или нет, взвешивают возможные выгоды и риск, включая вероятность быть пойманными и суровость

наказания. В теории человеческого капитала люди рационально оценивают прибыли и убытки от таких видов деятельности, как получение образования, профессиональная подготовка, забота о своем здоровье, переселение — словом, от того, что может радикально изменить их образ жизни. Экономический подход к семье предполагает, что даже такое сокровенное дело, как принятие решений о вступлении в брак, разводе, рождении детей, основывается на сопоставлении преимуществ и неудобств, связанных с этими решениями. Выбор определяется предпочтениями, на которые сильно влияют альтруизм, чувства признательности и долга по отношению к другим членам семьи.

Поскольку экономический подход (теория рационального выбора) базируется на теории индивидуальных решений, критика этого подхода обычно обращается против конкретных предпосылок о принятии решений. Наши критики отрицают, что поступки индивидов последовательны и продуманны, особенно в нетрадиционных для экономической науки ситуациях, как-то: поведение преступников, фанатиков, политических деятелей, внутрисемейное поведение. Не желая вступать здесь в полемику, я просто утверждаю, что не появился еще подход, сравнимый по степени обобщения с теорией рационального выбора, который мог бы составить ей серьезную конкуренцию.

Хотя экономический подход к поведению строится на теории индивидуального выбора, он касается не только индивидов. Данный подход использует теорию микроуровня как удобный инструмент для получения выводов на макроуровне. Для этого теория индивидуального рационального выбора дополняется предпосылками о постоянстве или изменчивости технологий и о прочих детерминантах рыночных возможностей, о равновесии и об институциональной структуре (законах, нормах и традициях). Пригодность данной теории для макроэкономических обобщений делает ее интересной как для тех, кто определяет политику, так и для тех, кто изучает различия между странами и культурами.

Ни одна из теорий, рассмотренных в этой статье, не претендует на универсальность. Напротив, каждая дает конкретные выводы, которые могут быть проверены на эмпирическом материале. Рассуждения о том, предотвращаются ли преступления наказаниями; объясняются ли более низкие доходы женщин дискриминацией или более низким уровнем их квалификации; увеличивают ли разводимость законы о разводах, не требующие подтверждения измены, требуют доказательства практической важности прогнозов, получаемых с помощью теории индивидуальной рациональности.

Тесная связь между теорией и проверкой ее на практике помогает и в том и в другом случае избежать бесплодных исканий. Теории, ориентированные на практическое применение, поощряют возникновение новых источников информации (так, теория человеческого капитала стимулировала использование результатов социологических обследований). В то же время неожиданные результаты эмпирических исследований приводят к изменениям в теории. Так, попытка объяснить тот факт, что родители на Западе обычно завещают всем детям равные суммы, обогатила новыми деталями модели альтруистического поведения и предпочтений семьи.

Я был поражен тем, сколько экономистов стремятся изучать социальные проблемы, а не традиционно экономические вопросы. В то же время специалисты — представители социальных наук зачастую склонны применять экономические методы моделирования благодаря их большим аналитическим возможностям, вытекающим из предпосылки индивидуальной рациональности. Процветающие школы рационального выбора действуют в социологии, правовых и политических науках, в истории, антропологии и психологии. Модель рационального выбора — это наиболее перспективное направление системного подхода к анализу социального мира, которое разрабатывается исследователями, представляющими различные социальные науки.

Список литературы

- 1 Беккер Г.С. Теория распределения времени // Эконом. журнал. — 1965. — Т. 299. — С. 493–517.
- 2 Эдгворс Ф.И. Равную оплату для мужчин и женщин за труд равной ценности // Эконом. журнал. — 1922. — Т. XXXII. — С. 431–57; Фаусет М. Равной оплаты за равный труд // Эконом. журнал. — 1918. — Т. XXVIII. — С. 1–6.
- 3 Мюрдаль Г. Американская дилемма: негритянская проблема и современная демократия: В 2 т. — Нью-Йорк, 1944.
- 4 Беккер Г.С. Дискриминация на рынке: Дис. ... д-ра наук. — Университет Чикаго, 1955.
- 5 Беккер Г.С. Экономика дискриминации. — 1-е изд. — Чикаго, 1957.
- 6 Беккер Г.С. Сочинения. — 2-е изд. — Чикаго, 1971; Хатт В.Х. Экономика цветовой панели: изучение экономических истоков и последствий расовой сегрегации в Южной Африке. — Лондон, 1964.
- 7 Арроу К.Дж. Теория дискриминации // Дискриминации на рынках труда / Под ред. О.Эшенфельтер. — Принстон, 1973. — С. 3–33; Феллс Е.С. Статистическая теория расизма и сексизма // Амер.эконом.революция. — 1972. — Т. 62. — С. 659–661.

- 8 Лоури Г.С. Стимулирующее влияние позитивных действий // *Анналы Американской академии политических и социальных наук*. — 1922. — Т. 523. — С. 19–29.
- 9 Каин Г.Г. Экономический анализ дискриминации на рынке труда. Опрос // *Экономика труда: Справочник* / Под ред. О.Эшенфельтера, Р.Лейард. Справочники по экономике труда. Сер. № 5. — Нью-Йорк, 1986. — С. 693–785.
- 10 Меннингер К. Преступление от наказания. — Нью-Йорк, 1966.
- 11 Беккариа С. Преступления и наказания. — 1-е изд. — Индианаполис, 1986; *Бентам И.* Теория законодательства. — Нью-Йорк, 1931.
- 12 Беккер Г.С. Преступление и наказание: Искусство экономического подхода // *Полит. эконом. журнал*. — 1968. — Т. 76. — С. 169–217.
- 13 США. Приговор комиссии. Обсуждение проекта руководящих принципов предложения и программного заявления для организации: Предлагаемая глава 8 для руководства, с изложением принципов, 1988.
- 14 Стиглер Г.Дж. Оптимальное применение законов // *Полит. эконом. журнал*. — 1970. — Т. 78. — С. 526–536.
- 15 Беккер Г.С., Стиглер Г.Дж. Правоохранительные органы, должностные преступления и компенсация из органов // *Журнал правовых исследований*. — 1974. — Т. 3. — С. 1–18.
- 16 Поертский А.М., Шавель С. Оптимальное использование штрафов и лишение свободы // *Общественный эконом. журнал*. — 1984. — Т. 24. — С. 89–99; Познер Р.А. Экономический анализ права. — 3-е изд. — Бостон, 1986.
- 17 Эрлих И. Участие в незаконной деятельности: теоретические и эмпирические исследования // *Полит. эконом. журнал*. — 1973. — Т. 81. — С. 521–565.
- 18 Эрлих И. Сдерживающий эффект смертной казни; Вопрос жизни и смерти // *Амер. эконом. революция*. — 1975. — Т. 85. — С. 397–417; Национальный исследовательский совет (США), Группа исследований сдерживания и лишения эффективности. Сдерживание и оценка последствий уголовных санкций на уровне преступности. — Вашингтон, 1978.
- 19 Минсер Дж. Участие замужних женщин в труде // *Аспекты трудовой экономики: конференция Комитетов Национальных университетов экономических исследований в Принстоне*, 1962.
- 20 Беккер Г.С., Чизвик В. Образование и распределение заработка // *Амер. эконом. революция*. — 1966. — Т. LVI. — С. 358. 469.
- 21 Псачарополос Г. Заработок и образование в странах ОЭСР. — Париж; Вашингтон, 1975.
- 22 Беккер Г.С. Инвестиции в человеческий капитал: теоретический анализ // *Полит. эконом. журнал*. — 1962. — Т. LXX. — С. 9–49; Труд как подчинительный фактор // *Полит. эконом. журнал*. — 1962. — Т. 70. — С. 538–565.
- 23 Уильямсон О. Экономические институты капитализма: Фирмы, рынки, отношения. — Нью-Йорк; Лондон, 1985.
- 24 Гроссман С.Дж., Харт О.Д. Анализ принципиальных проблем // *Эконометрика*. — 1983. — Т. 51. — С. 7–45.
- 25 Беккер Г.С., Ландес Е.М., Майкл Р.Т. Экономический анализ семейной нестабильности // *Полит. эконом. журнал*. — 1977. — Т. 85. — С. 1141–1187; МакЭлрой М.В., Хорнеж М.Дж. Решения бытовых аспектов торговли: К обобщению теории спроса // *Междунар. эконом. метод*. — 1981. — Т. 22. — С. 333–349.
- 26 Каин Б.Е., Фероджон Дж., Фиорина М. Личный голос: Избирательный округ, обслуживание и избирательная независимость. — Кембридж, 1987.
- 27 Беккер Г.С., Томас Н. Человеческий капитал, взлеты и падения семей // *Журнал труд. эконом.* — 1986. — Т. 4 — С. SI–S39.
- 28 Минсер Дж. Обучение, опыт и прибыль. — Нью-Йорк, 1974.
- 29 Мерфи К.М., Уэлч Ф. Структура заработной платы // *Ежеквартальный журнал эконом.* — 1992. — Т. 107. — С. 285–326.
- 30 Денисон Е.Ф. Источники экономического роста в Соединенных Штатах. — Вашингтон, 1962; Шульц Т.В. Экономическая ценность образования. — Нью-Йорк, 1963.
- 31 Барро Р.Дж., Салай-Мартин Х. Конвергенция // *Полит. эконом. журнал*. — 1992. I Том. 100. — С. 223–251; Беккер Г.С., Мерфи К.М., Тамура Р. Человеческий капитал, вопросы рождаемости и экономического роста. — 1990. — Т. 98. — С. S12–S37; Лукас Р.Е. О механике экономического развития // *Денеж. эконом.* — 1988. — Т. 22. — С. 3–42; Ромер П.М. Возрастающая отдача и долгосрочный рост // *Полит. эконом. журнал*. — 1986. — Т. 94. — С. 1002–1037.
- 32 Минсер И. Обучение, опыт и прибыль. — Нью-Йорк, 1974.
- 33 Фаррелл С., Мандель М. Необычный смысл // *Неделя Бизнеса*. — 1992. — 26 окт. — С. 36–37.
- 34 Эрроу К.Дж., Куриц М. Государственные инвестиции, норма прибыли и оптимально-фискальная политика. — Балтимор, 1970; Касс Д. Оптимальный рост в агрегатной модели накопления капитала // *Эконом. исслед.* — 1965. — Т. 32. — С. 233–240.
- 35 Бизеран Е. Роль женщин в экономическом развитии. — Лондон, 1970.
- 36 Беккер Г.С. Теория социальных взаимодействий // *Полит. эконом. журнал*. — 1974. — Т. 82. — С. 1063–1093.
- 37 Барроу Р.Дж. Являются ли государственные облигации чистыми активами? — 1974. — Т. 82. — С. 1095–1117.
- 38 Беккер Г.С. Трактат о семье. Кембридж, 1991; Берестром Т. Свежий взгляд на теорему гнилого малыша и прочих бытовых тайн // *Полит. эконом. журнал*. — 1989. — Т. 97. — С. 1138–1159; Линдбэк А., Вейбулла Дж.В. Стратегическое взаимодействие с альтруизмом: Экономика свершившегося факта. Неопубликованные бумаги. — Стокгольмский университет, 1987.
- 39 Беккер Г.С., Мерфи М. Семья и государство // *Закон и экономика*. — 1988. — Т. 31. — С. 1–18.

Гэри Стэнли Беккер

Өмірге экономикалық көзқарас

Мақалада ғалымның өзі әр алуан әлеуметтік мәселелерге экономикалық тұрғыдан қарау деп санайтын аналитикалық саланы кеңейту мәселесі қарастырылған. Отбасының және қоғамдағы отбасылық бірліктің рөлі талданған. Өнеркәсібі дамыған елдерде бала туу көрсеткішінің төмендеу үрдісін және әр түрлі елдердегі, сондай-ақ қала мен ауылдық аймақтардағы бала туу деңгейлерінің алшақтығын түсіндіруге ұмтылыс жасалған. Ұсынылған ілімді «кылмыс жасау мен жазалау» саласында қолдану мүмкіндігі көрсетілген.

Gary Stanley Becker

The view of Economic life

The article tasked to expand the analytical region of what he calls the exercises an economical approach to various social problems. The analysis of the role of the family or the family unit in the society is given. An attempt is made to explain the trend of downward in the birth rate in the industrialized countries and the difference in fertility rates in the industrialized countries and the difference in fertility rates between different countries and between various and a rural areas. It shows the applicability of the suggested theory in the regions of «crime and punishment».

References

- 1 Becker G.S. *Econom. J.*, 1965, 299, p. 493–517.
- 2 Edgeworth F.I. *Econom. J.* 1922. Vol. XXXII, p. 431–57; Faucett M. *Econom. J.* 1918, XXVIII, p. 1–6.
- 3 Myrdal G. *An American dilemma: the negro problem and modern democracy*. In 2 vols, New York, 1944.
- 4 Becker G.S. *Discrimination in the market place*. PhD dissertation. University of Chicago, 1955.
- 5 Becker G.S. *The economics of discrimination*. 1st. ed. Chicago, 1957.
- 6 Becker G.S. Op. cit. 2nd ed. Chicago, 1971; Hutt W.H. *The economics of the colour bar: A study of the economic origins and consequences of racial segregation in South Africa*. London, 1964.
- 7 Arrow K.Dzh. *Discrimination in labor markets* / Ed. O.Ashenfelter, A.Rees. Princeton, 1973, p. 3–33; Phelps Ye.S. *Amer. Econm. Rev.* 1972, 62, p. 659–661.
- 8 Loury G.C. *Annals of the American academy of political and social science*. 1922, 523, p. 19–29.
- 9 Cain G.G. *Handbook of labor economics* / Ed. O.Ashenfelter, R.Layard. Handbooks in labor economics series, 5, New York, 1986, p. 693–785.
- 10 Menninger K. *The crime of punishment*, New York, 1966.
- 11 Beccaria C. *On crime and punishment*. 1st ed. Indianapolis, 1986; Bentham I. *Theory of legislation*, New York, 1931.
- 12 Becker G.S. *Journ. Polit. Econ.* 1968, 76, p. 169–217.
- 13 *United States Sentencing Commission. Discussion draft of sentencing guidelines and policy statement for organizaions: Proposed chapter 8 for the guidelines manual*, 1988.
- 14 Stigler G.Dzh. *Journ. Polit. Econ.* 1970, 78, p. 526–536.
- 15 Becker G.S., Stigler G.Dzh. *Law Journal of Legal Studies*, 1974, 3, p. 1–18.
- 16 Poerpsky A.M., Shavell S. *Journ. Public Econ.* 1984, 24, p. 89–99; Posner R.A. *Economic analysis of law*. 3rd ed. Boston, 1986.
- 17 Ehrlich I. *Journ. Polit. Econ.* 1973, 81, p. 521–565.
- 18 Ehrlich I. *Amer. Econ. Rev.* 1975, 85, p. 397–417; *National Research Council'(US), Panel of research on deterrent and incapacitative effects. Deterrence and in capacitation; stimating the effects of criminal sanctions on crime rates*, Washington, 1978.
- 19 Mincer Dzh. *Aspects of labor economic: a conference of the Universities-National Bureau Committee for Economic Research*, Princeton, 1962.
- 20 Becker G.S., Chiswick B. *Amer. Econ. Rev.* 1966, LVI, p. 358U69.
- 21 Psacharopoulos G. *Earnings and education in OECD countries*, Paris; Washington, 1975.
- 22 Becker G.S. *Journ. Polit. Econ.* 1962, vol. LXX, p. 9–49; Oi W.Y *Journ. Polit. Econ.* 1962, 70, p. 538–565.
- 23 Williamson O. *The economic institutions of capitalism: Firms, markets, relational contracting*. New York; London, 1985.
- 24 Grossman S.Dzh., Hart O.D. *Econometrica*. 1983, 51, p. 7–45.
- 25 Becker G.S., Landes Ye.M., Michael R.T. *Journ. Polit. Econ.*, 1977, vol. 85, p. 1141–1187; McElroy M.B., Hornejr M.Dzh. *International Econ. Rev.* 1981, 22, p. 333–349.
- 26 Cain B.Ye., Ferejohn Dzh., Fiorina M. *The personal vote: Constituency. service and electoral independence*. Cambridge, 1987.
- 27 Becker G.S., Tomes N. *Journ. Labor Econ.* 1986, 4, p. SI–S39.

- 28 Mincer Dzh. *Schooling, experience and earnings*, New York, 1974.
- 29 Murphy K.M., Welch F. *Quarterly Journ. J Econ.*, 1992, 107, p. 285–326.
- 30 Denison Ye.F. *Sources of economic growth in the United States*, Washington, 1962; Schultz T.W. *The economic value of education*, New York, 1963.
- 31 Barro R.Dzh., Sala-i-Martin X. *Journ. Polit. Econ.* 1992, I Vol. 100, p. 223–251; Becker G.S., Murphy K.M., Tamura R. *Human capital, fertility and economic growth*, Ibid. 1990, vol. 98, p. S12-S37; Lucas R.Ye. *Monetary Econ.*, 1988, 22, p. 3–42; Romer P.M. *Polit. Econ.*, 1986, 94, p. 1002–1037.
- 32 Mincer I. *Schooling, experience and earnings*, New York, 1974.
- 33 Farrell C., Mandel M. *Business Week*, 1992, October 26, p. 36–37.
- 34 Arrow K.Dzh., Kurz M. *Public investment the rate of return and optimal fiscal policy*, Baltimore, 1970; Cass D. *Rev. Econ. Studies*. 1965, 32, p. 233–240.
- 35 Boserup Ye. *Women's role in economic development*, London, 1970.
- 36 Becker G.S. *Journ. Polit. Econ.*, 1974, 82, p. 1063–1093.
- 37 Barro R.Dzh. *Are government bonds net wealth?* Ibid. 1974, 82, p. 1095–1117.
- 38 Becker G.S. *A treatise on the family*. Cambridge, 1991; Bergstrom T. *Journ. Polit. Econ.* 1989, 97, p. 1138–1159; Lindbeck A., Weibull Dzh.W. *Strategic interaction with altruism: The economics of Fair Accompli*. Unpublished paper, University of Stockholm, 1987.
- 39 Becker G.S., Murphy M. *Journ. Law: and Econ.*, 1988, 31, p. 1–18.

ӘОЖ 339.16

Д.М.Мадиярова, А.А.Рахимбаева

Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана
(E-mail: asema.31.1983@mail.ru)

Еуразиялық экономикалық одақ: Қазақстанның сыртқы саудасының жағдайы мен болашағы

Мақалада Қазақстанның сыртқы саудасының сыртқы жағдайы, халықаралық экономиканың даму болашағы туралы мәселелер ашылған. Сыртқы сауда экономикалық өсудің факторы ретінде экономиканың қалыптасуы мен дамуында маңызды рөл атқарады. Еуразиялық экономикалық одаққа кіру ахуалы бойынша сұрақтар қарастырылған. Әлемдік сауда туралы деректер Қазақстанның негізгі экспорттаушы ел екенін растайды, алайда ол бірқатар елдерден әлдеқайда артта қалып келе жатыр. Бұл ретте Қазақстанның әлемдік экспорттағы экспорт үлесінің өсу қарқыны бойынша рейтингтегі орныққан орны тұрақты емес. Соңғы он жылдықта (2003–2013) экспорттың құрамында күрделі өзгерістер байқалмады. Қазақстанның сыртқы саудасында осы күнге дейін оң сальдо сақталып келеді. 2013 жылы ол сальдо 33,6 млрд долл. тең болды.

Кілт сөздер: сыртқы сауда, сауда балансы, Кеден одағы, Еуразиялық экономикалық одақ, шикізат және шикізат емес тауарлар, Қазақстан, Ресей, Белоруссия.

Елдер арасындағы экономикалық қарым-қатынастардың сипаты мен құрылымдық өзгерістері, ең алдымен, сыртқы тауар саудасынан көрінеді. Ұлы географиялық ашылулар кезеңіне дейін халықаралық тауар саудасына санаулы елдер ғана қатысты, тіпті қазіргі кезде дүние жүзіндегі басты сауда орталықтарының біріне айналған еуропа елдерінің де сауда жасау аумағы шектеулі сипат алды. Бұған елдер мен дүние бөліктері арасындағы көлік қатынасының нашарлығы, саяси жағдайдың тұрақсыздығы, басқа елдер жөнінде нақты ақпараттың жетіспеуі себепші болды. Көбінесе басқа елдерден өте қымбат және сирек кездесетін тауар түрлері әкелініп, саудаға салынатын. Құрлықтағы негізгі халықаралық сауда жолдары қатарына Азия мен Еуропаны жалғастырған Ұлы Жібек жолы мен Еуропаның солтүстігі мен оңтүстігін байланыстырған сауда жолы жатады. Орта ғасырларда арабтар Сахара арқылы өтетін сауда маршрутын жасады; бұл жол Арабияны Солтүстік Африкамен, одан әрі Оңтүстік Еуропамен жалғастырды.

Көлік құралдарының жетілуі, Еуропада өнеркәсіптің өркендеуі, жаңа жерлердің ашылуы дүниежүзілік сауда қатынастарының ауқымын кеңейтті. Көп жүк көтеретін ірі кемелер легі Жаңа Дүниеден Еуропаға шикізат пен алтын тасымалдады. Соның нәтижесінде XVIII ғасырда сауда көлемі бес есе артты. XX ғасырдың басына қарай дүниежүзілік сыртқы сауда айналымындағы Еуропа

елдерінің үлесі 50 %-ға жетсе, Солтүстік Америка елдерінің үлесі 20 %-ды құрады. XX ғасырдың соңына қарай дүниежүзілік сыртқы сауда көлемі ғасыр басындағымен салыстырғанда 14 еседей өсті.

Қазіргі кезде ұлттық шаруашылықтардың халықаралық сауда жүйесіне неғұрлым жедел тартылуына қарамастан, дүниежүзілік тауар айналымының шоғырлану дәрежесі жоғары. Мұны дүниежүзілік экспорт пен импорттың географиялық құрылымынан айқын көруге болады. XX ғасырдың соңына қарай дүниежүзілік тауар айналымының 72 %-ы — Батыс Еуропа мен Азия елдеріне, ал Солтүстік Америка үлесіне 17 %-ы тиесілі болды. Өтпелі экономика тән бұрынғы социалистік елдердің үлесі бар болғаны 4 %-ды құрады. Дүниежүзілік тауар айналымында Азияның жаңа индустриялық елдерінің үлесі артып келеді, оларға әлемдік экспорттың 10 %-ға жуығы тиесілі. Корея Республикасының әлемдік экспорттағы үлесі 2008 жылы 2,9 % болса, импорты — 2,6 %; Сингапурдың үлесі сәйкесінше 2,3 және 2,2 %-ға тең.

XX ғасырдың соңына қарай дүниежүзілік сыртқы саудада дамыған 25 ел жетекші орын алды. Оларға әлемдік экспорттың — 84 %-ы, импорттың 82 %-ы тиесілі болды. Дамыған елдер өзара тауар айналымы жөнінен де жетекші орынға ие; АҚШ пен Канада арасындағы тауар ағыны дүниежүзілік керсеткіштің 3,2 %-ын құрады. Сыртқы сауданың тауарлық құрылымы халықаралық географиялық еңбек бөлінісіне, өндірістік және тұтыну тауарларына деген сұраныстың артуына тікелей байланысты. Тауар айналымының құрылымы ГТР әсерінен үлкен өзгеріске түсті. Ел экономикасына ықпал ететін маңызды көрсеткіштің бірі — сыртқы сауда сальдосы, оны экспорт пен импорт көлемінің айырмасы құрайды. Қытайдың сыртқы саудасына тұрақты оң сальдо (экспорт көлемі импорттан артық) тән болса, АҚШ-тың сыртқы сауда айналымы теріс мәнге ие.

Сыртқы сауданы халықаралық дәрежеде реттеу бағытында 1947 жылы Тарифтер мен сауда жөніндегі бас келісімде аталатын халықаралық ұйым пайда болды. Бұл құрылым негізінде 1995 жылы Дүниежүзілік сауда ұйымы құрылды. Қазіргі кезде құрамында 132 ел бар бұл Ұйым халықаралық сауда қатынастарын реттеумен қатар, қызмет көрсету, инвестиция және ақыл-ой меншігін қорғау саласында белсенді әрекет ететін үйлестіруші құрылым болып табылады. Ұйым құрамына кіруге Қазақстанда ұйымдастыру жұмыстары жүргізілуде. БҰҰ жанындағы Сауда мен даму жөніндегі комиссия да (UNCTAD) өз жұмысын елімізде белсенді жалғастыруда [1; 379–436].

Халықаралық экономиканың дамуының ең басты құралдарының бірі — халықаралық сауда. Оның көмегімен еңбектің өнімділігі жақсарыды және көтеріледі, өндірістің көлемі ұлғаяды. Жалпы алғанда халықаралық сауда мамандандыруды жетілдіретін құрал болып табылады, өз қорларының өнімділігін жоғарлатады және сол арқылы өндірістің жалпы көлемін үлкейтеді. Егеменді мемлекеттер, жеке тұлғалар және өңірлер, елдер бұйымдарды мамандандырулардың арқасында ұтып алады, олар көп есе салыстырмалы тиімділікпен өндіріп алады.

Елдер бірнеше себептер бойынша сауда жасап жатыр. Біріншіден, экономикалық қорлар — табиғи, адамгершілік, инвестициялық тауарлар — әлем елдері арасында өте бір қалыпты үлестіріліп жатыр; экономикалық қорлар жағынан өзгешеленеді. Екіншіден, әр түрлі тауарларды тиімді өндіру түрлі технологияларды немесе қорлардың комбинацияларын қажет етеді.

Сыртқы сауда экономикалық өсудің факторы ретінде экономиканың қалыптасуы мен дамуында маңызды рөл атқарады. Елдердің өндіріс факторларындағы, табиғи-географиялық жағдайларға монополия сияқты дәстүрлі салыстырмалы артықшылықтары емес, инновациялық үдерістермен, жаңа ақпараттық технологиялармен, тұтынушыны тандаумен, оның табысының деңгейімен байланысты артықшылықтары шығады [1; 379–436].

Біздің пікірімізше, Қазақстандағы экономикалық өсудің бәсеңдеуінің маңызды себептерінің бірі экспорттың өсу қарқындарының төмендеуі. Импорттың жылдам өсуінің сақталуы барысында экспорттың өсуінің айтарлықтай бәсеңдеуі тұрғысынан, ДЖӨ-дегі таза экспорттың үлесі 2013 жылдың өзінде-ақ болымсыз болып қалды. Сол шақта ішкі сұраныстың өсуінің баяу қарқыны барысында, Қазақстанның әлемдік нарықтарға қатысуын кеңейту экономикалық өсуді жеделдетудің ең бір маңызды тәсіліне айналып отыр.

Әлемдік сауда туралы деректер Қазақстанның негізгі экспорттаушы ел екенін растайды, алайда ол бірқатар елдерден әлдеқайда артта қалып келе жатыр. Бұл ретте Қазақстанның әлемдік экспорттағы экспорт үлесінің өсу қарқындары бойынша рейтингтегі орныққан орны тұрақты емес. Көбінесе бұл — экспорттың құндық көлемдерінің өзгеруі энергия қорларына, металдарға және шикізатқа бағаның құбылмалы динамикасымен анықталатынымен байланысты.

Есептеулер Қазақстанның әлемдік нарықтағы бәсекелес жайғасымдары, жалпы алғанда 2002–2013 жылдар ішінде бекігенін көрсетеді — экспорттың өсу қарқыны әлемдік орта көрсеткіштен асып

жығылатын. Бұл ретте Қазақстан экономикасының экспорттық бағдарының деңгейі (ІЖӨ-дегі экспорттың үлесі) біртіндеп төмендей бастады, оның ішінде ішкі нарықтың озық дамуының салдарынан да. Әлемдік экономикадағы экспорттың үлесі, керісінше, қорлардың салыстырмалы құнының көтерілуі және өндірістердің дамыған елдерден дамушы елдерге ауыстырылуының есебінен сауданың жандануы себепті өсті.

Қазақстанның Президенті Нұрсұлтан Назарбаев, «2009 жылдан бастап Қазақстанның еуропалық экономикалық кеңістік және Кедендік одақ бойынша әріптестерімен арадағы сауда айналымы 88 %-ға — 24,5 млрд долл. өскенін» атап өтті. Біздің Ресей мен Белорусияға шығаратын экспортымыз 63 %-ға өсті, оның ішінде өңделген тауарларды шығару екі есеге артты.

Сарапшылар жаһандану үдерісіне және инновацияларға экономикалық өсу факторлары ретінде жеткілікті көңіл бөлмейді. Соңғы жылдары жаһанданудың жаңа үрдістері байқалуда. Әлемдік экономиканың жалғасып келе жатқан өсуі жаңа өткізу нарықтары үшін, бұрынғыларын кеңейту үшін күреспен ілесе жүруде. Көбінесе бұл күрес жасырын, бүркемеленген сипатқа ие, бірақ оған бола ол өзінің өткірлігін жоғалтпайды.

2013 жылы әлемдік сауда көлемі 18,2 трлн долл. асып түсті. Қытай 4,16 трлн долл. көрсеткішімен АҚШ-ты (3,57 трлн долл.), Жапонияны (1,7 трлн долл.), ЕО (1,7 трлн долл.) артқа тастап, бірінші орынға шықты. Шекарасыз саудада онлайн-сауданың жегістіктері көрнекті, оның көлемдері 2013 жылы 1,25 трлн долл. жетті. Әлемдегі еларалық, блокаралық сауданың өсуімен қатар, блоктардың, одақтардың ішіндегі өзара сауда қарым-қатынастары айналым алуда. Әр түрлі аймақтық блоктар құрылып, нығаюда, оның ішінде — Еуропалық одақ (ЕО), НАФТА, МЕРКОСУР, АСЕАН, Азия-Тынық мұхит экономикалық ынтымақтастығы (АТЭЫ) және тағы басқа одақтар [2].

Сауда-экономикалық одақтарының, еркін сауда аймақтарының және ортақ нарықтардың саны 290-нан асады. Іс жүзінде түгелге дерлік елдер әр түрлі деңгейде оларға тартылған. Мұндай қауымдастықтардың ішіндегі өзара сауда көлемдері өсу үстінде. Мысалы, НАФТА Солтүстік Америкалық еркін сауда аймағындағы (АҚШ, Канада, Мексика) өзара сауда көрсеткіштері 2013 жылы 1,14 трлн долл. асса, АСЕАН Оңтүстік Шығыс Азия елдерінің еркін сауда аймағында бұл көрсеткіш 750 млрд долл., МЕРКОСУР Оңтүстік Америкалық ортақ нарықта (Аргентина, Бразилия, Венесуэла, Уругвай, сондай-ақ Боливия, Колумбия, Перу, Чили, Эквадор) 54 млрд долл. жеткен. Әлемдік сауда көлемдерінің 10,7 %-ы тек осы үш еркін сауда аймағының үлесіне ғана келеді.

Еуропалық экономикалық одаққа мүше-елдер ішіндегі (Ресей, Қазақстан, Беларусь) аталған көрсеткіш 2013 жылы 64,1 млрд долл. құрады. Бұл ретте Еуропалық экономикалық қоғамдастыққа (ЕЭҚ) мүше-елдердің Ресей сыртқы саудасындағы үлесі — 6,9 %-ды, Қазақстанның сыртқы саудасындағы үлесі — 18,4 %-ды, Беларусьтің сыртқы саудасындағы үлесі 50,6 %-да құрады. Жалпы, ЕЭҚ мүше-елдерінің сыртқы саудадағы айналымын жиынтықтағанда 1 077,5 млрд долл. құрайды (Ресей — 865,9 млрд долл., Қазақстан — 131,4 млрд долл., Беларусь — 80,2 млрд долл.), өзара сауда үлесі 2013 жылы 11,6 %-ды құрады.

ЕЭҚ-ның Беларусиядан басқа мүше-елдерінің өздері үшін, олар басым болып табылмайды. Мысалы, Ресей саудасында аса маңызды әріптестері 2013 ж. Қытай (88,8 млрд долл.), Нидерланды (76,0 млрд долл.), Германия (75 млрд долл.), Италия (53,8 млрд долл.), Украина (38,2 млрд долл.) болды. Қазақстан үшін жетекші әріптестері ЕО (53,3 млрд долл.), Қытай (28,6 млрд долл.), Ресей (23,5 млрд долл.) болды. Беларусь 738,8 млн долл. өзара сауда айналымы көлемімен 2013 жылы Қазақстанның бүкіл сыртқы саудасының небары 0,6 %-ын құрады [3].

Осылайша, біздің елдеріміз өзара сауда-экономикалық қатынастарын жандандыра және оларды барынша жоғары деңгейге ауыстыра отырып, өзге елдермен де өзара әрекеттестігін қысқартпайды.

Соңғы жылдары өңдеуші салаларды, әсіресе жаңа инновациялық салаларды үдемелі дамыту бағдарламаларын іске асырумен байланысты, жаңа өнімді өткізу нарықтары туралы мәселе бас көтерді. Бұл ретте, ел халқының санын, отандық нарықтың тарлығын ескергенде, көптеген өндірушілер үшін қандай да бір өнімді шығаруды меңгеру тиімсіз болып отыр. Бұл ұлттық экономиканы әртараптандырудың табиғи шектеуші болып табылады. Өндірісті бірден үлкен көлемдерден бастау және біздің жаңадан бастаған кәсіпкерлік үшін өткір бәсекелес болып табылатын нарыққа шығу үлкен тәуекелдің ісі болар еді. Отандық бизнестің жинақталған әлеуеті әлемдік нарықта өзімізді салыстырмалы түрде емін-еркін ұстауға әлі де мүмкіндік бермейді.

Бәсекелестіктің қатаң қыспағы жағдайларында дұрыс болып табылатын жалғыз нәрсе — ықпалдастық. Біздің Елбасымыз бұл мәселелерді бірнеше мәрте көтерген және еуразиялық ықпалдастық идеясын табандылықпен қозғап келе жатыр. Бұл идеяны іске асыру үшін барынша салмақты дәйектер бар. Ең алдымен, орталық әріптес ретінде неліктен Ресей таңдалып алынды. Бірінші дәйек — бұл табиғи артықшылықтары. Бұл елмен бізде ең ұзаққа созылған шекара — 7 мың

км. Ресей Федерациясының 12 субъектісі, оның ішінде Ресейдің өнеркәсіптік жағынан дамыған аймақтары — Самара, Волгоград, Челябині, Омбы губерниялары — Қазақстанмен шектеседі, ал біз жағымыздан Қазақстанның 8 облысы, яғни ел аймақтарының жартысы. Бізде бұрыннан қалыптасқан сауда-экономикалық байланыстар бар. Бірақ шекаралас аймақтар барынша белсенді қызметтестікте [3].

Қазақстанның Ресеймен сыртқы саудасы 2012 жылғы 23,1 млрд-тан 2013 жылы 23,5 млрд долл. дейін артты және Қазақстанның бүкіл сыртқы сауда айналымының 17,9%-ын құрады. Бұл ретте Қазақстан-Ресей сауда-экономикалық қатынастарындағы теріс сальдо көлемі өсуде. Мысалы, 2012 ж. бұл көрсеткіш 10,8 млрд, 2013 ж. — 11,9 млрд долл. құрады. Беларусьпен арада да осыған ұқсас жағдай. 2012 ж. сауда айналымының 791,5 млн долл. көлемі барысында теріс сальдо 608,3 млн долл. құраса, 2013 ж бұл көрсеткіштер, тиісінше, 738,8 млн долл. және — 624,6 млн долл. құрады. Бір жыл ішінде Қазақстанға кірген белорустық экспорт 97,4%-ға дейін кеміді, ал Қазақстан тауарларының импорты 62,3%-ға дейін қысқарды [4].

ЕЭҚ елдерінің өзара сауда көлемі 2014 жылдың бірінші тоқсанында \$13,2 млрд долл. құрады. 2013 жылдың қаңтар-наурыз айларымен салыстырғанда ол 12,6%-ға кеміді.

ЕЭҚ-ға мүше-мемлекеттердің үшінші елдермен сыртқы сауда көлемі қаңтар-наурызда 213,4 млрд долл. құрады, бұл 2013 жылдың ұқсас мерзімімен салыстырғанда 2,1%-ға аз. Бұл ретте үшінші елдерге экспорт 141,5 млрд долл., импорт — 71,9 млрд долл. деңгейінде қалыптасты. Тауарлармен сыртқа сауда сальдосы оң, 69,6 млрд долл. мөлшерінде. 2013 жылдың қаңтар-наурызында оның көлемі 65,4 млрд долл. құраған.

Ресей экспорты 2,3%-ға, 114,9 млрд долл., импорты — 5,4%-ға, 62,4 млрд долл. құлады, сыртқы сауда теңгерімінің сальдосы 52,5 млрд долл. деңгейінде болды. Қазақстанда экспорт 14,5%-ға, 21,4 млрд долл. дейін өсті, импорт 6,5%-ға, 5,5 млрд долл. дейін төмендеді, оң сальдо 15,9 млрд долл. құрады.

Беларусь Республикасының статистикалық қызметінің дерекқоры бойынша, (кестені қара) Беларусь Республикасының ЕЭҚ-ның барлық мүше-елдерімен және негізгі сауда әріптестерімен жалпы сауда айналымы, экспорты және импорты туралы мәліметтер келтірілген (жалпы сауда айналымының 1%-ынан астамы) [5].

К е с т е

ЕЭО-на мүше-елдердің экспорт және импортының жалпы сауда айналымы туралы мәлімет

Р/с №	Елдер	Беларусь Республикасының тауар айналымының жалпы үлесі, %	АҚШ экспорты, млн долл.	2014 ж. қаңтар-наурыз 2013 ж. қаңтар-наурыз, %	АҚШ импорт, млн долл.	2014 ж. қаңтар-наурыз 2013 ж. қаңтар-наурыз, %
1	Ресей	48,5	3 636,8	95,6	5 246,6	91,6
2	Украина	6,8	897,8	94,8	352,7	70,2
3	Біріккен әмірлік	6,0	1 043,3	469,4	50,1	84,5
4	Германия	5,4	443,4	100,8	552,1	80,6
5	Қытай	3,9	160,5	62,9	557,4	90,9
6	Польша	3,7	261,6	132,9	409,0	119,3
7	Италия	3,3	355,1	126,1	246,0	119,9
8	Нидерланды	2,9	446,6	29,6	80,3	84,6
9	Литва	2,1	292,1	143,8	92,0	83,6
10	Бразилия	1,5	227,4	201,6	46,8	73,1
11	Қазақстан	1,2	188,2	121,2	25,3	134,4
12	Молдова	0,4	53,7	76,8	19,6	94,7
13	Түрікменстан	0,3	58,3	122,2	0,3	30,0
14	Қырғызстан	0,2	41,5	89,1	2,8	104,0
15	Әзербайжан	0,2	25,8	110,0	1,8	58,4
16	Өзбекстан	0,1	12,7	62,0	9,1	114,2
17	Тәжікстан	0,05	8,1	93,0	0,9	55,7
18	Армения	0,04	6,4	115,5	1,8	188,5

Ескерту. Дерек көзі: ҚР Статистика бойынша агенттігі және Беларусь Республикасының Статистикалық мәліметтері комитеті.

Қазақстанмен сауда айналымы 2013 жылдың қаңтар-наурызымен салыстырғанда 22,7%-ға, немесе 39,4 млн долл., артты және 213,5 млн долл. құрады; сыртқы сауда сальдосы 162,9 млн долл. көлемімен оң қалыптасты. Экспорт 21,2%-ға өссе, импорт 34,4%-ға артты.

Ресей Федерациясымен сауда айналымына келер болсақ, 2013 жылдың қаңтар-наурыз айларымен салыстырғанда, 6,8%-ға азайды және 8,9 млрд долл. құрады, сыртқы сауда сальдосы 1,6 млрд долл. көлемінде теріс қалыптасты. Экспорт 4,4%-ға, импорт 8,4%-ға кеміді.

Сыртқы сауданың басым бөлігі небары 4–5 елдермен шектелген (РФ, ҚХР т.б.). Сондықтан халықаралық экономикалық немесе саяси ахуал күрделі болғанда туындайтын тәуекелдер мен қауіптіліктерді болдырмау мақсатында Үкімет сыртқы сауданы елдер бойынша барынша диверсификациялау керек.

Диверсификацияның жаңа бағыттары ретінде түркі тектес елдер мен Орталық Азия мемлекеттері болуы ықтимал. Мәселен, түркі тектес елдердің Қазақстанның сыртқы саудадағы үлес салмағы небары 6%.

Экспортта, негізінен, шикізаттардың үлес салмағы әлі де мол. Мемлекеттік индустриалдық-инновациялық бағдарлама аясында шикізаттық емес тауарлардың үлес салмағын экспортта көбейту жөнінде қосымша шаралар қабылдаған орынды.

Кеден одағына мүше-мемлекеттерде экспорт кезінде пайда болатын әкімшілік немесе өзге де заңсыз кедергілер әлі де сақталып отыр, әсіресе Ресей Федерациясы. Сол себептен Үкімет оларды алып тастау немесе жою жөнінде РФ Үкіметімен бірлесе отырып, кейбір қадамдар жасаулары қажет [6].

Қазіргі таңда отандық экспорт инвестициялық белсенділіктің сипаттарының белгілерінің пайда болуымен Қазақстан экономикасының тұрақтануы үрдісінде дамып жатыр.

Экономиканы модернизациялаудың және оның экспорттық әлеуетін нығайтудың маңызды тетігі болып капиталдар салымы көлемінің үздіксіз артуы болып табылады. Экспортқа бағытталған өндірісті және экспортты ынталандырудың қосымша көзі ретінде халықаралық лизингті пайдалану арқылы инвестициялық жобаларды аралас мемлекеттік коммерциялық қаржыландыру болып табылады [7].

Сыртқы жағдаятты жақсартудың және Қазақстан экспортының кірістілігін көтерудің қосымша факторы ретінде отандық өнімдерді шет елдерге жеткізудің географиясын кеңейту, экспорт кезіндегі тауарлардың кедендік құнын анықтаудың, оны негізсіз төмендетуін болдырмау мақсатында жүйені жасау, өндірушілер мен экспорттаушылардың салалық одағының ұсынған төменгі экспорттық бағаны бекітудің тәжірибесін кеңейту керек.

Бүгінге дейін Қазақстан экспортына тежегіш әсерін тигізетін факторлар мыналар:

- отандық өнеркәсіп өнімдерінің бәсекеқабілеттілігінің төмендігі;
- өндіруші өнеркәсіптің көптеген кәсіпорындарының қаржылық жағдайының ауырлығы, бұл ішкі ресурстар және бәсекеге қабілеті бар өндірістің коммерциялануы есебінен келешегі зор экспортқа бағытталған жобаларды инвестициялауға мүмкіндік бермейді;
- экспорттық өнімдердің саласын бақылау мен сертификациялаудың отандық жүйелерінің жеткіліксіз дамуы;
- Қазақстан экспортының қамтамасыз ететін көлік инфрақұрылымының жетілдірілмегендігі;
- Қазақстанның көптеген кәсіпорындарының экспорт саласындағы жұмыс тәжірибесінің және арнайы білімінің жетіспеуі және олардың сыртқы рынокқа шығуының координациялануы;
- бұрынғы кеңестік кеңістіктегі дәстүрлі өндірістік байланыстардың үзілуі;
- табиғи монополиялардың қызметтері мен өнімдеріне деген бағаның өңдеуші өнеркәсіптің өнімдеріне деген бағаның өсуімен салыстырғанда асып түсуі;
- несие мен инвестициялар үшін Қазақстанның халықаралық рейтингінің төмен болуы.

Бұл Қазақстан экспортын дамытуда шетел қаржысын пайдалануды қиындатады. Қазақстан экспортының келешегі мен жағдайын анықтайтын факторлардың жиынтығын есепке алып, бір жағынан, экспорттық қызметтегі бар кедергілер мен қиындықтарды тиімді жеңе білуге, екінші жағынан, экспортты дамыту үшін Қазақстанның сыртқы экономикалық саясаты мен экономикасындағы болып жатқан жағымды өзгерістерді барынша пайдалануға мүмкіндік беретін экспортты ынталандырудың мемлекеттік шаралардың біртұтас жүйесін құру қажет.

Осыған байланысты экспорттаушыларға мемлекеттік қолдаудың тиімді тетіктерін құру келесі арнайы бірқатар мәселелерді шешуді көздейді:

- мемлекеттің қатысуымен экспортты сақтандырумен несиелердің механизмдерінің қызмет етуін қамтамасыз ету, сонымен қатар экспорттық несиелер бойынша мемлекеттік кепілдік міндеттемелерді табыстау;
- Қазақстанның экспорттық өнімдерін белсенді жылжыту мен отандық кәсіпорындардың мүддесін шетелде қорғау бойынша мемлекеттік органдардың жедел жұмысын ұйымдастыру.

Сонымен, таяу және орта мерзімдік болашақта Қазақстан экспортында шикізаттық бағыт сақталады, ал мәселе сәйкес салалардың материалдық-техникалық базаларын бекіту болып табылады. Осы бағыттағы маңызды қадам болып отын-шикізат салаларындағы инвестициялық қызметті жандандыру болып есептеледі. Отын-шикізат экспортының тиімділігін арттыру ерекше мағынаға ие болады.

Атап айтсақ, өңдеудің тереңдігін ұлғайту және шетелге шығарылатын шикізат тауарларымен жартылай фабрикаттардың сапасын жақсарту, келісімнің бағалық және өзге де шарттарын үйлестіру, сыртқы рыноктағы жағдаятқа байланысты шикізат салаларының біртұтас экспорттық әлеуетін икемді шебер пайдалану, сонымен қатар мемлекеттің қаржысынан әлемдік бағаның өзгеруіне қарсы, экспорттық резервтерді тұрақтандыратын қор құру; экспорт бойынша шығындарды азайту мақсатында көлік инфрақұрылымын жетілдіру.

Қазақстан экспортындағы отын-шикізат тауарларының басымдығы халықаралық еңбек бөлінісіндегі Қазақстанның нақты және аса маңызды бәсекелік артықшылықтардың объективті бейнесі болып табылады. Қазақстанның әлемдік экономикаға тең құқықты әріптес ретінде ықпалдасуы, дайын өнімнің үлес салмағын арттыру пайдасына сыртқы экономикалық айырбастың пропорциясының құрылымын жақсартуынсыз, өндірістік ғылыми-техникалық кооперация, инвестициялық достастық, инновациялық жобаларды бірігіп жүзеге асыру сияқты достастықтың тиімді нысандарын меңгерусіз мүмкін емес. Осындай себеппен Қазақстанның ұзақ мерзімді негізгі экспорттық стратегиясы болып жоғары дәрежеде өңделген тауарлардың экспорты болып табылады.

Ұлттық экспорттық стратегияның маңызды элементі ретінде еліміздің экспорттық әлеуетін дамыту үшін халықаралық экономикалық достастықтың әр түрлі нысандарын қолайлы пайдалану болып табылады [8].

Соңғы жылдары мынандай нысандар, шетел инвестицияларын тарту және біріккен кәсіпорындар, халықаралық бірлестіктер мен ұйымдар құру, компенсациялық негіздегі достастық, несиелік келісімдер, лицензиялық сауда, халықаралық лизинг, инжиниринг, еркін экономикалық аймақтарды құру кеңінен таралып отыр.

Экспортты дамытудың шешуші факторы ретінде тауарлардың құрылымын жетілдіру мен ассортименттерді кеңейтуге мүмкіндік туғызатын ұлттық шаруашылықтың бәсекеқабілеттілігін арттыру болып табылады. Сондықтан да өзекті мәселе ретінде отандық өнеркәсіп өнімдерінің бәсекеқабілеттілігін арттыратын, кешенді мемлекеттік бағдарламалар мен алдыңғы қатарлы технологиялар мен өнімдерді меңгеруге жеке, соның ішінде шетел капиталдарының құйылуының ұйымдастыру-құқықтық және өзге де шарттарын белгілейтін мемлекеттік коммерциялық жобаларды дайындап шығару болып табылады.

Қазақстан экономикасының қазіргі жағдайы мен оның сыртқы-экономикалық қызметінің дамуының өзекті қиындықтарын есепке алып, экспортқа қаржылық көмек беру саласындағы бірінші кезектегі мәселелерге мыналар жатады:

- экспортқа бағытталған ұйымдар мен өндірістің айналым қаражаттарын қамтамасыз ету үшін тартылған өкілетті банктердің несиелік ресурстары бойынша кепілдік міндеттемелерді беру;
- экспорттаушыларды қорғауды қамтамасыз ету үшін коммерциялық және саяси тәуекелдерден экспорттық несиелерді сақтандыру мен мемлекеттік кепілдік міндеттемелерді табыстау.

Қазақстан экспортын ынталандыратын қаржылық көмек берудің басқа да бағыттарының арасынан мынадай шараларды қарастыруға болады:

- экспорттық жеткіліздіктерді қаржыландыратын банктерге мемлекеттік кепілдіктерді табыстау;
- халықаралық саудаға қатысу үшін берілген несиелер бойынша мемлекеттік кепілдік беру;
- сыртқы рынокты игеруге байланысты операцияларды сақтандыру;
- өнеркәсіппен, одан әрі тауарлар мен қызметтердің экспортына байланысты шағымдарды арбитраждық сотта қарау кезіндегі мемлекеттік баждардың көлемін төмендету.

Қазақстандағы экономикалық өзгерістердің қазіргі кезеңінде, ашық нарықтық шаруашылықтың түпкілікті жаңа құқықтық және институционалдық негізін қалыптастырудың белсенді процесі жүріп

жатқанда, мемлекеттің экспорттық қызметті ұйымдастыру және өзге де қамтамасыз ету шаралары, нормативті базаны жетілдіру бойынша мақсатты күш салуы ерекше мағынаға ие болады.

Сайып келгенде, шығатын қорытынды: экспортты ынталандыру — экономиканы дамытудың басымдылықтарының бірі қазіргі уақытта маңызды. Анығында, таза экспорттың өсу жылдамдығының төмендеуі ЖІӨ-нің өсуінің төмендеуі басты себебі болды.

Қазақстанның экспорттық саясаты жаһандану экономикасында елдер позициясын күшейтуге, сыртқы экономика саласының жоғарлауына үлес қосу, ұлттық шаруашылықты жаңғыртуға бағытталған. Бірігу процесі Қазақстанға экономикалық кеңістікке қатал күрес кезеңінде сенімді серіктестікті қамтамасыз етеді [9].

Әлемде күнде сауда тартысы болып жатыр. Кеше барлығы ӘСҰ-ке мүше болғанда, дағдарыс кезінде дамыған елдер жақтау саясатын жүргізді. Экономикалық кеңістік үшін талас үлкен сипат алады, әлем күрделі бола бастады. Әлемдік сауданың көлемі өсе бастады. Бұл байланыста біз одақты, сенімді әріптесті қажетсініп жатырмыз.

Әдебиеттер тізімі

- 1 *Manova K., Zhang Z.* Export Prices across Firms and Destinations // *Quarterly Journal of Economics.* — 2012. — № 127 (1). — P. 379–436.
- 2 *Алианов Р.* Казахстан. Live. — [ЭР]. Қолжетімділік тәртібі: <http://www.kazakhstanlive.ru/news/news-economy/news-id-1000>
- 3 *Алианов Р.* Экономическая политика и развитие взаимных бизнес-процессов в условиях евразийской интеграции // *Казахстанская правда.* — 2014. — 14 апр.
- 4 Қазақстанның ішкі сауда статистикасы // ҚР-ның Статистика бойынша агенттігі. — [ЭР]. Қолжетімділік тәртібі: <http://kazdata.kz/11/2014-01-export-import-kazakhstan.html>
- 5 *Нурша А.* Эволюция политической мысли в Казахстане по проблемам евразийской интеграции: «Евразооптимисты» и «евразоскептики» Казахстана. — Астана–Алматы, 2014. — С. 96–136.
- 6 *Schott P.* Across-Product versus Within-Product Specialization in International Trade // *Quarterly Journal of Economics.* — 2004. — № 119 (2). — С. 647–678.
- 7 Қазақстан Республикасында инвестицияларды тарту, арнайы экономикалық аймақтарды дамыту және экспортты ынталандыру жөніндегі 2010–2014 жылдарға арналған бағдарламаны бекіту туралы // Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2010 жылғы 30 қазандағы № 1145 Қаулысы.
- 8 Мәскеуде еліміздің тауарларын Ресейге экспорттау мәселесі талқыланды // *Егемен Қазақстан.* — 2014. — 18 тамыз.
- 9 Қазақстан Республикасында инвестицияларды тарту, арнайы экономикалық аймақтарды дамыту және экспортты ынталандыру жөніндегі 2010–2014 жылдарға арналған бағдарламаны бекіту туралы // Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2010 жылғы 30 қазандағы № 1145 Қаулысы.
- 10 *Исекешев Ә.* [ЭР]. Қолжетімділік тәртібі: <http://inform.kz/rus/article/2440763>, Ағымдағы жылы қазақстандық экспортты ынталандыру саясатын жүзеге асыру жалғасатын болады. 2012. — 14 ақп.
- 11 Индустриаландырудың екінші бесжылдығы ел экспортын өрістетеді // *Егемен Қазақстан.* — 2014. — 3 шілде.

Д.М.Мадиярова, А.А.Рахимбаева

Евразийский экономический союз: состояние и перспективы внешней торговли Казахстана

В статье изучен вопрос о состоянии внешней торговли, рассмотрены проблемы развития международной экономики. Отмечено, что фактор внешней торговли играет важную роль в формировании и развитии экономики. Также автором рассматривается вопрос о вхождении Казахстана в Евразийский экономический союз. Выделено, что данные о всемирной торговле подтверждают, что Казахстан — один из главных экспортеров, но среди экспортирующих стран его место в рейтинге роста экспорта официально не установлено. Показано, что на протяжении последнего десятилетия (2003–2013 гг.) в структуре экспорта не произошло кардинальных изменений. В статье подчеркнута, что в казахстанской внешней торговле сохраняется положительное сальдо, в 2013 г. составившее 33,6 млрд долларов.

D.M.Madiyarova, A.A.Rakhimbayeva

Formation of innovation human capacity at the enterprises of Kazakhstan Republic

In this paper studied the question of foreign trade and the problems of the international economy. Foreign trade factor plays an important role in the formation and development of the economy. It also discusses the issues of Kazakhstan's joining the Eurasian Economic Union. Data on global trade confirms that Kazakhstan is a major exporter, but it is behind of some countries. Among the exporting countries, Kazakhstan's position in the rating of export growth has not been formally established. It is shown that there has not been any drastic changes in the structure of exports during the last decade (2003–2013). A balance in Kazakhstan's foreign trade is maintained by this day. In 2013 the balance amounted to 33.6 billion dollars.

References

- 1 Manova K., Zhang Z. *Quarterly Journal of Economics*, 127 (1), 2012, p. 379–436.
- 2 Alshanov R. *Kazakhstan. Live*, <http://www.kazakhstanlive.ru/news/news-economy/news-id-1000>
- 3 Alshanov R. *Economical policy and development of business processes in terms of Eurasian integration*, Kazakhstan Today, 2014, April, 14.
- 4 *Kazakhstan domestic trade statistics* // Statistical Agency of Kazakhstan, <http://kazdata.kz/11/2014-01-export-import-kazakhstan.html>
- 5 Nursha A. *The evolution of political thought in Kazakhstan on Eurasian integration: «Euraoptimists» and «Euraskeptic» of Kazakhstan*, Astana–Almaty, 2014, p. 96–136.
- 6 Schott P. *Quarterly Journal of Economics*, 119 (2), 2004, p. 647–678.
- 7 *Resolution of the Government of the Republic of Kazakhstan № 1145 of 30.10.2010 «On Approval of the program of attracting investments, development of special economic zones and export promotion for the period 2010–2014».*
- 8 The issues of domestic goods export to Russia were discussed in Moscow, Kazakhstan Today, 2014, August, 18.
- 9 *Resolution of the Government of the Republic of Kazakhstan № 1145 of 30.10.2010 On Approval of the program of attracting investments, development of special economic zones and export promotion for the period 2010–2014.*
- 10 Issekeshov A. [ER]. Access mode: <http://inform.kz/rus/article/2440763>, This year the government will continue to promote the implementation of Kazakhstan's exports policy, 14 February, 2012.
- 11 *The second five-year plan of industrialization will increase national export*, Kazakhstan Today, 2014, July, 3.

ӘОЖ 338.43:338.242.2

А.А.Нұрғалиева, Е.А.Нұрғалиев, Р.Б.Сартова

С.Торайғыров атындағы Павлодар мемлекеттік университеті
(E-mail: sartova2010@mail.ru)

Ауылдық аймақтар экономикасының даму деңгейлері

Мақала аймақтағы экономиканың даму мәселелерін және болашағын зерттеуге арналған. Аймақтың дамуы бұл экономикалық, өндірістік, техникалық, әлеуметтік, этнодемографиялық, табиғи-экологиялық және басқа да үрдістердің өзара байланысы арқылы сипатталды. Авторлар аймақтық басқарудың жалпы түріндегі ең басты мәселесі аймақтың экономикалық кеңістік арнасында экономикалық қорлардың айналымын реттеу және осының негізінде тиімді қайта өндірістік үрдісінде жатыр деген қорытындыға келді. Сонымен қатар аймақтардың экономикасының даму деңгейлерінің өз заңдылықтары бар, оның жан-жақты толықтай тіркеу негізінде аймақтың саясаты жасалу керектігі жайында ұсыныс жасады.

Кілт сөздер: аймақтағы экономика, аймақтық саясат, инфрақұрылымды дамыту, мемлекеттік реттеу, халықаралық экономикалық саясат, экономикалық өсім, экономикалық даму, инфрақұрылымды жетілдіру, халық шаруашылық салалары, аймақтық басқару.

Аймақтық басқарудың экономикалық негізінде мыналар жату керек: коммуналдық меншікке аймақтың құқы және барлық аймақтық қорларға ие болу, қолдану және жұмсауға республика берген өкілдігі. Ең алдымен, аймақтық органдардың мемлекеттік басқару функциясын, өз іс-әрекетінде республиканың мүдделерімен анықталатын артықшылықты жүзеге асырады.

Аймақтық басқарудың жалпы түріндегі ең басты мәселесі аймақтың экономикалық кеңістік арнасында экономикалық қорлардың айналымын реттеу және осының негізінде тиімді қайта өндірістік үрдісі жатыр. Экономиканың негізін екі іргелі ақиқат құрайды және олар шын мәнінде экономиканың барлық мәселелерін қамтиды.

Аймақтың қабілеттеріне жауап бере алатын, көліктік және ауылшаруашылық машина жасауды дамыту, жоғары сапалы металдар шығару, сондай-ақ жеңіл және тамақ өнеркәсібіне өндірістік жабдықтарды шығару ең бастысы болуы мүмкін. Ауыл аумақтардағы және ауыл шаруашылығы жұмыскерлерінің әлеуметтік-экономикалық хал-ахуалы демографиялық жағдайдың нашарлауына алып келеді.

Әлемдік және қазақстандық тәжірибе ауыл шаруашылығы кәсіпкерлігін дамытудың түрлі үлгілерін ұсынады, олар соңғы тұтынушының сұранысын қанағаттандыруға және агроөнеркәсіп кешенін құруға негізделген әр түрлі біріктірілген корпоративтік құрылымдарға бағытталады.

Соңғы онжылдық ішінде аймақтық теорияларды зерттеуге (соның ішінде аймақтық саясат теориясына) аз көңіл бөлінді. Бұған қарамастан, аймақтың экономика туралы шығарылған кітаптар аз емес, аймақтық экономикасының теориялық негіздері тек кейбірінде ғана қарастырылған. Аймақтық саясат теориясының аймақтардың экономикалық дамуының мемлекеттік реттеу бағытын түзеді. Аймақтық өсім теориясын құрудың екі жолы бар [1]. Біріншісі — жалпы мемлекеттің жалпы экономикасының өсуін түсіндіруі үшін жасалған аймақтарға қолданылатын экономикалық өсім үлгілеріне баламалы болатын. Екінші — жеке кәсіпорындардың немесе фирмалардың іс-әрекетінің талдауына негізделген, өйткені олардың іс-әрекеті аймақтық дамуды анықтайды.

Аймақтардың экономикалық дамуын мемлекеттік реттеу теориясы екі негізгі сұраққа жауап беруі керек: Аймақтық саясаттың мақсатымен объектісі қандай болуы керек? Тандалған аймақтардың экономикалық дамуын ынталандыру тәсілдері қандай болуы керек?

Бірінші сұраққа жауап аймақтардың экономикалық дамуының реттеу объектілері мен мақсаттарының қажеттіліктері аймақтың өсім теориясынан шығады. Себебі, классикалық емес теориясының негізгі тұжырымы бойынша, уақыт өткен сайын аймақтардың экономикалық даму деңгейі теңеледі, аймақтық теориясының дамуының бастапқы кезеңінде бұл ғылыми мектептің жақтастары мынадай тұжырымға келді аймақтардың экономикалық дамуына мемлекет араласқан дұрыс емес.

Кумулятивтік өсім теориясының жақтастары өсуден немесе кем дегенде аймақтың экономикалық даму деңгейлерінің сәйкессіздік сақтаудан шығады, керісінше, аймақтың саясатын белсенді жүргізуді ұсынды. Аймақтардың экономикасының даму деңгейлерінің айырмашылықтарын азайту секілді аймақтық саясаттың мақсатын оларға тиесілі. Бұл бойынша мемлекет ең нашар дамыған аймақтардың экономикалық дамуын ынталандыру керек.

«Территориялық әділдіктің» қажетті минималды деңгейіне жету проблемасы, проблемалық аймақтарға ағындық қаржылық көмек беру арқасында негізінен шешілу мүмкін және керек. Аймақтардың экономикалық дамуының мемлекеттік реттеу әдістер жиынтығы бір теориялық тұжырымдамаға бағынбайды және мемлекеттің нақты проблемаларына байланысты әр елде айрықша болады. Мұнда жеке инвесторлар үшін аймақтардың тартымдылығын көтеру үшін қолданылатын тәсілдер принципіалды түрде әр түрлі екі топқа бөлінеді:

- а) теория қасиеттерін жақсарту — инфрақұрылымды жетілдіру;
- ә) аймақтарға келетін инвесторларға белгілі бір жеңілдіктер жиынтығын беру.

Таңдау кезінде мынаны ескеру керек, инфрақұрылымды дамыту, аймақтың экономикасының ұзақ уақытта перспективада өсіміне жақсы жағдай жасайды, ал қаржылық көмек бірқатар жағдайларда уақытта тиімділік береді. Жалпы экономикалық дағдарыс жағдайында салааралық, аймақаралық өндірістік байланыстардың іштей күрделенуін, халық шаруашылық салаларының арасында өзара тәуелділіктің өсуін байқаймыз. Республика экономикасының және оның аймақтарының және облыстарының керектіліктерін үйлесімділіктерін қамтамасыз ету тапсырмасы осыған байланысты үлкен мағынаға ие болады, өндірістік инфрақұрылымы бір халық шаруашылық кешенінің арнасында ықшамдау.

Кенес Одағын ведомстволарының мүдделерінен шығатын республикалар мен аймақтар дамытуының тәжірибесі олардың кешендік дамуының міндеті қажеттіліктерімен сәйкес келмейді және қазіргі кездегі халық шаруашылық кешенінің экономикалық тепе-теңдігінің бұзылуы өтпелі кезеңнің объективтік қиындықтарымен қатар, қоғамдық өндіріс саласындағы дағдарысты күрделендіреді [2].

Табиғи қорлар, өндірістік күштер, өндірістік қатынастардың әр аймақта өз ерекшеліктері бар, сондықтан қалыптасқан өндірістік құрылымында да өндірістік тиімділік деңгейінде де айырмашылықтары үлкен, олар аймақтардың әлеуметтік және экономикалық, тарихи, табиғи ерекшеліктерімен объективті жағдайлармен түсіндіріледі. Біздің ойымызша, олардың ең маңыздысы қамтамасыз ету болып табылады:

- әр түрлі қорлармен, олардың құрылымымен санымен, сапасымен, еңбек қорларымен, кәсіби және квалификацияланған құрылымымен;
- өндірістің құрылымы және мамандырылған өндірістік еңбектің бөлінуі;
- қалыптасқан экологиялық жағдай және қоршаған орта жағдайы.

Жоғарыда аталған аймақтық ерекшеліктерді ескере отырып, жеке салалармен өндірістердің аймақтың даму жолын анықтау, қоғамдық шығындарын көп көлемде үнемдеуге мүмкіндік береді және экономиканың қарқынды дамуына әсер етеді. Жалпы өндірістік территориялық құрылымын рационалдау осы немесе басқа аймақты қажетті масштабтарында көмекші өндірістерді дамуын қамтамасыз етуге, қоршаған ортаны қорғауға және табиғи қорларды рационалды қолдануға бағдарланған өндірістік инфрақұрылымның салааралық объектілерін құруға бағытталған.

Экономиканың оңтайлы құрылымын құру нарықтық шаруашылыққа көшу қажетті шарты және оның жақсы функциялануына жағдай жасайды. Қазіргі кездегі күрделілігі Солтүстік Қазақстанда да, жалпы республикада да, халық шаруашылық кешенінің мамандануының қалыптасқан деформациясының тереңдігі, өндірістік инфрақұрылымын экономика жолындағы негізі кедергісі, ол нарықтық механизмдерге негізделген қоғамдық өндірістерді ұйымдастырудың жаңа формасында оның негізінде республиканың экономикалық егемендігі және оның аймақтарының кешенді даму принципі жатыр [3].

Жаңа түсінік бойынша аймақтың дамуы — бұл экономикалық, өндірістік техникалық, әлеуметтік, этнодемографиялық, табиғи-экологиялық және басқа да үрдістердің өзара байланысқан, тығыз тәуелділіктегі белгілі бір аймақтың шекарадағы локализацияланған динамикалық жиынтығы. Осы өзара байланысқан үрдістердің даму жиынтығының өз заңдылықтары бар, оның жан-жақты толықтай тіркеу негізінде аймақтың саясат жасалу керек.

Аймақтық басқарудың жалпы түріндегі ең басты мәселесі аймақтың экономикалық кеңістік арнасында экономикалық қорлардың айналымын реттеу және осының негізінде тиімді қайта өндірістік үрдісі жатыр.

Жоғарыда аталған Қазақстанның және оның аймақтарының өндірістік құрылымында өндіруші салалары басым. Республиканың экономикалық дамуының стратегиялық жоспарларында мұндай сәйкессіздікті жою қарастырылған, ол белгілі бір уақыт бойы сақталады.

Экономиканың негізін екі фундаменталды ақиқат құрайды және олар шын мәнінде экономиканың барлық мәселелерін қамтиды.

Бірінші ақиқат: қоғамның материалдық қажеттілігі шексіз немесе тойымсыз.

Екінші ақиқат: экономикалық ресурстар шекті немесе сирек.

Кәсіпкерлік қызметтің факторларына экономикалық ресурстар жатады. Экономикалық ресурстар — тауар өндіруде қолданылатын барлық табиғат, адам және адамдардың өндірген құрал-жабдық ресурстары. Олар: фабрика, зауыт және ауыл шаруашылық құрылыстары, әр түрлі жабдықтар, құралдар, өндірістік тауарлар мен ауыл шаруашылық өнімдерін өндіруге қолданылатын машиналар, әр түрлі көлік, байланыс құралдары, материалдық байлықты өндіруге қатынасатын алуан түрлі еңбектер, жер және қазбалы байлықтар.

Ол ресурстар мынадай үлкен екі категорияға бөлінеді:

1. Материалдық ресурстар — жер, оның табиғи байлығы және капитал.
2. Адамдар ресурсы — еңбек және кәсіпкерлік қабілеттілік.

Кәсіпкерлік қабілеттілік — адамдардың ерекше таланттылығы. Оны түсіну үшін кәсіпкердің 4 қызметін түсіну керек, атап айтқанда:

1. Кәсіпкер барлық ресурстарды: жер, капитал және еңбекті өнім өндіру процесіне қосу ынтасын өз жауапкершілігіне алады, яғни өндірістің қозғаушы күші, себебі орындаған жұмысы мен көрсеткен қызметі табыс беретініне сенеді.

2. Кәсіпкер өндіріс процесінде барлық негізгі шешімдерді өз қолына алады және кәсіпорынның (фирманың) іс бағытын айқындайды.

3. Кәсіпкер — бұл жаңашыл, коммерциялық негізде жаңа тауар өндіруді, жаңа технологияны енгізу, бизнесті ұйымдастырудың жаңа формаларын енгізуге аянбай жұмыс істейтін кісі.

4. Кәсіпкер — бұл тәуекелге баратын кісі. Тәуекелге бару үшін істелетін істің егжей-тегжейін айқын талдап, қорытындысында не болатынын білген жөн (капитализм кеңес өкіметі емес, ешкім жай ғана көмек көрсетпейді).

Кәсіпкер тек қана өз уақытын, еңбегін, іс қабілеттілігін тәуекелге салмайды, сонымен бірге өндіріске кеткен өзінің және өзінің қоғамдық инфрақұрылымын қайта құру үрдісінде басқа жолдарды бір уақытта бекіту қажет, өндіруші салаларға жаңа технологияларды енгізу керек. Осы салалардың өнімі халық шаруашылық кешенін модернизациялау үшін ішкі қаржы қорларын жинаудағы негізгі жолы болып табылады және қалыптасқан өндірісті ұйымдастырудың экстенсивті сипаты қоғамдық өндіріс сферасының басты проблемалардың бірін түрлендіреді.

Республикалық халық шаруашылық кешенінің құрамдас бөлігі ретінде аймақтың рационалды өндірістік инфрақұрылымын құру мақсаты, әлеуетіне сәйкес Қазақстанның стратегиялық мақсаттарына жетудегі облыстардың рөлі мен орнын анықтау керек. Осыған қарап облыстарда өндірілуі, қандай көлемде дамуы қажет екені және экономикалық тиімді өнім саласы қандай екенін анықтау қажет.

Қазіргі кезеңнің басты мақсаты өнеркәсіп өндірістің тұрақтандырылуы және модернизация болып табылады. Оның маңыздысы металлургиялық-машина жасау технологиялық байланысы болу керек.

Металлургия өндіруші және өңдеу салалар дамуының негізі болып табылады. Солтүстік Қазақстанда көп салалы машина жасауды дамыту үшін қажетті жағдайлар бар: жергілікті шикізат, энергетикалық және су қорларына бағадарланған, дамыған металлургиялық база, өндірістік база, квалификациялаған кадрлар.

Осы проблеманы дұрыс шешу мақсатының ең басты шарттарының бірі, біздің ойымызша, аймақтың өндірістік инфрақұрылымын жасаудың мемлекеттік реттеу, сондай-ақ Республиканың сыртқы экономикалық саясаты болып табылады.

Соңғы жылдардың жақсы экономикалық өсімі көбінесе конъюнктуралық сипатта және өндірістік-техникалық базаның дамуы мен өсуіне іс жүзінде тікелей әсері жоқ факторларға байланысты.

Тұрақты өсім траекториясына шығу үшін, ең алдымен, халықаралық нарықта жақсы бәсекелесе алатын инновациялы-белсенді шаруашылық құрылымдарын жасау керек, ғылыми техникалық дамудың басты бағыттарына қорларды жинастыру қажет, инновациялық белсенділікті нығайтуға бағытталған экономикалық саясат керек. Бұл проблеманы шешу екі өзара байланысқан жазықтықта жатыр. Біріншіден, инновациялық дамуға жақсы әсер ететін сыртқы ортаны құру қажеттілігі, екіншіден, ғылыми-техникалық өндірістік және әлеуетті ескере отырып, инновациялық типті шаруашылық құрылымын түзетін механизмін жасау керек [4].

Кәсіпорындардың территориялық жақын орналасуы ғылыммен өндірісті толықтай және тиімді байланысын қамтамасыз етуге мүмкіндік береді. Ғылыми және өндірістік базаны рационалды қолдануға, жарық техника кадрларының деңгейін көтеруге, ғылыми жаңалықтарды өндіріске енгізуді жылдамдатуға, Республикамыздағы ғылыми-техникалық және инновациялық салаға қосымша бюджетті және бюджеттік емес инвестицияларды тартуға, ғылыми зерттеуге бөлінетін бюджеттік қаражаттарды тиімді қолдануын көтеріп қайтаруын қамтамасыз етеді.

Нарықтық қатынастардың дамуы мен қалыптасуы кезеңінде тауар өндірушілер мен қайта өңдеу кәсіпорындары және сауда ұйымдарының арасындағы қарым-қатынастардың қайшылықтары асқына түсті. Осы нарықта субъектілер арасындағы кәсіпкерлік байланыстар қауіп-қатерде болды. Ең тиімсіз жағдайға өнім өндірушілер қалып отыр. Монополистік кәсіпорындар шикізатты қайта өңдеу өнеркәсібінде төмен бағамен сатып алатын айналым қорларының жетіспеушілігіне, инвестициялардың қысқаруына, оның салдары тыңайтқыштар мен гербицидтерді қолданудың азаюына, техникаға жүктеменің көбеюіне, нақты жалақы деңгейінің төмендеуіне алып келеді.

Ауыл аумақтардағы және ауыл шаруашылығы жұмыскерлерінің әлеуметтік-экономикалық хал-ахуалы демографиялық жағдайдың нашарлауына алып келеді.

Ауыл шаруашылығы өндірісінің дамуына әрекет етуші қаржы-несиелік механизмдердің несиені пайдаланғаны үшін жоғары пайызы оңтайлы әсерін тигізбеді. Аталған жағдайлардағы қатынастарда банктер ауыл шаруашылығына қаражат салуға қызығушылық танытпайды, себебі онда қор айналымы басқа салаларға қарағанда едәуір төмен.

Ауыл шаруашылығының нарықтық қайта құрылуы кезінде аграрлық кәсіпкерлік ерекше дамуда, әр түрлі кәсіпкерлік құрылымдар, шағын, орта және ірі кәсіпкерліктердің дамуына ерекше көңіл

бөлінген, агроөнеркәсіптік өндірістердің бәсекеге икемді, теңгерілімді, аяғынан нық тұрған, тұрғындарды азық-түлікпен қамтамасыз ету және олардың тұрмыс сапасы көрсеткіштерінің оң динамикасын орнықтыруға бағытталған, аграрлық экономиканың жұмыс жасауының жүйелік тәртібі мұның негізі деп түсінеміз.

Қазақстан үшін алда көптеген мәселелер тұрды, болашақта дамыту процестерінде пайда болатын еліміздің шикізатқа бағытталған экономикалық өсу қарқынын тоқтатты, оны дамыту үлгілерінің тиімділік жақтарын, пайдалану мүмкіндіктерін және, керісінше, құтылу мүмкіндігін де көрсетті, дамыған елдердің саясаттары, экономикалары және күштері өзара байланыстылығын байқатты.

Қазақстанның экспорттық өнімдеріне сұраныстың азаюы, сыртқы саудада әріптес елдердің қаржылық тұрақсыздануы, ұлттық валютаның құнсыздана бастауы, елдің сауда және төлем балансының төмендеуі, экономикалық ішкі дағдарыс құбылыстарының артуы: бюджет тапшылығының өсуі, төлем дағдарыстары және басқа да мәселелер байқалды.

Әлемдік және қазақстандық тәжірибе ауыл шаруашылығы кәсіпкерлігін дамытудың түрлі үлгілерін ұсынады, олар соңғы тұтынушының сұранысын қанағаттандыруға және агроөнеркәсіп кешенін құруға негізделген әр түрлі біріктірілген корпоративтік құрылымдарға бағытталады [5].

Ауыл шаруашылығында кәсіпкерліктің негізгі субъектісі — шаруа қожалығы. Шаруа қожалығы — өзінің қызметтерінде толық экономикалық еркіндігі бар және тауар өндірушілерге тәуелді емес. Қазіргі кезде шаруа қожалықтарын дамытудың мәселелері жөнінде толық баяндау үшін, ең алдымен, кәсіпорынның бұл түрінің түсінігіне тоқталып өткен жөн. Ауыл шаруашылығының тәжірибесінде және ғылыми әдебиеттерде кең көлемде қарастырылған және оған әр түрлі ой-пікірлер келтірілген [6].

Кейбір зерттеушілер былайша тұжырымдайды, шаруа қожалығы — бұл өз алдына бір түсінік, ал қожалық — мүлдем басқаша ұғым, ол тауарлық деңгейін арттырады және шаруа қожалықтарының өндірген өнімінің көлемі тек қожалықта қалыптасады. «Шаруа қожалығы» деп натуралды шаруашылықты да айтуға болады, ал шаруа қожалықтарында жоғары тауарлы кәсіпкерлік қызмет әрекет етеді. Ал кейбір жағдайда шаруа қожалығы — бұл өмірдің әлеуметтік бейнесі, яғни отбасының қажеттілігін қанағаттандыруға бағытталады, ал басқа жағынан, қожалық — бұл ауыл шаруашылығы агробизнесінің әлеуметтік-экономикалық түрі.

Елімізде шаруа қожалықтарының көбі әлі де қалыптасу кезеңін бастан кешіруде, сол себептен олар мемлекет тарапынан қомақты экономикалық қолдауды қажет етеді. Адамдар меншікті істі тек нағыз бастамашыл жандар ғана, көмексіз бастай алатын тәуекелге бас тігу екенін түсінеді. Осы тәуекелді азайту үшін үкіметтік жәрдемнің арнайы тетігі қажет, ал соңғы кезде Қазақстан Республикасында қабылданған нормативтік актілерде ол ішінара қарастырылған.

Қазақстан Республикасының «Шаруа қожалықтары жөнінде» Заңына сәйкес, «шаруа қожалығы бұл адамдардың жеке кәсіпкерлікті жүзеге асыруы, ауыл шаруашылығына арналған жерлерді ауыл шаруашылығы өнімін өндірумен, сондай-ақ осы өнімді ұқсатумен және өткізумен тығыз байланысты отбасылық-еңбек бірлестігі» деп танылады. Шаруа қожалығының субъектісі болып, заңды тұлға құрмай және заңды тұлға белгілері болмаған жағдайда кәсіпкерлік қызметпен айналысатын жеке тұлғалар табылады.

Қазақстанның экономикалық іс-әрекеті республиканың мемлекеттік органдары мен министрліктері мен және комитеттерімен реттеледі. Экономикалық байланыстардың дұрыс және мақсатты дамуы үшін ең бастысы негізделген экономикалық саясат болып табылады. Экономикалық саясат мемлекеттің сыртқы саясатының негізгі бөлігі болып табылады.

Қазақстанның экономикалық саясатының тиімді болуына әлемдік ТНҚ мен қарым-қатынасының дамуы үлкен әсер етуі мүмкін, егер бүгінгі күннің өзінде экономикалық және құқықтық сипаттағы барлық жағдайларға ие болып отырған жеке қазақстандық фирмалардың ынтасы болса. Бұл шаруашылық бірліктерінің халықаралық экономикалық қарым-қатынастарға ену формалардың түрлендіруге мүмкіндік береді. Бұл жағдайды сыртқы экономикалық саясатының мақсаты тек қана ынтасын білдіру үшін жағдай жасау ғана емес, сонымен қатар әлемдік тауар нарығына бәсекелестігі жоғары өніммен шығуды ынталандыру болып табылады.

Аймақтық саясат халықты еңбекпен қамтамасыз етуді және экономикалық өсуге жағдай жасауға бағытталған, аймақтың еңбек нарығында жағдайды жақсартуға және құрылымдық түрлендіруді жеңілдету үшін, ұзақ уақытта және бәсекеге қабілеті жұмыс орындарын құрумен, құрылымдық нашар аудандарын экономикалық өсімін жақсартуға ерекше назар аударады.

Мемлекеттің экономикалық іс-әрекетін тиімділігі және реттеу мемлекеттің аймақтың саясатының бөлінбес бөлігі болып табылады.

Экономикалық іс-әрекетті мемлекеттік реттеу саны да және мазмұны бойынша елдің даму деңгейі мен жағдайына, халықаралық экономикалық саясаттың өзгеруіне және әлемдік нарықтың

конъюнктурасына, экспортты-импортты операциялар облысындағы мемлекет жүргізетін саясаттың сипатына және шетелдік инвестицияларды ынталандыруға байланысты өзгеріп отырады.

Қазақстанда шетелдік инвесторларды тарту үшін және отандық кәсіпкерлердің жұмыс істеуі үшін және өнімді экспорттау және импорттау бойынша тауар өндірушілерге арналған көптеген спецификалық жағдайлар жасалған. Қазақстандағы саяси тұрақтылық және сыртқы сауданың либерализациясы үшін экономикалық реформаларды тереңдетуге қатыстылығы шетелдік инвесторларды және кәсіпкерлер үшін заңдарды ыңғайлы қылып тұрақты түрде жетілдіріп жаңа заңдарды енгізу жақсы таныс. Экономикалық қарым-қатынаста экспорттық-импорттық операциялар ең көп тараған, оларды жүзеге асыру сұрақтары қарастырылады.

Әдебиеттер тізімі

- 1 *Омурзаков Т.* Особенности национальной инновационной системы Казахстана // Саясат. — 2008. — № 1. — С. 38–43.
- 2 *Нұрғалиева А.А.* Ауылдық аудандарда әлеуметтік инфрақұрылымды дамытудың экономикалық механизмі: Монография. — Павлодар: «Кереку» баспасы, 2011. — 176 б.
- 3 *Үмбеталиев А.Д., Керімбек Ф.Е.* Кәсіпорын экономикасы және кәсіпкерлік. — Алматы: Бастау, 2002. — С. 98–113.
- 4 *Evenson R.E.* Economic Impacts of Agricultural Research and Extension. [ER]. 2001. Access mode: <http://escop.ncsu.edu/infobook/evensonhandbookchapter1.pdf>. — Date of access: 13.08.2013.
- 5 More and Better Investment in Agriculture//World Bank [ER]. 2010. Access mode: <http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/EXTDEC/EXTRESEARCH/EXTWDRS/0,contentMDK:23092384~pagePK:478093~piPK:477627~theSitePK:477624,00.html>.-Date of access: 10.09.2013.
- 6 FAO Statistical Yearbook 2013// Food and Agriculture Organization of the United Nations [ER]. 2013. Access mode: Mode of access: <http://www.fao.org/docrep/018/i3107e/i3107e00.htm>.-Date of access: 23.09.2013.

А.А.Нурғалиева, Е.А.Нурғалиев, Р.Б.Сартова

Уровень развития экономики сельских регионов

Статья посвящается проблемам развития экономики региона, рассматривается перспектива развития экономики Казахстана. Определено, что совокупность методов, обеспечивающих государственный контроль экономического развития регионов, не подчиняется одной теоретической концепции. В этом отношении в статье выявляются особенности определенных проблем в разных регионах. Выделено, что региональное развитие — динамическая совокупность экономических, производственно-технических, социальных, этнодемографических, природно-экологических процессов, связанных между собой и локализованных в пределах определенного региона. Показано, что главный вопрос регионального управления — в упорядочивании оборота экономических ресурсов в русле регионального экономического пространства и осуществлении на этой основе эффективного вторичного производственного процесса. Подчеркнуто, что существуют определенные закономерности регионального экономического развития, и политика развития региона полностью основывается на их выявлении.

A.A.Nurgaliyeva, Ye.A.Nurgaliyev, R.B.Sartova

Level of development of economy of rural regions

Purpose — Economic role and importance of social infrastructure predetermine a special need for comprehensive improvement of management of the sphere at the level of each region. Methodology — Natural and effective form of economy management in agrarian sector is the farm household. It is there can be most completely into account the specific biological factors of production organization in the industry and created the most favorable conditions for the efficient use of land and water, growth and development of plants and animals. Economic role and importance of social infrastructure predetermine a special need for comprehensive improvement of management of the sphere at the level of each region. Originality value — Research of social and industrial infrastructure of the village and development of proposals on development of social infrastructure investment process and protection rural population. Natural and effective form of management in agrarian sector is farm household. Findings- Efficient industrial activity of agricultural enterprises requires the creation of necessary conditions for workers in the labor process, and in the reproduction of the workforce. This task is intended to perform business and support units of infrastructure. In the long term development of agriculture it also depends on social conditions in rural areas.

References

- 1 Omurzakov T. *Sayasat*, 2008, 1, p. 38–43.
- 2 Nurgaliyeva A.A. *Auıldik audandarda aleumettk infrakurilimdi damutudun 'ekonomikalyc mehanisimi*, monography, Pavloar: «Kereku» Publ., 2011, p. 176.
- 3 Umbetaliyev A.D., Kerimbek G.Ye. *Kasihohin economicasi shane kasihkerlik*, Almati: Bastau, 2002, p. 98–113.
- 4 Evenson R.Ye. *Economic Impacts of Agricultural Research and Extension*, [ER]. 2001, Access mode: <http://escop.ncsu.edu/infobook/evensonhandbookchapter1.pdf>. — Date of access: 13.08.2013
- 5 *More and Better Investment in Agriculture* // World Bank [ER]. 2010, Access mode: <http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/EXTDEC/EXTRESEARCH/EXTWDRS/0,contentMDK:23092384~pagePK:478093~piPK:477627~theSite PK:477624,00.html>. -Date of access: 10.09.2013.
- 6 FAO Statistical Yearbook 2013// Food and Agriculture Organization of the United Nations [ER]. 2013, Access mode: <http://www.fao.org/docrep/018/i3107e/i3107e00.htm>. -Date of access: 23.09.2013.

УДК 338.242.4.025.87

Т.Б.Казбеков, А.З.Стыбаева

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

Повышение конкурентоспособности отраслей национальной экономики за счет увеличения производительности труда

В статье рассмотрено содержание Концепции инновационного развития Казахстана до 2020 г., в которой определены три основные группы вызовов. Особо подчеркивается необходимость повышения производительности труда как ключевой задачи нового этапа экономического развития республики. Определены методы изучения и показатели уровня производительности труда на предприятиях. Отмечается, что разработка конкретных мероприятий для обеспечения более эффективного и полного использования трудового потенциала предприятия требует классификации факторов, влияющих на производительность труда. Авторами делается вывод, что инновации как инструмент повышения конкурентоспособности экономики могут найти весомое место в Программе «Производительность – 2020».

Ключевые слова: инновационное развитие, производительность труда, потенциал, повышение, определение, факторы, программа.

Концепция инновационного развития Казахстана до 2020 года

В свете реализации Стратегии «Казахстан-2050» Республика Казахстан (РК) сегодня стоит на пороге очередного этапа развития. Правительство РК разработало новую Концепцию инновационного развития до 2020 г., в которой определены три основные группы вызовов [1; 17]:

Первая связана с необходимостью модернизации традиционных отраслей экономики (таких как нефтегазовый сектор, нефтепереработка, ГМК, геология, энергетика, строительство, сельское хозяйство и пр.) и вывода их на новый уровень конкурентоспособности и технологического развития.

Вторая группа вызовов определяется инновациями в социальной сфере. Приоритетом здесь становится внедрение новых технологий в медицине, образовании, сфере ЖКХ, предоставлении государственных услуг. Примером работы в этом направлении является проект Smart City, в рамках которого в Астане внедряется современная система управления городом.

Третья группа — это новые технологические вызовы третьей индустриальной революции. Среди ключевых трендов в этой сфере обозначены автоматизация производства, включая интеллектуальные производственные системы, применение новых материалов (таких как биокomпоненты, металлографика, капиллярные структуры), логистика нового поколения, а также новые энергетические технологии.

С учетом обозначенных вызовов в Концепции сформированы три основных направления дальнейшего инновационного развития страны.

Во-первых, необходимо развивать собственные научные компетенции. И здесь уже заложены правильные подходы. Принят новый Закон «О науке», создаются исследовательские вузы, внедрены грантовая система финансирования и независимая международная экспертиза. Вместе с тем формирование критической массы отечественных исследователей и ученых, которые обеспечили бы появление казахстанских абсолютных инноваций, займет не менее 10–15 лет.

В этой связи в ближайшее время акцент будет сделан на втором направлении — стратегии умного трансферта технологий. Речь идет о переходе от простого закупа оборудования и технологий к более сложным формам их переноса и адаптации в местных условиях. Наряду с трансфертом «зрелых» технологий, настроенных на действующую промышленную базу, нужно решать и более сложную задачу по обеспечению притока опережающих технологий, находящихся сегодня на ранних стадиях разработки. В этой сфере Казахстан должен активно участвовать в международной сети трансферта технологий.

Третье направление — формирование инновационной среды.

Представлены также ключевые индикаторы, которые должны быть достигнуты по результатам реализации Концепции. Так, к 2020 г. Казахстан должен подняться на 40-е место в рейтинге ВЭФ, войдя в группу стран с экономикой инновационного типа. При этом доля инновационной продукции должна быть доведена до 2,5 % от ВВП, а число инновационно активных предприятий — до 50 %. К этому времени в республику должно быть привлечено 50 высокотехнологичных иностранных компаний, реализовано 10 казахстанских инновационных проектов мирового уровня и получено 100 международных патентов.

Рост производительности труда как ключевая задача нового этапа экономического развития

В настоящее время в мире одним из конкурентных преимуществ является производительность труда. Именно благодаря высокой производительности труда индустриально развитые страны мира наращивают свой экономический потенциал.

Как видно из рисунка 1, по сравнению с индустриально развитыми странами в Казахстане производительность труда остается на низком уровне [2; 45,46]. В настоящее время в республике уделяется большое внимание повышению конкурентоспособности отраслей национальной экономики, в том числе за счет увеличения производительности труда.

Как известно, под производительностью труда как экономической категорией принято понимать эффективность (плодотворность) трудовых затрат, способность конкретного труда создавать в единицу времени определенное количество материальных благ. Любое повышение производительности труда дает экономию совокупного (живого, овеществленного и будущего) труда. Конкретно такое повышение состоит в том, что доля живого труда уменьшается, а овеществленного — увеличивается, но при этом общая величина трудоемкости производства товаров уменьшается [3–5].

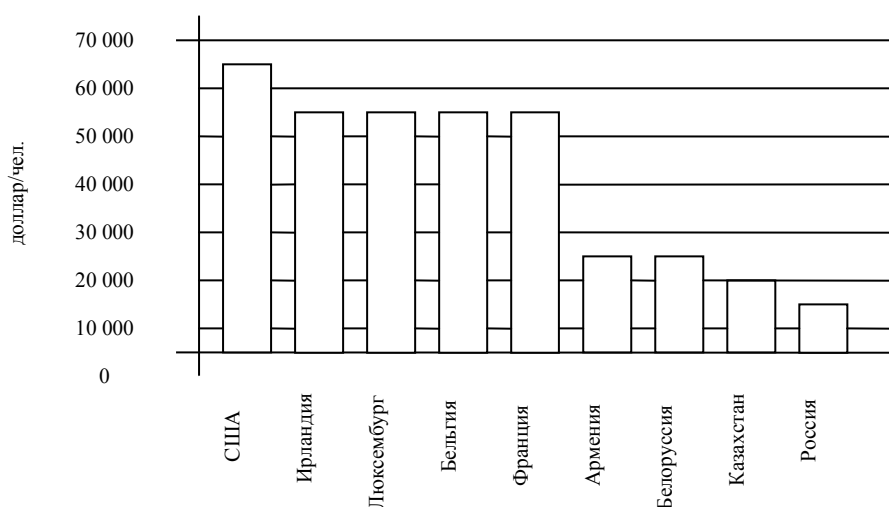


Рисунок 1. Лидеры по производительности труда в мире и странах СНГ

Уровень производительности труда определяется количеством продукции (объемом работы или услуг), которую производит один работник за единицу рабочего времени (час, смену, сутки, месяц, квартал, год), или количеством рабочего времени, расходуемого на производство единицы продукции (выполнение работы или услуги).

Методы определения производительности труда

Разнообразные подходы к определению уровня производительности труда зависят от специфики деятельности тех или иных предприятий или их подразделений, от цели расчетов и базируются на методических особенностях, перечень которых приведен на рисунке 2.

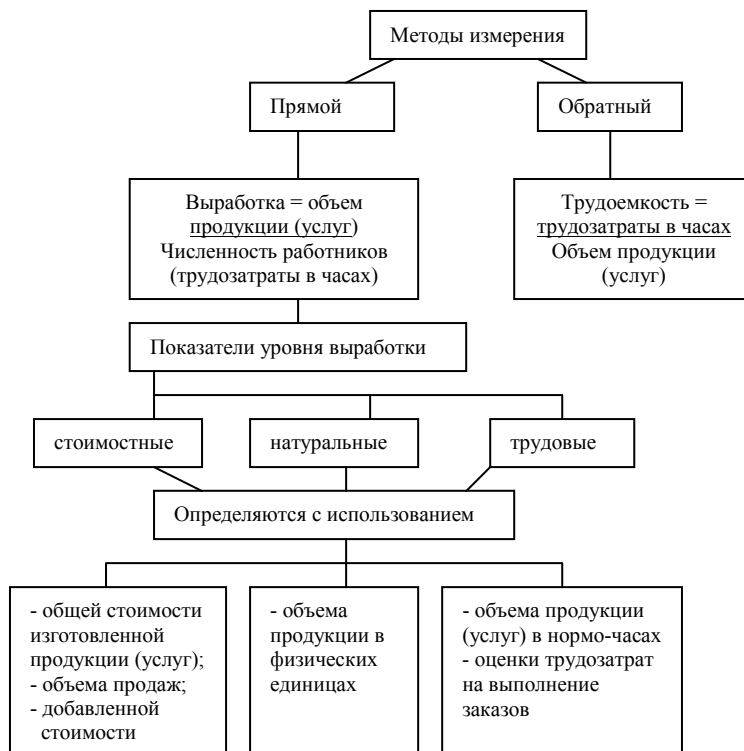


Рисунок 2. Методы изучения и показатели уровня производительности труда на предприятиях

Если показатели выработки имеют более обобщенный, универсальный характер, то показатели трудоемкости можно рассчитать по отдельным видам продукции (услуг) и использовать для определения необходимой численности рабочих, выявления конкретных резервов повышения производительности труда. Достоверность расчетов возрастает при определении полной трудоемкости (технологической, обслуживания и управления производством). Натуральные показатели выработки наиболее точно отражают динамику производительности труда, но могут быть применены лишь на предприятиях, выпускающих однородную продукцию. Использование так называемых условно-натуральных измерителей (например, условных консервных банок) позволяет расширить возможности применения этих показателей. Трудовые показатели требуют хорошо налаженной работы по техническому нормированию и учету труда. Преимущественно их используют на рабочих местах, участках, в цехах, выпускающих разнородную продукцию, при наличии значительных объемов незавершенного производства, которое невозможно измерять натуральными денежными единицами.

Наиболее универсальными и поэтому наиболее распространенными являются стоимостные показатели выработки. Они могут применяться для определения уровня и динамики производительности труда на предприятиях с разнообразной продукцией (услугами). При этом для обеспечения точности измерения производительности труда (особенно ее динамики) по стоимостным показателям следует учитывать влияние на ее уровень, прежде всего, ценового фактора.

Классификация факторов, влияющих на производительность труда

Целенаправленное управление производительностью труда, разработка конкретных мероприятий для обеспечения более эффективного и полного использования трудового потенциала предприятия (организации) требуют классификации факторов, влияющих на эту производительность. С такой точки зрения все факторы, способствующие повышению производительности труда, делятся на две группы — внешние и внутренние [6–8].

К группе внешних факторов относятся те, что объективно существуют вне контроля отдельного предприятия (т.е. факторы общегосударственные и общеэкономические — законодательство, политика и стратегия, рыночная инфраструктура; макроструктурные сдвиги в обществе; природные ресурсы), а к группе внутренних — те, которые непосредственно влияют на уровень производительности труда (характер продукции, технология и оборудование, материалы, энергия, персонал, организация производства и труда, система мотивации и т.п.). Однако внешние факторы также имеют для предприятия определенный хозяйственный интерес. Учтя их, можно глубже мотивировать соответствующие управленческие решения, позволяющие выработать стратегию динамики производительности труда на длительный период.

Кроме приведенной глобальной (системной) классификации, в практике хозяйствования для аналитических целей и укрупненных расчетов могут быть использованы и другие интегрированные группировки факторов роста производительности труда на предприятиях. Так, в соответствии с одной из них все факторы, существенно влияющие на производительность труда, можно объединить в такие группы:

- материально-технические (совершенствование техники и технологии, применение новых видов сырья и материалов и т.п.);
- организационные (углубление специализации, комбинирование, совершенствование системы управления, организации труда и т.п.);
- экономические (совершенствование методов планирования, система оплаты труда, участия работников в прибыли предприятия и т.п.);
- социальные (создание надлежащего материально-психологического климата, нематериальное поощрение, улучшение системы подготовки и переподготовки персонала и т.п.);
- природные условия и географическое размещение предприятий (эту группу факторов выделяют и анализируют преимущественно на предприятиях добывающей и в некоторых перерабатывающих отраслях промышленности).

Программа «Производительность-2020»

Технологический аудит более 200 промышленных предприятий Казахстана показал, что в большинстве случаев ключевым фактором низкой конкурентоспособности предприятий является не устаревшее оборудование, а неспособность предприятий идентифицировать потери в производстве и управлении, повышать качество выпускаемой продукции. Решение этих проблем и легло в основу Программы «Производительность-2020» [9].

В рамках Программы «Производительность-2020» предусмотрена следующая линейка инструментов поддержки:

- оплата части затрат участнику программы за разработку или экспертизу комплексного плана (плана модернизации) инвестиционного проекта (размер 50 %, но не более 7,5 миллиона тенге);
- предоставление долгосрочного лизингового финансирования (цель — обновление основных фондов при условии участия предприятия собственными средствами не менее 15 % от общей стоимости предмета лизинга. Ставка вознаграждения не превышает 7,5 % при стоимости предмета лизинга свыше 150 миллионов тенге);
- стимулирование привлечения квалифицированных проектных и инжиниринговых организаций (обеспечение квалифицированного сопровождения проекта при осуществлении выбора, приобретения, установки и запуска технологического оборудования);
- предоставление инновационных грантов (в соответствии с действующими Правилами предоставления инновационных грантов);

- привлечение высококвалифицированных зарубежных специалистов (возмещение затрат на привлечение специалистов в объеме 50 %, но не более 9 миллионов тенге за одного специалиста в год, при этом участник может привлечь не более трех специалистов);
- внедрение современных управленческих и производственных технологий (технологий, повышающих экономическую эффективность предприятия, в том числе автоматизированных систем управления, международных стандартов управления, ERP, Lean, Кайдзен и др.);
- содействие в предоставлении гарантированного заказа на долгосрочный период.

В результате реализации Программы «Производительность-2020» предусматривается:

- повышение доступности финансовых ресурсов для предприятий частного сектора при реализации новых инвестиционных проектов, направленных на индустриально-инновационное развитие;
- привлечение средств частного сектора, в первую очередь финансовых организаций для реализации инвестиционных проектов в несырьевых секторах экономики;
- повышение финансово-экономической устойчивости промышленных предприятий, в первую очередь среднего и крупного бизнеса.

Программа «Производительность-2020» является дополняющей и завершающей в комплексе уже существующих программ: поддержки экспортеров, привлечения инвесторов, посткризисного восстановления (оздоровления) предприятий, «Дорожная карта бизнеса».

Внедрение инноваций как реализованного компетентного конкурентного преимущества предприятий позволит решить задачи модернизации (технического перевооружения) действующих и создания новых конкурентоспособных производств, что будет способствовать повышению рейтинга республики по уровню производительности труда.

Несомненно, что инновации как инструмент повышения конкурентоспособности экономики найдут весомое место в Программе «Производительность-2020», тем самым будут способствовать ее основной цели — повышению конкурентоспособности промышленных предприятий в приоритетных секторах экономики путем увеличения производительности труда.

Список литературы

- 1 Инвесторы и государство. Равнение на инновации // *Kazakhstan*. — 2013. — № 3. — С. 16–22.
- 2 *Жактаева Р., Дзекунов В.* Инновации как инструмент повышения конкурентоспособности экономики // *Промышленность Казахстана*. — 2011. — № 5 (68). — С. 42–46.
- 3 *Каренов Р.С.* Показатели производительности труда и особенности их определения в горной промышленности // *Вестн. Карагандинского ун-та. Сер. Экономика*. — 2005. — № 1 (37). — С. 52–60.
- 4 *Каренов Р.С.* Производительность труда и значение ее роста в горной промышленности // *Валихановские чтения-10: Сб. материалов Междунар. науч.-практ. конф. Секция «Экономика отраслей»*. — Кокшетау: Кокшетауский гос. ун-т им. Ш.Уалиханова, 2005. — С. 131–137.
- 5 *Петров А.Ю.* Экономический анализ производительности труда: Учеб. пособие. — М.: Экономистъ, 2003. — 128 с.
- 6 *Каренов Р.С.* Управление ростом производительности труда на горнодобывающих предприятиях в рыночных условиях // *Доклады НАН РК*. — 2005. — № 2. — С. 119–131.
- 7 *Каренов Р.С.* Методика анализа достигнутого уровня производительности труда и прогнозирования на перспективу его динамики // *Вестн. Карагандинского ун-та. Сер. Экономика*. — 2005. — № 3 (39). — С. 23–30.
- 8 *Синк Д.С.* Управление производительностью: планирование, измерение и оценка, контроль и повышение: Пер. с англ. — М.: Прогресс, 1989. — 528 с.
- 9 Постановление Правительства Республики Казахстан от 14 марта 2011 г. № 254 «Об утверждении Программы «Производительность-2020».

Т.Б.Қазбеков, А.З.Стыбаева

Ұлттық экономиканың бәсекеқабілеттілігін еңбек өнімділігін арттыру есебінен жоғарылату

Мақалада негізінен үш топ айшықты мәселелерге көңіл бөлінген. Қазақстанның 2020 жылдарға дейінгі инновациялық даму тұжырымдамасының мазмұны суреттелген. Республиканың экономикалық дамуының жаңа кезеңінің өзекті міндеттері ретінде еңбек өнімділігін арттыру қажеттілігі айрықша көрсетілген. Кәсіпорындарда еңбек өнімділігін зерттеу тәсілдері және оның деңгейінің көрсеткіштері қарастырылған. Кәсіпорынның еңбек әлеуетін барынша тиімді және толық пайдалануды қамтамасыз ету үшін қажет нақты іс-шаралар жасау еңбек өнімділігіне ықпал ететін факторларды жіктеу талап етілетіндігі айтылған. Экономиканың бәсекеқабілеттілігін арттыру құралы ретіндегі инновациялардың «Еңбек өнімділігі – 2020» бағдарламасынан салмақты орын алатындығы туралы қорытынды жасалған.

T.B.Kazbekov, A.Z.Stybayeva

Improving the competitiveness of national industries economy by increasing productivity

It describes the contents of the Concept of Innovation Development of Kazakhstan till 2020, which identified three main groups of challenges. Emphasizes the particular need to improve productivity as a key task of the new stage of economic development of the country. The methods of the study and the performance level of productivity in the workplace. It is noted that the development of specific measures to ensure a more efficient and complete use of the labor potential of the enterprise require classification of factors affecting productivity. It concludes that innovation as a tool to improve the economy's competitiveness can find a powerful place in the program «Performance 2020».

References

- 1 *Kazakstan*, 2013, 3, p. 16–22.
- 2 Zhaktayeva R., Dzekunov B. *Industry*, 2011, № 5 (68), p. 42–46.
- 3 Karenov R.S. *Bulletin Karaganda University: Economics Series*, 2005, 1 (37), p. 52–60.
- 4 Karenov R.S. «*Valihanovskie read-10*»: Proceedings of the international scientific-practical conference Section «Economy industries», Kokshetau: Sh.Ualikhanov Kokshetau State University, 2005, p. 131–137.
- 5 Alexander Petrov *Economic analysis of labor productivity: manual*, Moscow: Economist, 2003, 128 p.
- 6 Karenov R.S. *Reports of NAS RK*. 2005, 2, p. 119–131.
- 7 Karenov R.S. *Bulletin Karaganda University: Economics Series*, 2005, 3 (39), p. 23–30.
- 8 Sink D.S. *Performance management: planning, measurement and evaluation, control and improvement*: Transl. from English, Moscow: Progress, 1989, 528 p.
- 9 *Resolution of the Government of the Republic of Kazakhstan dated March 14, 2011 № 254 «On approval of the Program» Performance 2020».*

Н.Б.Куттыбаева

*Карагандинский государственный университет им. Е.А.Букетова
(E-mail: nurg_78@mail.ru)*

Теоретический и методический подход к проведению конкурентного анализа

В статье подчеркивается, что цивилизованный рынок и развитая экономика невозможны без конкуренции. Уделяется внимание видам конкуренции. Отмечается, что недобросовестная конкуренция — это серьезный заслон на пути развития станового хребта экономики — малого и среднего бизнеса. Раскрываются теоретические и методические основы конкурентного анализа, разработанные профессором Гарвардской школы бизнеса М.Портером. Делается вывод о том, что развитие конкурентного права и законодательства по защите конкуренции — вопрос, который незримо затрагивает все слои общества в стране.

Ключевые слова: конкуренция, определение, виды, конкурентная борьба, конкурентный анализ, стратегии, защита конкуренции, стимулирование.

Виды конкуренции

Профессор Р.А.Фатхутдинов в своей известной работе «Управление конкурентоспособностью организации» отмечает: «В литературе понятие конкуренции рассматривается узко, не охватывает все многообразие процесса, не учитывает социально-экономические и биологические системы, не включает главное — процесс управления конкурентными преимуществами. Нами предлагается следующее определение: конкуренция — процесс управления субъектом своими конкурентными преимуществами на конкретной территории для одержания победы или достижения других целей в борьбе с конкурентами за удовлетворение объективных или субъективных потребностей в рамках законодательства либо в естественных условиях. Это определение приемлемо как для животного, так и для человека, рабочего, специалиста, спортсмена, творческого работника, организации, отрасли, региона, страны. Конкуренция — движущая сила развития общества. Поэтому государство обязано создавать правовую и эффективную конкурентную среду для всех субъектов» [1;60].

Как правило, присутствие конкурентов на рынке создает элемент состязательности, что способствует обогащению предложения на рынке, внедрению новых продуктов и форм сервиса в рамках борьбы за предпочтения потребителей.

Как указывается в учебном пособии [2; 110], следует различать три вида конкуренции.

1. Функциональная конкуренция возникает в связи с тем, что любая потребность, в принципе, может быть удовлетворена самыми разнообразными способами (например, потребность туристов в жилье могут удовлетворить такие средства размещения, как гостиницы, мотели, арендуемые комнаты в частных домах и т.д.).

2. Видовая конкуренция характеризуется наличием продуктов одного и того же назначения, близких по многим параметрам, но отличающихся по каким-либо существенным характеристикам.

3. Предметная конкуренция, называемая также межфирменной, возникает в случае малосущественных отличий между продуктами, предлагаемыми различными организациями (предприятиями) или даже при их полной идентичности.

Разделение конкуренции с точки зрения механизма и методов ее осуществления

С точки зрения механизма и методов осуществления конкуренцию принято разделять на ценовую и неценовую [3; 15].

Ценовая конкуренция — это когда производитель, в целях создания на рынке для своей продукции более благоприятных условий и подрыва позиций конкурента, снижает цену на свою продукцию.

При этом снижение цены может происходить как на основе уменьшения издержек производства, так и без их изменения, путем установления монопольно низкой цены на продукцию.

Более эффективной и более современной формой конкурентной борьбы является борьба за качество предлагаемого на рынок товара, повышение технического уровня, выпуск новой продукции, создание товаров-заменителей, послепродажное обслуживание, реклама, т.е. неценовая конкуренция. Эффективность такого метода выражается в том, что при поступлении на рынок продукции более высокого качества или новой потребительной стоимости ответные меры со стороны конкурента затруднительны, так как «формирование» качества проходит длительный цикл, начинающийся с накопления экономической и научно-технической информации. В качестве примера можно привести тот факт, что известная фирма SONY осуществляла разработку видеомэгнитофона одновременно по 10 конкурирующим направлениям.

Все это — методы честной, добросовестной конкурентной борьбы, которые носят «законный» характер. Добросовестная конкуренция ведет к выигрышу потребителя и получает больше разнообразной продукции по более низким ценам. В конечном итоге, появляется возможность пробиться на мировой уровень и создаются предпосылки для внедрения инноваций. Именно благодаря этому Япония смогла преодолеть экономический кризис и стать одной из богатейших стран мира, несмотря на почти полное отсутствие природных ресурсов.

Наряду с добросовестной, честной конкуренцией существует недобросовестная, нечестная конкуренция, при которой рыночное положение субъекта рынка укрепляется не за счет повышения качества и эффективности производства, а с использованием таких методов, как продажа по цене ниже себестоимости, установление дискриминационных цен или коммерческих условий, ложная информация и реклама, вводящая в заблуждение, недобросовестное копирование товара конкурентов, нарушение качества, стандартов и условий поставок, промышленный шпионаж и др. От недобросовестной конкуренции выигрывают производители (продавцы), но не потребители (покупатели).

Недобросовестная конкуренция в большинстве стран запрещается положениями законодательств по борьбе с ограничительной деловой практикой, по защите прав потребителей, контролю за монополиями.

Описание основных видов и методов конкуренции позволяет глубже понять теоретические и практические аспекты проведения конкурентного анализа.

Разработка конкурентного анализа, включающего два основных этапа, Майклом Портером

Конкурентный анализ включает два основных этапа [4; 105]:

- а) определение главных конкурентных сил в отрасли;
- б) формулирование основных вариантов конкурентных стратегий.

Признанным лидером разработки конкурентного анализа является профессор Гарвардской школы бизнеса М.Портер, автор основных моделей по определению главных сил конкуренции и вариантов конкурентных стратегий [5, 6].

По мнению Майкла Портера, любое предприятие выбирает свою стратегию из нескольких возможных вариантов. Все многообразие стратегий, существующих в реальной жизни, является различными модификациями нескольких базовых стратегий, каждая из которых эффективна при определенных условиях внутренней и внешней среды.

Стратегию ограниченного роста применяют многие коммерческие организации в отраслях со стабильной технологией. При этом цели развития устанавливаются «от достигнутого» и корректируются на изменение условий. Если положение фирмы устойчиво, то, вероятно, в перспективе целесообразно придерживаться ранее избранной стратегии, что снижает риск.

Стратегия роста (рис. 1 и 2) чаще всего применяется в динамично развивающихся отраслях с быстро меняющейся технологией. Для нее характерно установление ежегодного значительного превышения уровня развития над уровнем предыдущего года.



Рисунок 1. Стратегия роста предприятия

Конкурентные преимущества	Стратегия на рынке	
	широком	узком
Низкая себестоимость продукции	Лидер по себестоимости продукции	Фокусирование на проблемах снижения себестоимости
Продуктовая дифференциация	Широкая дифференциация	Фокусирование на дифференциации продукции

Рисунок 2. Варианты стратегических сценариев, предлагаемых Майклом Портером

Если фирма планирует увеличение своей доли на рынке, то она может достичь цели несколькими путями: понизить цены на продукцию, продавать товар через большее число магазинов, представить новую модель и т.п. Каждый путь открывает различные возможности.

Стратегия сокращения выбирается фирмами реже всего. Для нее характерно установление целей на более низком уровне, чем достигнутые в прошлом. К стратегии сокращения прибегают тогда, когда показатели деятельности организации приобретают устойчивую тенденцию к ухудшению и никакие меры не изменяют ее.

Комбинированная стратегия представляет собой любое сочетание рассмотренных альтернатив — ограниченного роста, роста и сокращения. Комбинированной стратегии, как правило, придерживаются крупные организации, которые активно функционируют в нескольких отраслях. Так, предприятие может продать или ликвидировать одно из своих производств и взамен приобрести одно или несколько других. В этом случае будет иметь место сочетание двух базовых альтернативных стратегий — сокращения и роста.

Каждая из названных стратегий представляет собой базовую стратегию [7; 26,27]. Она, в свою очередь, имеет множество альтернативных вариантов. Так, стратегия роста может осуществляться путем приобретения другой фирмы (внешний рост) или путем значительного расширения ассортимента выпускаемой продукции (внутренний рост). Стратегия сокращения имеет альтернативы: ликвидация — самый радикальный вариант, когда фирма перестает существовать; отсечение лишнего, при котором фирма ликвидирует или перепрофилирует свои неэффективные подразделения.

Общие конкурентные стратегии, выделенные Портером

Базовые стратегии служат вариантами общей стратегии. Они проверяются на соответствие целям фирмы, сопоставляются с соответствующими стадиями жизненного цикла товара, спроса или технологии. Одновременно формулируются стратегические задачи, которые придется решать в процессе достижения целей, устанавливаются сроки решения задач (по этапам), определяются необходимые ресурсы (укрупненно).

М.Портер выделил три основные стратегии, которые имеют универсальный характер и применимы в отношении любой конкурентной силы. Это — преимущество в издержках, дифференциация, фокусирование [4; 110, 111].

Преимущество в издержках создает большую свободу выбора действий как в ценовой политике, так и при определении уровня доходности. Стратегия снижения издержек широко применялась на ранних стадиях развития рынка, в конце XIX — начале XX в. Сегодня она приобрела новую популярность в связи с тем, что развитые рыночные экономики вступили в так называемую «эпоху дефляции», означающую общее снижение цен, и в том числе доходов населения.

Дифференциация означает создание фирмой продукта или услуги с уникальными свойствами, которые чаще всего бывают закреплены торговой маркой. Иногда уникальность товара не идет дальше простой декларации, тогда можно говорить о мнимой дифференциации. Эта стратегия получила повсеместное распространение в развитых экономиках во второй половине XX в. по причине насыщения и индивидуализации потребительского спроса.

Фокусирование — это сосредоточение внимания на одном из сегментов рынка, на особой группе покупателей (например, только на пожилых покупателях или только на обеспеченных, или же на пожилых обеспеченных покупателях), определенной группе товаров или на ограниченном географическом секторе рынка.

Каждая из основных стратегий требует выбора особого рода экономических ресурсов и навыков, а также определенных управленческих действий (табл.).

Т а б л и ц а

Необходимые ресурсы и навыки, требования к менеджменту при каждой из основных (общих) стратегий

Общие стратегии	Необходимые ресурсы и навыки	Требования к менеджменту
Преимущество в издержках	Существенные инвестиции и наличие доступа к капиталу. Инжиниринговые навыки. Эффективное нормирование работ. Удобный, легкий для изготовления дизайн изделия. Низкозатратная система распределения	Регулярный контроль над издержками. Конкретные, детальные отчеты о контроле. Надежная организационная структура и система распределения полномочий. Стимулы для достижения высокого качества
Дифференциация	Сильные навыки маркетинговой деятельности. Особое внимание к инжиниринговым разработкам. Творческие способности. Существенные вложения в базовые исследования. Репутация лидера в технологии и качестве продукта. Длительные традиции работы в отрасли. Наличие уникальных навыков в другой сфере бизнеса (для «новичков» в отрасли). Наличие крепких связей с каналами распределения	Интенсивная координация проектно-исследовательской деятельности. Приоритет качественных целей и субъективной оценки над количественными показателями. Благоприятные условия деятельности, способные привлечь высококвалифицированных рабочих, исследователей, творческих людей
Фокусирование	Наличие всех упомянутых выше элементов организационной деятельности	То же

Вопросы развития конкуренции в Казахстане

Известно, что в развитых странах мира защита конкурентной среды — это один из базисов всей экономики. К слову, США, приняв в 1890 г. акт Шермана, стали одними из первых, введших в юриспруденцию конкурентное право. Рецепт по уменьшению количества правонарушений в сфере защиты конкуренции прост — это профилактика, а точнее, повышение юридической грамотности. Именно поэтому Агентство РК по защите конкуренции способствует проведению различных мероприятий по повышению знаний субъектов рынка в этой сфере.

В настоящее время сфера защиты конкуренции в нашей стране регламентируется Законом Республики Казахстан (РК) «О конкуренции» от 2008 г., который считается одним из наиболее продвинутых на территории СНГ [8; 9].

Основные новшества Закона о конкуренции направлены на стимулирование роста предпринимательской активности, ограничение негативного вмешательства государства в предпринимательскую деятельность, совершенствование форм и методов ограничения монополистической деятельности и недопущение недобросовестной конкуренции.

Казахстанское антимонопольное законодательство содержит конкретные стандарты доказательства фактов антимонопольных нарушений и в самом законе, и в других актах Агентства, таких как Методика по выявлению монополюно высокой цены, Методика по выявлению монополюно низкой цены и т.п. Это вносит правовую определенность при установлении фактов нарушений. При этом закон предусматривает уменьшение вмешательства государственных органов в деятельность предпринимателей, введен запрет на проведение антимонопольным органом любых видов проверок. Допустимо проведение расследований только нарушений антимонопольного законодательства и только по четырем основаниям, четко обозначенным в законе.

В дальнейшем в свете реализации Стратегии «Казахстан-2050» одной из важнейших предпосылок экономического, социального и политического развития является наличие свободной конкуренции в обществе. Стимулирование конкуренции является и будет являться ключевым направлением экономической политики, важнейшим фактором модернизации нашей экономики, так как здоровая конкурентная среда является условием построения эффективной экономической системы. Без повышения уровня конкуренции невозможно осуществлять ни структурные преобразования в экономике на основе научно-технического прогресса, ни переход к новому качеству экономического роста. Конкуренция должна быть, прежде всего, действенной и эффективной.

Список литературы

- 1 Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации: Учеб. пособие. — М.: Изд-во «Эксмо», 2004. — 544 с.
- 2 Дурович А.П. Маркетинг туризма: Учеб. пособие. — Минск: Современная шк., 2010. — 320 с.
- 3 Матишев А. Добросовестная конкуренция — залог эффективной модернизации // Рынок и конкуренция. — 2012. — № 1. — С. 14–16.
- 4 Алексеева М.М. Планирование деятельности фирмы: Учеб.-метод. пособие. — М.: Финансы и статистика, 1997. — 248 с.
- 5 Портер М. Конкуренция: Пер с англ. — М.: Изд. дом «Вильямс», 2000. — 495 с.
- 6 Портер М. Конкурентное преимущество: Пер. с англ. — М.: Альпина бизнес БУКС, 2008. — 715 с.
- 7 Горемыкин В.А., Богомолов А.Ю. Планирование предпринимательской деятельности: Метод. пособие. — М.: ИНФРА-М, 1997. — 334 с.
- 8 Санжаров Д. Конкуренции нужен новый закон // Рынок и конкуренция. — 2012. — № 1. — С. 8–9.

Н.Б.Құттыбаева

Ілімдік және әдістемелік тұрғыдан бәсекелік талдауды жүргізу

Мақалада өркениетті нарық және дамыған экономика бәсекесіз болмайтындығы айтылған. Бәсеке түрлеріне көңіл бөлінген. Әділетсіз бәсеке экономиканың негізгі діңгегі — шағын және орта бизнестің даму жолына тұсау болатындығына көңіл бөлінген. Гарвард бизнес мектебінің профессоры Портер ұсынған бәсекелік талдаудың ілімдік және әдістемелік негіздері ашылып көрсетілген. Бәсекелік құқықтың және бәсекені қорғау бойынша заңдылықтың дамуы туралы мәселе қоғамның барлық өкілдерін қамтығандығы туралы қорытынды жасалған.

N.B.Kuttybayeva

Theoretical and methodological approach to competitive analysis

It's emphasized that the civilized market and developed economy is impossible without competition. It attention is given to types of competition. It is noted that unfair competition — this is a serious barrier to the development of the backbone of the economy: small and medium businesses. It's disclosing theoretical and methodological foundations of a competitive analysis, developed by Professor Porter of Harvard Business School. It is concluded that the development of competition law and the law on protection of competition — a question that invisibly affects all sectors of society in the country.

References

- 1 Fatkhutdinov R.A. *Management of competitiveness of the organization*: Textbook, Moscow: Publishing house Penguin Books, 2004, 544 p.
- 2 Durovich A.P. *Tourism marketing*: Textbook, Minsk: Modern School, 2010, 320 p.
- 3 Matishev A. *Market and competition*, 2012, 1. p. 14–16.
- 4 Alexeyeva M.M. *Planning activity*: Study guide, Moscow: Finance and Statistics, 1997, 248 p.
- 5 Porter M. *Competition: Translated from English*, Moscow: Publishing House, «Williams», 2000, 495 p.
- 6 Porter M. *Competitive Advantage*: Transl. from English, Moscow: Alpina Business Books, 2008, 715 p.
- 7 Goremykin V.A., Bogomolov A.Yu. *Business Planning*: Toolkit, Moscow: INFRA-M, 1997, 334 p.
- 8 Sanzharov D. *Market and competition*, 2012, 1. p. 8–9.

ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ИННОВАЦИЯЛЫҚ ЖӘНЕ ИНДУСТРИАЛДЫҚ САЯСАТТЫ ЖҮЗЕГЕ АСЫРУ ТИІМДІЛІГІ

ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЕАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННОЙ И ИНДУСТРИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ В КАЗАХСТАНЕ

УДК 005:338. 515: 338.242

О.В.Мишулина¹, Н.С.Горелова²

¹Костанайский государственный университет им. А.Байтурсынова;

²Костанайский инженерно-экономический университет им. М.Дулатова
(E-mail: nata29091980@mail.ru)

Совершенствование процесса управления прибылью и рентабельностью крестьянского (фермерского) хозяйства

В статье представлен анализ процесса управления прибылью и рентабельностью крестьянского (фермерского) хозяйства. Показан механизм формирования финансовых результатов деятельности крестьянского (фермерского) хозяйства и его составные элементы: урожайность культуры, валовое производство и реализация продукции, валовые издержки производства, качество продукции, сроки продажи, рыночная цена товара. Отмечены недостатки существующих систем и методов управления прибылью и рентабельностью крестьянского (фермерского) хозяйства: низкая достоверность, объективность и полезность предоставляемой информации о показателях финансовых результатов, нет информационного механизма быстрого реагирования на изменение цен и оперативного анализа затрат с целью принятия управленческих решений для корректировки производственных программ. Показано, что для совершенствования процесса управления прибылью хозяйства предложен метод «директ-костинг», позволяющий выявить основные направления регулирования величины прибыли и рентабельности от операционной деятельности товаропроизводителя на основе ситуационного анализа и эффекта операционного рычага.

Ключевые слова: крестьянское (фермерское) хозяйство, прибыль, рентабельность, маржинальный доход, переменные затраты, постоянные затраты, точка безубыточности, маржа безопасности, операционный рычаг, анализ чувствительности.

Важная роль в становлении рыночной экономики в сельском хозяйстве отводится крестьянскому (фермерскому) хозяйству, как форме аграрной предпринимательской деятельности, основанной на частной собственности. Из общего числа сельскохозяйственных формирований в Костанайской области 86,8 % приходятся на крестьянские (фермерские) хозяйства. В их пользовании имеется 2750 тыс. га земель, что составляет 32,6 % общей площади всех категорий хозяйств области. Средний размер участка 393 га сельскохозяйственных угодий. При этом в структуре посевных площадей крестьянских (фермерских) хозяйств Костанайской области, как и в целом по региону Северного Казахстана, основной удельный вес принадлежит зерновым культурам.

Переход к рыночным отношениям в экономике Казахстана расширяет возможности деятельности крестьянских (фермерских) хозяйств как основного ее звена. В новых условиях существенно менялись правовые, финансово-экономические и социальные отношения как внутри самой организации, так и во внешней среде. Экономическая свобода, как условие и следствие рыночных отношений, предъявляет более высокие требования к уровню хозяйствования и экономической деятельности крестьянских (фермерских) хозяйств. Чем больше величина прибыли и выше уровень рентабельности, тем эффективнее функционирует хозяйство, тем устойчивее его финансовое состояние [1–5]. Поэтому поиск резервов увеличения прибыли и рентабельности является одной из основных задач в сфере

агробизнеса. В связи с этим большое значение приобретает управление прибылью аграрного формирования. Отмеченные особенности и роль эффективного развития крестьянских (фермерских) хозяйств в условиях рыночных отношений определили актуальность проведенного исследования, отвечающего стратегической программе развития сельского хозяйства РК «Агробизнес 2020».

Целью данной работы является обоснование направлений по регулированию процессов формирования прибыли и рентабельности крестьянского (фермерского) хозяйства для осуществления его устойчивого развития. Объектом исследования являются проблемы увеличения финансовых результатов и повышения прибыльности крестьянского (фермерского) хозяйства. Предмет исследования — процессы формирования прибыли и рентабельности в хозяйстве.

Повышение прибыльности производства аграрной продукции в крестьянском (фермерском) хозяйстве — одна из важнейших экономических проблем. От успешного ее решения зависит ускорение темпов развития сельского хозяйства и быстрее создание изобилия сельскохозяйственных продуктов в стране. Процесс управления прибылью и рентабельностью аграрного формирования базируется на определенном механизме [6]. В структуру механизма управления прибылью и рентабельностью крестьянского (фермерского) хозяйства «Скридоненко К.В.» входят следующие элементы (рис.).

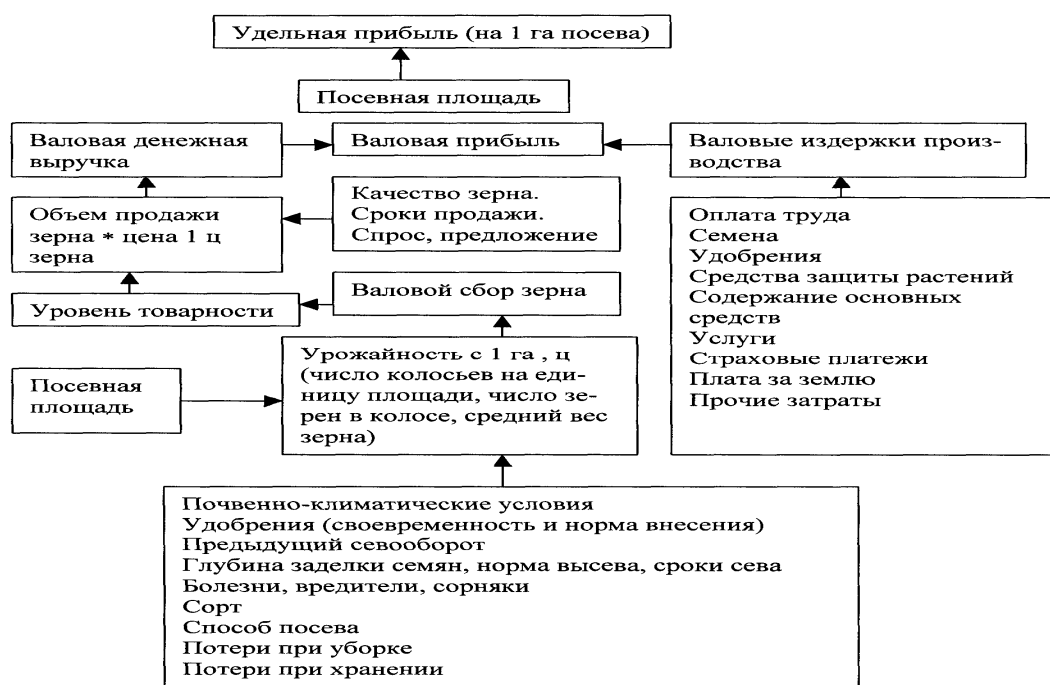


Рисунок. Механизм формирования прибыли в зерновом производстве

Величина урожайности оказывает прямое влияние на валовые сборы и реализацию зерна. Урожайность зерна в крестьянском (фермерском) хозяйстве в анализируемые годы колеблется: по пшенице — от 7,0 ц/га — в 2013 г. до 11,8 ц/га в 2012 г.; по ячменю — от 6,8 ц/га в 2011 г. до 11,0 ц/га в 2012 г. Данные о валовых сборах и реализации зерна приведены в таблице 1.

Т а б л и ц а 1

Производство и реализация зерна

Показатели	2010–2011 гг.	2012–2013 гг.
1	2	3
Валовой сбор, ц	8495	8863
– пшеница	6693	6583
– ячмень	1802	2280
Реализовано зерновой продукции, ц	7042	7647
– пшеница	5421	5595

1	2	3
– ячмень	1621	2052
Уровень товарности зернового производства, %, всего	82,9	86,3
– пшеница	81,0	85,0
– ячмень	90,0	90,0

Данные таблицы показывают, что в крестьянском хозяйстве валовой сбор пшеницы за анализируемый период сократился на 110 ц, а производство ячменя возросло на 478 ц. Продажа пшеницы в 2012–2013 гг. по сравнению с 2010–2011 гг. возросла на 174 ц, а ячменя — на 431 ц. Уровень товарности зерна в анализируемый период имеет тенденцию к росту и в 2012–2013 гг. составил 86,3 %, т.е. повысился на 3,4 пункта.

Данные об уровне производительности труда в зерновом производстве приведены в таблице 2.

Т а б л и ц а 2

Уровень производительности труда в зерновом производстве

Показатели	2010–2011 гг.	2012–2013 гг.
Затраты труда на 1 га, чел.-час.	5,6	5,9
Затраты труда на 1 ц, чел.-час.	0,68	0,64
Производство зерна в расчете на 1 работника, ц	1415,8	1107,9

Данные таблицы показывают, что затраты труда в расчете на 1 га в 2012–2013 гг. по сравнению с 2010–2011 гг. увеличились на 0,3 чел.- часа, или на 6,0 %, а производства зерна в расчете на одного работника уменьшилось на 307,9 ц, или на 21,8 %, т.е. наблюдается снижение уровня годовой производительности труда.

На производство продукции затрачиваются труд и материальные ресурсы. От величины этих затрат зависит себестоимость зерновой продукции, данные о которых приведены в таблице 3.

Т а б л и ц а 3

Состав и структура затрат на возделывание 1 га посева зерновых культур

Статья	Состав затрат на 1 га, тг		Структура затрат, %	
	2010–2011 гг.	2012–2013 гг.	2010–2011 гг.	2012–2013 гг.
Оплата труда	3515	4077	22,8	21,8
Семена	1572	3366	10,2	18,0
Удобрения	786	673	5,1	3,6
Запасные части	1896	1664	12,3	8,9
ГСМ	4640	5909	30,1	31,6
Электроэнергия	216	38	1,4	0,2
Транспортные расходы	647	542	4,2	2,9
Амортизация	987	1346	6,4	7,2
Прочие	1156	1085	7,5	5,8
Итого	15415	18700	100,0	100,0

Сравнивая два исследуемых периода, можно отметить, что общая сумма затрат на возделывание 1 га посева зерновых культур увеличилась на 3285 тенге, или на 21,3 %. В структуре затрат на выращивание 1 га зерновых культур также произошли изменения: возросла доля затрат на семена (+7,8 п.), ГСМ (+1,5 п.) и амортизацию (+0,8 п.), а по остальным калькуляционным статьям наблюдается снижение их доли.

Данные о рентабельности производства зерна в среднем по крестьянскому (фермерскому) хозяйству сведены в таблицу 4.

Рентабельность производства зерна

Показатели	2010–2011 гг.	2012–2013 гг.
Себестоимость 1 ц, тг	1879,90	2010,72
Реализационная цена 1 ц, тг	2443,65	2770,69
Прибыль, тенге		
на 1 ц	563,75	759,97
на 1 га	4622,75	7067,72
Уровень рентабельности, %	29,9	37,8

Себестоимость 1 ц зерна в 2012–2013 гг. по сравнению с 2010–2011 гг. увеличилась на 6,9 %, а реализационная цена 1 ц — на 13,4 %, т.е. темпы роста себестоимости 1 ц продукции оказались ниже темпов роста реализационной цены. Прибыль в расчете на 1ц и на 1 га зерна увеличилась соответственно на 34,8 % и 52,9 %. Уровень рентабельности производства зерна за анализируемый период увеличился на 7,9 пункта.

Основу механизма процесса управления прибылью хозяйства составляют системы и методы формирования результатов и исчисления затрат на продукцию (работы, услуги) сельского хозяйства. Сложившаяся система и методы формирования и исчисления результатов и затрат в сельском хозяйстве не отвечает новым задачам и требованиям, предъявляемым к ней в условиях рынка. Ей присущи низкая достоверность, объективность и полезность предоставляемой информации о показателях себестоимости, она мало обеспечивает контроль над результатами и затратами [7; 409]. Кроме того, сложившаяся методология управления результатами и затратами не обеспечивает информационным механизмом быстрого реагирования на изменение цен и оперативного анализа затрат с целью принятия управленческих решений для корректировки производственных программ (заданий) [8–15]. Таким образом, правильный выбор тех или иных систем и методов формирования и исчисления результатов и затрат и область их применения требуют определения и научного обоснования их классификации, а также обобщения накопленного опыта в отечественной и зарубежной практике.

Изучение материала, освещающего зарубежную экономику, показало, что управление прибылью и рентабельностью предприятия основывается на большом многообразии применяемых систем и методов. Альтернативой суммарного поглощения затрат в экономике западных предприятий, не имеющего аналога в нашей экономике, выступает метод частичного включения издержек, который в переводной литературе имеет различные варианты названий (и давно используется в странах с развитой рыночной экономикой в двух вариантах: простой директ-костинг и развитой директ-костинг). Это объясняется тем, что, с одной стороны, в их основе лежит исчисление части затрат, а с другой — разница между выручкой от реализации и исчисленными затратами [16,17].

Разделение производственных затрат на постоянные (независимые от объема производства) и переменные (пропорциональные объему производства) — это первая отличительная особенность системы директ-костинг. Ценность деления издержек на постоянные и переменные заключается в повышении оперативности получения данных о прибыли.

Второй ее особенностью является интеграция производственного и финансового учета. Регулярно показатели производственных затрат и отчеты о прибылях и убытках предоставляются руководству в виде зависимости данных «стоимость — объем — прибыль», которая в зарубежных источниках носит название CVP-анализа (Cost –Volume — Profit analysis). Для этого разработано практическое руководство по использованию графика промежуточного бюджета и критического объема производства. Последний был назван точкой критического объема производства (break even point). На этом графике хорошо видна связь между показателями объема, себестоимости и прибыли. Этот график используют как орудие планирования и организации контроля над прибылью, исходя из имеющихся ресурсов предприятия [18,19].

Многостадийное составление отчетов о доходах предприятий является третьей отличительной особенностью системы директ-костинг, и делается это на основе маржинального дохода или маржи с переменной себестоимости, которая представляет собой излишек дохода (выручки) от реализации по сравнению с переменными затратами. Это основной параметр, на который руководство предприятия может оказывать влияние. Следовательно, для руководителя очень важно знать, как можно воздействовать на этот параметр и каковы будут результаты этого воздействия. Основная цель внедре-

ния этой системы — обеспечить контроль над формированием маржинальной прибыли предприятия в разрезе конкретных видов продукции [20–22].

Что касается внедрения данной системы на отечественных предприятиях, то для этого, на наш взгляд, имеются объективные причины, конкретные экономические предпосылки: рост конкуренции между обособленными производителями, рост затрат на производство и реализацию продукции, борьба за рынки сбыта и поиск новых сегментов, усложнение ориентации товаропроизводителей. Таким образом, формирование рыночных отношений является важнейшим объективным условием применения системы директ-костинг для управления прибылью на казахстанских предприятиях.

В таблице 5 приведем расчет, отражающий процесс формирования операционной прибыли с целью обоснования и принятия управленческих решений в крестьянском (фермерском) хозяйстве на основе анализа взаимосвязи «затраты — объем продаж — прибыль».

Т а б л и ц а 5

Формирование прибыли крестьянского (фермерского) хозяйства в среднем за 2010–2013 гг., тыс. тенге

Показатели	В среднем за период	Удельный вес, %
Доход от реализации	19190,97	100,0
Переменные затраты	7293,03	38,0
Маржинальный доход	11897,94	62,0
Постоянные затраты	7014,04	-
Прибыль (+), убыток (-)	4883,90	-

Хозяйство получает маржинальный доход в размере 19191,97 тыс. тенге, а переменные затраты составляют 38 % в выручке предприятия. Маржинального дохода достаточно для покрытия постоянных затрат в размере 7014,04 тыс. тенге и формирования прибыли в сумме 4883,90 тыс. тенге. Доля маржинального дохода предприятия в выручке от реализации всех видов продукции составила 62 %.

Основополагающими показателями при разработке управленческих решений, оценке деятельности по производству аграрной продукции являются безубыточный объем продаж и маржа безопасности. Для более детального анализа формирования прибыли следует провести анализ безубыточного объема реализации продукции в хозяйстве (табл. 6).

Т а б л и ц а 6

Безубыточный объем реализации зерна в крестьянском (фермерском) хозяйстве

Показатели	2010–2013 гг.
Совокупные постоянные затраты зернового производства, тыс. тенге	7014,04
Цена реализации 1 ц, тг	2613,15
Переменные затраты на 1 ц, тг	993,06
Маржинальный доход 1 ц, тг	1620,09
Критическая точка (точка безубыточности), ц	4329,41
Критическая точка, тыс. тг	11313
Фактический объем реализации, ц	7344
Маржа безопасности, %	41,0

Пороговая выручка от реализации зерна, при которой у хозяйства не будет ни прибыли, ни убытков, составляет 11313 тыс. тенге, или 4329,41 ц. Маржа безопасности показывает, насколько может сократиться объем реализации зерна, прежде чем хозяйство начнет нести убытки. В нашем случае этот показатель равен 41 %.

Механизм управления прибылью и рентабельностью в зерновом производстве с использованием системы «взаимосвязь издержек, объема реализации и прибыли» основан на ее зависимости («чувствительности») от следующих основных факторов:

- объема производства и реализации продукции;
- суммы и уровня переменных операционных издержек;
- суммы постоянных операционных издержек;
- соотношения постоянных и переменных издержек.

Эти показатели могут рассматриваться как основные элементы формирования прибыли в зерновом производстве крестьянского (фермерского) хозяйства, воздействуя на которые можно получить необходимые результаты. Анализ безубыточности проводится на основе наиболее вероятного сценария динамики затрат, прибыли и объемов производства. Вместе с тем целесообразно провести анализ чувствительности, при котором учитывается действие всех факторов, которые могут повлиять на финансовый результат. Каждый раз рассматривается одно какое-либо изменение первоначального сценария и оценивается влияние этого изменения на точку безубыточности и прибыль.

На рост величины прибыли в зерновом производстве оказывают влияние следующие факторы: увеличение цен на реализуемую продукцию, уменьшение переменных затрат, уменьшение постоянных затрат, увеличение объема реализации. В контексте анализа безубыточности это означает, что анализ чувствительности можно проводить для оценки влияния возможных последствий на величину прибыли в случае изменения: объема реализации, рыночных цен, постоянных расходов и переменных издержек.

Для оценки воздействия рассмотренных выше факторов на величину прибыли в зерновом производстве нами проведен анализ чувствительности (табл. 7).

В случае роста объема реализации зерна, как предусмотрено сценарием 1, прибыль хозяйства увеличивается на 28,5 %, 16,1 % и 24,3 % соответственно при минимальном, максимальном и наиболее вероятном объеме реализации зерна по сравнению с прибылью сценария ноль. Увеличение цены реализации 1 ц зерна на 10 %, как предусматривает сценарий 2, приводит к росту прибыли по сравнению со сценарием ноль, в зависимости от объема реализации зерна (минимальный, максимальный и наиболее вероятный) соответственно на 45,9 %, 25,9 % и 39,34 %. Если реализационная цена 1 ц зерна снизится на 10 %, то это приведет к уменьшению прибыли на указанную величину. Если произойдет снижение переменных затрат в расчете на 1 ц зерна (сценарий 3), то прибыль предприятия возрастет на 17,5 %, 9,9 % и 14,9 % по сравнению со сценарием ноль соответственно при минимальном, максимальном и наиболее вероятном объеме реализации продукции. В случае развития событий по сценарию 4, при котором уменьшаются постоянные затраты, прибыль, в зависимости от минимального, максимального или наиболее вероятного объема продажи зерна, увеличится на 18,5 %, 6,1 % и 14,4 % соответственно.

Т а б л и ц а 7

Анализ чувствительности зернового производства, 2010–2013 гг.

Показатели	Сценарий 0	Сценарий 1	Сценарий 2	Сценарий 3	Сценарий 4
	Нет изменений	Увеличение объема реализации на 10 %	Увеличение цены на 10 %	Снижение переменных затрат на 10 %	Снижение постоянных затрат на 10 %
1	2	3	4	5	6
Постоянные затраты, тыс. тг	7014,04	7014,04	7014,04	7014,04	6312,64
Переменные затраты на 1 ц зерновых, тг.	993,06	993,06	993,06	893,75	993,06
Цена реализации 1 ц, тг.	2613,15	2613,15	2874,46	2613,15	2613,15
Минимальный объем реализации, ц	6671	7338	6671	6671	6671
Максимальный объем реализации, ц	11436	12580	11436	11436	11436
Наиболее вероятный объем реализации, ц	7344	8078	7344	7344	7344
Удельный маржинальный доход, тг.	1620,09	1620,09	1881,4	1719,4	1620,09
Точка безубыточности, ц	4329	4329	3728	4079	3896
Точка безубыточности, тыс. тг	11313	11313	10714	10659	10181
Прибыль (убыток) при минимальном объеме реализации, тыс. тг.	3793,58	4874,18	5536,78	4456,08	4494,98

1	2	3	4	5	6
Изменение по отношению к сценарию 0, %	-	28,5	45,9	17,5	18,5
Прибыль/убыток при максимальном объеме реализации, тыс. тг.	11513,31	13366,69	14501,65	12649,02	12213,68
Изменение по отношению к сценарию 0, %	-	16,1	25,9	9,9	6,1
Прибыль (убыток) при наиболее вероятном объеме реализации, тыс. тг.	4883,9	6073,05	6802,96	5613,23	5585,30
Изменение по отношению к сценарию 0, %	-	24,3	39,3	14,9	14,4

Наибольший эффект на рост величины прибыли в зерновом производстве оказывает увеличение цены на 10 %, что объясняется увеличением удельного маржинального дохода и снижением точки безубыточности. Однако на формирование прибыли в зерновом производстве оказывают влияние и текущие затраты, что проявляется в эффекте производственного рычага. Этот эффект проиллюстрирован в таблице 8.

Т а б л и ц а 8

Коэффициенты производственного рычага в зерновом производстве

Показатели	2010–2013 гг.
Сценарий 0	
Выручка от реализации, тыс. тг.	19190,97
Производственные затраты, тыс. тг.	14307,07
в т.ч. постоянные, тыс. тг.	7014,04
переменные, тыс. тг.	7293,03
Прибыль (+), убыток (–), тыс. тг.	4883,90
Сценарий 1 (Увеличение объема реализации на 10 %)	
Выручка от реализации, тыс. тг.	21110,07
Производственные затраты, тыс. тг.	15036,37
в т.ч. постоянные, тыс. тг.	7014,04
переменные, тыс. тг.	8022,33
Прибыль (+), убыток (–), тыс. тг.	6073,70
Изменение прибыли, %	24,4

В сценарии ноль представлена информация о производственных затратах, величине прибыли и коэффициентах производственного рычага в зерновой отрасли. Наблюдается повышенное значение постоянных затрат в сравнении с совокупными производственными затратами. По сценарию 1 предполагается, что в хозяйстве произойдет рост объема реализации зерна на 10 %, который повлечет увеличение переменных затрат также на 10 %, при этом постоянные затраты не меняются. Для предприятия наблюдается влияние производственного «рычага», т.е. изменение объемов реализации на 10 % приводит к большему изменению прибыли — на 24,4 %.

Из данных таблицы 9 следует, что фактически любой прирост объемов реализации зерна по отношению к объему, равному 7344 т, приводит более чем к 2,4 % приросту прибыли в зерновом производстве. Насколько близко к своей точке безубыточности действует хозяйство, настолько и высока чувствительность его прибыли к изменению объемов реализации зерна.

Сила производственного «рычага» в зерновом производстве

Показатели	2010–2013 гг.
Объем реализации, ц	7344
Точка безубыточности, ц	4329
Операционная прибыль, тыс.тг.	4883,90
Сила операционного рычага (DOL)	2,44

В заключение проведем расчет прибыли и рентабельности производства зерна в крестьянском (фермерском) хозяйстве на перспективу, используя показатель силы операционного рычага (табл. 10).

Расчет прибыльности производства зерна в крестьянском (фермерском) хозяйстве на перспективу

Показатели	В среднем за 2010–2013 гг.	Пессимистический сценарий	Оптимистический сценарий
Объем реализации, ц	7344	6671	11436
Денежная выручка от реализации, тыс. тг.	19190,97	17432,32	29883,98
Сила операционного рычага	2,44		
Прибыль (+), убыток (-) от реализации, тг.	4883,90	3789,91	11513,31
Полная себестоимость, тыс. тг.	14306,17	13642,41	18370,67
Уровень рентабельности, %	34,1	27,8	62,7

Приведенный анализ чувствительности позволяет моделировать различные комбинации объема реализации, издержек и прибыли, выбирая из них наиболее приемлемый, позволяющий хозяйству не только покрыть свои издержки, но и создать условия для расширенного воспроизводства.

Список литературы

- 1 *Питтнер Т., Уотмен Р.В.* В поисках эффективного управления. — М.: Экономика, 1986. — 256 с.
- 2 *Драккер П.Ф.* Управление, нацеленное на результаты / Пер. с англ. — М., 1994. — 456 с.
- 3 *Павлова Л.Н.* Финансовый менеджмент. Управление денежным оборотом предприятия: Учебник для вузов. — М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1995. — 626 с.
- 4 *Экономика предприятия: Учебник для вузов / Под ред. П.П.Табурчака и В.М.Тумина.* — Ростов н/Д.: Феникс, 2002. — 320 с.
- 5 *Прыкина Л.В.* Экономический анализ предприятия. — М.: ИНФРА-М, 2002. — 234 с.
- 6 *Абуов К.К.* Совершенствование управления затратами в сельскохозяйственных предприятиях / К.К.Абуов, А.Н.Горелов. — Кокшетау: ИЦ Кокшетауского ун-та, 2008. — 164 с.
- 7 *Тлепова А.* Основные направления совершенствования методов исчисления затрат на отечественных предприятиях // Транзитная экономика. — 2012. — № 2. — С. 93–102.
- 8 *Хоружий Л.И.* Проблемы теории, методологии, методики и организации управленческого учета в сельском хозяйстве / Л.И.Хоружий. — М.: Финансы и статистика, 2010. — 496 с.
- 9 *Бланк И.А.* Управление прибылью / И.А.Бланк. — Киев: НикаЦентр, Эльга, 2012. — 544 с.
- 10 *Чернов В.* Анализ рентабельности // Аудит и финансовый анализ. — 2011. — № 2. — С. 70–71.
- 11 *Глазунов В.Н.* Критерии оценки рентабельности и платежеспособности / В.Н.Глазунов. — М.: Дело, 2010. — 238 с.
- 12 *Управление затратами на предприятии: Учеб. пособие / В.Г.Лебедев, Т.Г.Дроздова, В.П.Кустарев, А.Н.Асаул, И.Б.Осорьева; Под общ. ред. Г.А.Краюхина.* — СПб.: ИД «Бизнес-пресса», 2013. — 256 с.
- 13 *Хорнгрен Ч.Т.* Бухгалтерский учет: управленческий аспект: Пер. с англ. / Ч.Т.Хорнгрен, Дж.Фостер; Под ред. Я.В.Соколова. — М.: Финансы и статистика, 2010. — 416 с.
- 14 *Управленческий учет: Учеб. пособие / Под ред. А.Д.Шеремета.* — М.: ФБК-ПРЕСС, 2010. — 512 с.
- 15 *Управленческий учет: Учеб. пособие / Под ред. А.Д.Шеремета.* — М.: ФБК-ПРЕСС, 1999. — 512 с.
- 16 *Николаева О.Е., Шишкова Т.В.* Управленческий учет. — М.: УРСС, 2000. — 368 с.
- 17 *Яругова А.* Управленческий учет: опыт экономически развитых стран [Текст]: Пер. с польск. С.Н.Рогозиной, Г.И.Лебедевой / Под ред., с предисл. и примеч. Я.В.Соколова. — М.: Финансы и статистика, 2011. — 237 с.

- 18 Финансовый менеджмент: Учебник для вузов / Г.Б.Поляк, И.А.Акодис, Т.А.Краева и др.; под ред. Проф. Г.Б.Поляка. — М.: Финансы, ЮНИТИ, 1997. — 518 с
- 19 Стоянова Е.С. Финансовый менеджмент. Российская практика. — М.: Перспектива, 1994. — 424 с.
- 20 Финансовый менеджмент: Учебник для вузов / Г.Б.Поляк, И.А.Акодис, Т.А.Краева и др.; Под ред. проф. Г.Б.Поляка. — М.: Финансы, ЮНИТИ, 1997. — 518 с.
- 21 Кукина И.Г. Финансовый менеджмент: Учеб. пособие. — М.: Юристъ, 2000. — 136 с.
- 22 Крейнина М.Н. Финансовый менеджмент. — М.: Дело и сервис, 1998. — 124 с.

О.В.Мишулина, Н.С.Горелова

Шаруашылық (фермерлік) қожалықтардың пайдасын және тиімділігін басқару үдерісін жетілдіру

Мақалада шаруашылық (фермерлік) қожалықтың пайдасын және тиімділігін басқару үдерісінің талдауы көрсетілген. Шаруашылық қожалықтар қызметінің қаржылық нәтижелерінің қалыптасу механизмдері және оны құраушы элементтері көрсетілген: өнімнің өнімділігі, жалпы өндіріс және өнімді өткізу, өндірістің жалпы шығындары, өнімнің сапасы, өткізу мерзімдері, тауардың нарықтық бағасы. Шаруашылық (фермерлік) қожалықтардың пайда және тиімділігін басқару әдістері мен жүйесінде кейбір жетіспеушіліктер көрсетілген: төмен нақтылық, қаржылық нәтижелер туралы берілген ақпараттардың объективтілігі және пайдалылығы, өндірістік бағдарламаларға өзгерістер енгізу үшін басқарушылық шешімдер қабылдау мақсатында шығындарды тез талдау және бағаның өзгеруіне тез әрекет ету ақпараттық механизмін қамтамасыз етпейді. Шаруашылық пайдасының басқару процесін жетілдіру үшін операциялық құрал және жағдайлық талдау негізінде тауар өндірушінің оңтайлы қызметінің пайдасы және тиімділіктері көлемін реттеудің негізгі бағыттарын анықтауға мүмкіндік беретін «директ-костинг» әдісі ұсынылған.

O.V.Mishulina, N.S.Gorelova

The improve of management process of income and profitability of peasant (farmer's) economy

The article presents the analysis of the profit management and profitability of a peasant (farmer's) economy. The mechanism of formation of the financial results of the peasant (farmer's) economy and its components: crop yield, total production and sales, total costs of production, product quality, terms of sale, the market price of the goods. Deficiencies of existing systems and management practices and profit margins of the peasant (farmer's) economy are also marked: low reliability, objectivity and usefulness of the information provided on the indicators of financial results do not provide an information tool of a rapid response to the changes in prices and operational cost analysis for the purpose of making management decisions to adjust production programs. To improve the management of farm profits the method of «direct costing» is proposed, that allows identifying the main areas of regulation of profit margins and profitability from operations producers based on the situational analysis and the effect of operating leverage.

References

- 1 Pitters T., Uotmen R.V. *In search of good governance*, Moscow: Economy, 1986, 256 p.
- 2 Drakker P.F. *Managing for results*, Per. from English, Moscow, 1994, 456 p.
- 3 Pavlova L.N. *Financial management, cash management turnover of the enterprise*, the textbook for higher education institutions, Moscow: Banks and exchange, units, 1995, 626 p.
- 4 *Economy of the Enterprise*, the textbook for Universities, ed. P.P.Taburchak and V.M.Tumin, Rostov-on-Don: Phoenix, 2002, 320 p.
- 5 Prikina L.V. *Economic analysis of the Enterprise*, Moscow: INFRA-M, 2002, 234 p.
- 6 Abuov K.K. *Improvement of management of expenses in the agricultural enterprises* / K.K.Abuov, A.N.Gorelov, Kokshetau: IC Kokshetau University Press, 2008, 164 p.
- 7 Тлепова А. *Transit economy*, 2012, 2, p. 93–102.
- 8 Horuzhy L.I. *Problems of theory, methodology, technique and organization of management accounting in agriculture* / L.I.Horuzhy, Moscow: Finance and Statistics, 2010, 496 p.
- 9 Blank I.A. *Managing profit* / I.A.Blank, Kiev: Nika Tsentr, Elga, 2012, 544 p.
- 10 Chernov V. *Audit and Financial analysis*, 2011, 2, p. 70–71.

- 11 Glazunov V.N. *Criteria of an assessment of profitability and solvency*, V.N.Glazunov, Moscow: Delo, 2010, 238 p.
- 12 *Management of expenses at the enterprise: studies. grant*, V.G.Lebedev, T.G.Drozdova, V.P.Kustarev, A.N.Asaul, I.B.Osoryeva, under a general edition of G.A.Krayukhina, SPb., ID «Business-press» IDES, 2013, 256 p.
- 13 Horngren Charles T. *Accounting: administrative aspect*: Transl. Eng. / Ch T.Horngren, George. Foster; Ed. Under the editorship of Ya.V.Sokolov, Moscow: Finance and Statistics, 2010. 416 p.
- 14 *Managerial Accounting*, studies. a grant, ed. A.D.Sheremet, Moscow: FBC-PRESS, 2010, 512 p.
- 15 *Managerial Accounting*, studies. a grant, ed. A.D.Sheremet, Moscow: FBC-PRESS, 1999, 512 p.
- 16 Nikolayeva O.Ye., Shishkova T.V. *Managerial Accounting*, Moscow: URSS, 2000, 368 p.
- 17 Yarugova A. *Managerial Accounting: the experience of developed countries* [Text]: Per. Polish S.N.Rogozina, G.I.Lebedeva / under the editorship of, foreword, note Ya.V.Sokolov, Moscow: Finance and Statistics, 2011, 237 p.
- 18 *Financial Management*, textbook for Universities / G.B.Polyak, I.A.Akodis, T.A.Krayeva et al.; Ed. Prof. GB Poles. Moscow: Finance, UNITY, 1997, 518 p.
- 19 Stoyanova Ye.S. *Financial Management, the Russian practice*, Moscow: Perspective, 1994, 424 p.
- 20 *Financial Management*, textbook for Universities / G.B.Polyak, I.A.Akodis, T.A.Krayeva et al.; Ed. prof. G.B.Polyak. — Moscow: Finance, UNITY, 1997, 518 p.
- 21 Kukina I.G. *Financial Management*, proc. Allowance, Moscow: Yurist, 2000, 136 p.
- 22 Kreynina M.N. *Financial management*, Moscow: «Delo i servis», 1998, 124 p.

УДК 33.001.8(574)

Т.Н.Ержанов

*Павлодарский государственный университет им. С.Торайгырова
(E-mail: ierzhanov.83@mail.ru)*

Научно обоснованное понимание инновации, инновационной деятельности и инновационного процесса

В статье проведен анализ, показывающий причины множественности определений инноваций, инновационной деятельности и инновационного процесса. Предложена научно обоснованная классификация инноваций, построенная на иерархических классификационных признаках таксономии.

Ключевые слова: инновация, оптимизация, производство, нововведения, продукция, рынок, интеллектуализация, научно-технический, ресурс, информация.

В современной мировой экономике роль инноваций значительно возросла. Это вызвано тем, что в рыночной экономике инновации представляют собой оружие конкуренции, так как инновация ведет к снижению себестоимости, цен, к росту прибыли, созданию новых потребностей, притоку денег, повышению имиджа производителя новых продуктов, к открытию и захвату новых рынков.

Термин «инновация» используется в научной терминологии с XIX в. и берет свое начало из культурологии для обозначения проникновения, внедрения элементов одной культуры в другую.

В качестве новой экономической категории термин «инновация» был введен в науку австрийским экономистом Й.А.Шумпетером в 30-е годы XX в. Под инновацией он подразумевал изменение с целью внедрения и использования новых видов потребительских товаров, производственных и транспортных средств, рынков и форм организации в промышленности [1].

Именно с книг Шумпетера данное направление в экономических науках получило существенное развитие. Они стали основой для исследований других ученых в области инноваций, которые и сформировали инноватику — науку, изучающую различные теории нововведений.

Сегодня описание инноваций базируется на международных стандартах в статистике науки и инноваций, рекомендации по которым были приняты в столице Норвегии г. Осло в 1992 г. [2]. Но действительно международных стандартов не существует. Существуют стандарты, которые применяются какой-то группой стран с учетом их юрисдикции. Юрисдикция представляет собой правовую сферу, на которую распространяются полномочия данного государственного органа. Например, в Европе действуют две глобальные правовые системы: островная, или англо-саксонская, и континент-

тальная, или франко-германская. В США одна правовая система, в странах Латинской Америки — другая и т.д.

Поэтому в экономической литературе встречается множество определений категории «инновация». Рассмотрим некоторые из них.

Твисс, американский экономист, дает определение инновации как «...процесса, в котором интеллектуальный товар: изобретение, идея или ноу-хау, приобретает экономическое содержание» [3].

Российский ученый П.Н.Завлин трактует инновацию как «...использование результатов научных исследований и разработок, направленных на совершенствование процессов деятельности производства, экономических, правовых и социальных отношений в области науки, культуры, образования и в других сферах деятельности общества» [4].

Казахстанские ученые Б.А.Кембаев, Ф.И.Ахметов, А.К.Тулбаев и В.П.Дзекунев определяют инновации как «...новшества различного характера — организационные, технологические, технические и другие, — используемые для организации производства нового или усовершенствованного товара (работы, услуги)» [5].

Другой казахстанский ученый, С.В.Могильный, рассматривает инновацию с позиций:

- конечного результата интеллектуальной деятельности, получившего реализацию в виде нового или усовершенствованного продукта, реализуемого на рынке, технологического процесса, используемого в практической деятельности, и т.д.;
- особого вида товара, который реализуется на рынке посредством внедрения новшеств в различные сферы деятельности;
- социального явления, которое в значительной степени определяет отношение того или иного общества к новшеству, к изменению сложившихся устоев, к переходу от одной стадии развития к другой [6].

Таким образом, инновация способна сочетать в себе все свойства товара: цену, качество, потребительскую и меновую стоимость и т.д. На инновацию распространяются все законы, категории и атрибуты рынка: спрос, предложение, законы функционирования, категории эффективности, конкуренции. Но инновация становится товаром только при определенных условиях: при обосновании реальной возможности коммерциализации идеи, при наличии значительных преимуществ по сравнению с существующими товарами, при существовании реальных или возможных областей применения. В качестве товара инновация может иметь различную форму: патента, зафиксированного документально опыта, нового вида техники, продукции и т.д.

Кроме того, инновация является частью культуры. Значит, стремление к нововведениям необходимо не только стимулировать с позиции экономического роста, но и воспитывать. Рассмотрим стремительный рост экономики таких стран, как Китай, Япония, Южная Корея. Именно здесь образование, высококвалифицированный труд и инновации в форме передовых технологий вошли в состав национальных культур этого региона. А такие страны, как Африка и Латинская Америка склонны к патриархальному расширению производств сельского хозяйства и добывающих отраслей [6].

Инновации подвержены управлению. Можно использовать различные способы и средства управляющего воздействия, позволяющие в той или иной степени влиять на ход инновационного процесса, на увеличение продолжительности жизненного цикла инновации, на рост эффективности инновации.

Результативность способов и средств управляющего воздействия определяется классификацией инноваций, классификационной схемой и ее научной обоснованностью.

Научно обоснованная классификация инноваций четко определяет место каждой инновации в их общей системе и ее отличительные характеристики. Это создает возможность для эффективного использования определенных приемов управления инновацией, соответствующих только данной группе.

Построение классификационной схемы инноваций начинается с определения классификационных признаков, представляющих собой отличительное свойство данной группы, ее главную особенность.

П.Н.Завлин, ссылаясь на Ю.В.Тюрину, предлагает классификацию инноваций, базирующуюся на семи классификационных признаках: область применения, этапы научно-технического прогресса, степень интенсивности, темпы осуществления, масштабы, результативность, эффективность [7].

Могильный предлагает свой вариант классификации инноваций, также основанный на семи классификационных признаках, но иных, чем у Завлина и Тюриной [8]:

I. По степени новизны все виды инноваций делятся на четыре группы:

- открывающие инновации, предлагающие абсолютно новое, не имеющее до этого практического применения решение какой-либо проблемы;
- модернизирующие инновации, направленные на совершенствование уже применяемого процесса, полностью не отрицающие его;
- замещающие инновации, предполагающие полное вытеснение устаревающего решения проблемы;
- комплексные инновации, основанные на применении оптимального набора ранее накопленных и проверенных в мировой практике научно-технических достижений.

II. По сфере применения инновации делятся на:

- 1) производственные нововведения, повышающие эффективность производственного процесса;
- 2) финансовые нововведения, совершенствующие предоставляемые финансовые услуги;
- 3) социально-экономические нововведения, оптимизирующие различные социально-экономические процессы;
- 4) управленческие нововведения, совершенствующие процесс управления каким-либо объектом;
- 5) торговые нововведения, продвигающие конечную продукцию на рынок.

III. По источнику возникновения [9] инновации подразделяются на следующие группы, основанные на:

- 1) неожиданном событии;
- 2) несоответствии реальности представлениям о ней;
- 3) потребности процесса;
- 4) изменениях в структуре отрасли или рынка;
- 5) демографических изменениях;
- 6) изменениях в мировоззрении, настроениях и ценностях;
- 7) новых знаниях.

IV. По конечной форме реализации все инновации подразделяются на:

- 1) базисные, формирующие и удовлетворяющие новые потребности в любой области;
- 2) модернизирующие, удешевляющие удовлетворение уже известных потребностей в любой области.

V. По назначению инновации делятся на пять групп:

- 1) приведение структуры производства в соответствие с изменившейся структурой потребления;
- 2) повышение качества удовлетворения потребностей общества и отдельного индивида;
- 3) вовлечение новых производственных сил и оптимизация производственных процессов;
- 4) интеллектуализация трудовой деятельности;
- 5) обеспечение сравнительных преимуществ в конкурентной борьбе.

VI. По территориальному охвату распространения инновации делятся на пять групп:

- 1) локальные, в пределах конкретного предприятия, организации;
- 2) региональные, в пределах одного региона;
- 3) национальные, в масштабе одного государства;
- 4) транснациональные, в пределах нескольких государств;
- 5) глобальные, в общемировом масштабе.

VII. По степени применимости инновации делятся на:

- 1) единичные, совершенствующие уникальные процессы, имеющие ограниченное распространение;
- 2) универсальные, применимые на нескольких объектах одной или различных отраслей.

Сущность любой категории определяется ее функциями, выражающими внешнее проявление свойств в данной системе отношений. Функции категории «инновация» отражают ее назначение в экономической системе государства и ее роль в хозяйственном процессе.

Исходя из этого можно сказать, что инновация выполняет следующие три функции: воспроизводственную, инвестиционную и стимулирующую.

В качестве основных свойств инновации необходимо выделить следующие:

- наличие относительных преимуществ по сравнению с традиционными решениями;
- производственная применимость, соответствие производственных возможностей субъекта и потребностей конкретного нововведения;

– экономическая реализуемость, целесообразность нововведения с позиции экономической эффективности.

Новизна инноваций рассматривается в рыночном и научно-техническом аспектах, тесно взаимосвязанных либо присущих одной и той же инновации [1].

Не менее важной характеристикой служит эффект инновации, который:

- определяет соотношения затрат на осуществление инновационной деятельности и выгод, получаемых в результате этой деятельности;
- сопоставляет полученные результаты с результатами от реализации других, аналогичных по назначению инновационных проектов.

Инновации могут носить экономические, научно-технические, финансовые, ресурсные, социальные, экологические эффекты.

Под экономическим эффектом понимают результат использования и распространения инновации, выражающийся в приросте конечного общественного продукта и национального дохода.

Научно-технический эффект определяется степенью новизны инновации, простотой ее практического внедрения, полезностью, компактностью, этичностью и эстетичностью.

Финансовый эффект от реализации инноваций рассчитывается на основе показателей и коэффициентов, применяемых в бухгалтерском учете.

Ресурсный эффект отражает влияние инновации на эффективность использования ресурсов в процессе производства.

Социальный эффект определяется влиянием инновации на общественные процессы. Его результатом является улучшение условий труда, повышение материального и культурного уровня членов общества.

Экологический эффект вычисляется на основе ряда показателей, характеризующих воздействие инновации на окружающую среду.

Инновационная деятельность представляет собой совокупность усилий, прилагаемых для осуществления инновационного процесса или логически связанной цепи последовательных переходов от идеи возможного нововведения до его практической реализации, конечным результатом чего является инновация.

Инновационный процесс, сформулированный в виде единого документа и заданный периодом реализации, размерами имеющихся ресурсов и другой вводной информацией, является инновационным проектом.

П.Савиоц, Б.Биркенмайер, Х.Бродбек, Э.Лихтенталер поэтапную структуру инновационного процесса представляют следующим образом:

I. Этап разработки концепции инновации инновационного процесса подразделяют на 4 стадии:

- 1) определение цели и задач инновации;
- 2) генерирование и сбор идей, их оценка и выбор;
- 3) описание идеи инновации;
- 4) технико-экономическое обоснование предлагаемого проекта.

Каждая из указанных стадий при этом должна протекать в условиях постоянного наблюдения за состоянием рынка и технологии, в увязке со стратегией и технологией предприятия [10].

Наиболее целесообразны с точки зрения экономики инновации, основанные на результатах научной деятельности — научных разработках.

Научная деятельность — это интеллектуальная деятельность, направленная на получение и переработку новых, оригинальных и доказательных сведений и информации. Всю научную деятельность подразделяют на фундаментальные и прикладные исследования.

Научная разработка — это объективированный результат научной и (или) научно-технической деятельности, содержащий новые знания или новые решения, зафиксированный на любых носителях информации и предназначенный для практического применения в различных сферах.

С наукой связаны и все последующие этапы инновационного процесса, но связь эта проявляется в несколько иных формах (например, разработка технологического процесса для производства инновации, сбор и анализ информации о потребителях и т.д.).

II. Этап технологического освоения инновации, как комплекс мероприятий по подготовке производства инновации, до начала процесса ее массового производства будет включать три стадии:

- 1) формулирование инновационного проекта, определение средств и методов, достаточных для реализации инновации, — подбор оборудования, инструментов, персонала и т.д.;

2) определение технологической цепи для производства инновации;
3) опытно-конструкторская разработка, т.е. создание о вещественного образца предлагаемой инновации с целью демонстрации возможности практического внедрения идеи новшества.

III. Этап внедрения и продвижения инновации включает три стадии:

1) маркетинговые и социальные исследования целевой области, на которую ориентировано производство инновации (анализ конъюнктуры, определение спроса и оптимального объема выпуска, необходимых потребительских свойств и товарной характеристики продукции и т.д.);

2) налаживание и запуск производства инновации;

3) обеспечение необходимого сопровождения инновации (маркетингового, информационного и т.д.).

IV. Этап распространения инновации характеризуется стремительным ростом применения новшества в различных сферах и распространением инновации в новых регионах, на новых рынках.

V. Этап господства. Длится до насыщения потребности в инновации.

VI. Этап устаревания инновации, основными признаками которого являются снижение спроса на инновацию, объемов ее реализации, появление альтернативных видов продукции. На этом этапе производится подведение итогов реализации проекта, анализируется вся статистическая информация, после чего делаются следующие выводы:

1) степень достижения поставленных на начальном этапе целей;

2) масштабы эффекта от инновации;

3) дальнейшие перспективы данной инновации.

По результатам проведенного анализа может быть принято два варианта решения, исполнение которых составляет заключительный этап.

VII. Этап модернизации или утилизации инновации. Как правило, модернизация носит временный характер и лишь откладывает на определенный срок утилизацию инновации, т.е. замещение устаревшей инновации новым вариантом решения проблемы.

Рассмотренный вариант структуры отражает общие характерные моменты инновационного процесса. Это так называемое линейное (последовательное) представление инновационного процесса, которое с незначительными корректировками можно рассматривать и как этапы реализации инновационного проекта.

В настоящее время некоторыми исследователями отмечается тенденция приобретения в современной экономике все большего значения нелинейности, т.е. сопряженности и интегрированности инновационного процесса. При такой модели инновационного процесса допускается определенная автономность и некоторая непоследовательность перечисленных выше этапов. Например, в настоящее время, ввиду высокого спроса и потребностей рынка, с одной стороны, и отсутствия технологических возможностей и нехватки времени на прохождение инновациями всех этапов инновационного процесса — с другой, все больше инноваций появляется без проведения специальных научных исследований. Бывает, что процесс создания инновации начинается с анализа накопленной прикладной научно-технической информации и использования вариантов уже готовых решений для удовлетворения возникшей потребности, а не с фундаментального поиска нового продукта или технологического принципа. Но это не говорит об отсутствии или принижении значимости науки. Наоборот, этим самым подчеркивается все большее усложнение в наше время взаимосвязи «наука—производство—рынок».

Идеи ученых-исследователей и идеи, появившиеся в результате производственной или торговой деятельности, тождественны. И те и другие имеют полное право на доработку в лабораториях на любой стадии реализации проекта. Такой подход дает возможность учитывать всю полноту риска и непредсказуемости в развитии инновационного процесса, частоту возникновения новых проблем, решение которых может потребовать дополнительных усилий [11].

Теперь о том, что касается объема затрат по этапам реализации инновационного проекта. Он неодинаков и зависит от вида субъекта инновационной деятельности, технологических уровней и масштабности реализуемых проектов. Вместе с тем он имеет достаточно постоянные пропорции. Наибольшая часть расходов, вне зависимости от размера инновационного предприятия, приходится на стадию выпуска продукции, а именно на осуществление процедур запуска промышленного производства, продвижения и реализации инновационной продукции.

Таким образом, наиболее научно обоснованной классификацией инноваций является классификация, построенная на семи основных классификационных признаках инновационной таксономии, имеющих иерархическое строение:

- степень новизны предлагаемой инновации;
- область применения;
- источник возникновения;
- конечная форма реализации;
- назначение;
- территориальный охват распространения;
- степень применимости.

Список литературы

- 1 *Шумпетер И.А.* Теория экономического развития: исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры. — М.: Прогресс, 1982. — 455 с.
- 2 *Балабанов И.Т.* Инновационный менеджмент: Учеб. пособие. — СПб.: Питер, 2000. — 208 с.
- 3 *Твисс Б.* Управление научно-техническими нововведениями: Сокр. пер. с англ. — М.: Экономика, 1989. — С. 49, 205.
- 4 *Завлин П.Н.* Инновационный менеджмент: Справ. пособие. — М.: Центр исследования и статистики науки, 1998. — С. 7–11, 13, 27.
- 5 *Кембаев Б.А., Ахметов Ф.И. и др.* Инновационная деятельность в Республике Казахстан: состояние и проблемы развития. Аналитический обзор. — Алматы: КазГосИНТИ, 2002. — С. 10, 205.
- 6 *Могильный С.В.* О роли инновационной инфраструктуры в реализации Стратегии индустриально-инновационного развития на 2003–2015 годы // Роль науки и интеллектуальной собственности в реализации Стратегии индустриально-инновационного развития страны на 2003–2015 годы: Материалы науч.-практ. конф. — Астана, 2004. — С. 245–253.
- 7 *Завлин П.Н.* Косвенные методы стимулирования инновационной деятельности // Наука и науковедение. — 1999. — № 1. — С. 59–64.
- 8 *Могильный С.В.* О производственно-технологическом направлении развития национальной модели инновационной инфраструктуры // Поиск. — 2004. — № 3. — С. 74–80.
- 9 *Друкер П.* Задачи менеджмента в XXI веке: Учеб. пособие: Пер. с англ. — М.: Изд. дом «Вильямс», 2000.
- 10 *Савиоц П., Биркенмайер Б. и др.* Организация ранних фаз радикального инновационного процесса // Проблемы теории и практики управления. — 2003. — № 4. — С. 75–81.
- 11 *Масимов К.* Выступление Премьер-Министра на внеочередном XII съезде народно-демократической партии (НДП) «НурОтан» // Казахстанская правда. — 2009. — 16 мая.

Т.Н.Ержанов

Инновация, инновациялық қызмет және инновациялық үдеріс мәнін ғылыми тиянақты түсіну

Мақалада инновация, инновациялық іс-әрекет және инновациялық үдеріс анықтамаларының көптігін көрсететін себептер талданды. Таксономияның иерархиялық классификациялық белгілері негізінде құрылған, инновацияның ғылыми негізделген жіктемесі ұсынылды.

T.N.Yerzhanov

Science-based understanding of innovation, innovation and innovative processes

In the article was made analyze, which show reasons of multiple definitions of innovation, innovation activities and the innovation process, offered evidence-based classification of innovations built on hierarchical taxonomic classification features.

References

- 1 Shumpeter I.A. *Theory of economic development: research of enterprise profit, capital, credit, percent and cycle of an environment*, Moscow: Progress, 1982, 455 p.
- 2 Balabanov I.T. *Innovative management: manual*, St. Petersburg, 2000, 208 p.
- 3 Tvis B. *Management of scientific and technical innovations*, Moscow: Economy, 1989, p. 49.
- 4 Zavlin P.N. *Innovative management: handbook*, Moscow: Centre of research and statistics of science, 1998, p. 7–11, 13, 27.
- 5 Kembayev B.A., Akhmetov F.I. et al. *Innovative activity in the Republic of Kazakhstan: state and problems of development*, Almaty: KazGosiNTI, 2002, p. 10, 205.
- 6 Mogil'nyiy S.V. *Role of science and intellectual property in realization of strategy of industrial and innovative development of the country for 2003–2015: Materials of sci. and. pract. conf.*, Astana, 2004, p. 59–64.
- 7 Zalvin P.N. *Science and science of science*, 1999, 1, p. 59–64.
- 8 Mogil'nyiy S.V. *Search*, 2004, 3, p. 74–80.
- 9 Druker P. *Problems of management in the XXI century*, Moscow: Vil'yams publ. house, 2000.
- 10 Saviots P., Birkenmayer B. et al. *Problems of the theory and practice of management*, 2003, 4, p. 75–81.
- 11 Masimov K. *Kazakhstanskaya pravda*, May, 16, 2009.

УДК 338.48:339.9

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

Карагандинский государственный университет им. Е.А.Букетова
(E-mail: dina2307@mail.ru)

Актуальные вопросы коммерциализации изобретений в Республике Казахстан

В статье рассматриваются практические аспекты коммерциализации изобретений в Казахстане. Проведен анализ динамики подачи заявок и выдачи охранных документов на изобретения национальными и иностранными заявителями. Исследована изобретательская активность в региональном разрезе Республики Казахстан, показаны активные национальные патентообладатели в 2013 г. Большое внимание уделяется значению принятия единого законодательного акта, регламентирующего механизмы и инструменты, обеспечивающие коммерциализацию результатов научной и научно-технической деятельности.

Ключевые слова: изобретения, инновационный патент, коммерциализация результатов научной и научно-технической деятельности, проблемы инновационного бизнеса.

В соответствии с Посланиями Главы государства Н.А.Назарбаева народу Республики Казахстан «Казахстанский путь – 2050: Единая цель, единые интересы, единое будущее» от 17 января 2014 г. [1] и «Нұрлы жол – путь в будущее» от 11 ноября 2014 г. [2] озвучено: «Создание наукоёмкой экономики – это, прежде всего, повышение потенциала казахстанской науки. По данному направлению следует совершенствовать законодательство по венчурному финансированию, защите интеллектуальной собственности, поддержке исследований и инноваций, а также коммерциализации научных разработок».

Основным показателем оценки инновационной активности страны является количество зарегистрированных патентов. Согласно данным Национального института интеллектуальной собственности (НИИС) в период с 1992 по 2013 гг. было подано 37996 заявок на выдачу охранных документов на изобретения. От национальных изобретателей за анализируемый период поступило 32692 заявки, что составляет 86% от общего их числа, соответственно от иностранных изобретателей — 5304 заявки (14%) [3].

Наибольшая изобретательская активность в региональном разрезе Республики Казахстан наблюдается в городе Алматы. Изобретатели Алматы занимают значительную долю. Так, за период с 1992 по 2013 гг. ими подано 15692 заявки (48%). За алматинскими изобретателями следуют изобретатели Карагандинской, Восточно-Казахстанской, Южно-Казахстанской областей и г. Астаны, удельный вес которых составляет 10%, 8%, 7% и 7% соответственно. Остальные регионы Казахстана по уровню

изобретательской активности составляют менее 5% вклада в рынок промышленной собственности (рис. 1). Сложившаяся ситуация не случайна, так как г. Алматы является научным центром республики, где сосредоточено 46% научных организаций от общего количества по республике. Так, только в 2013 г. научными разработками занимались 196 организаций и научно-исследовательских институтов.

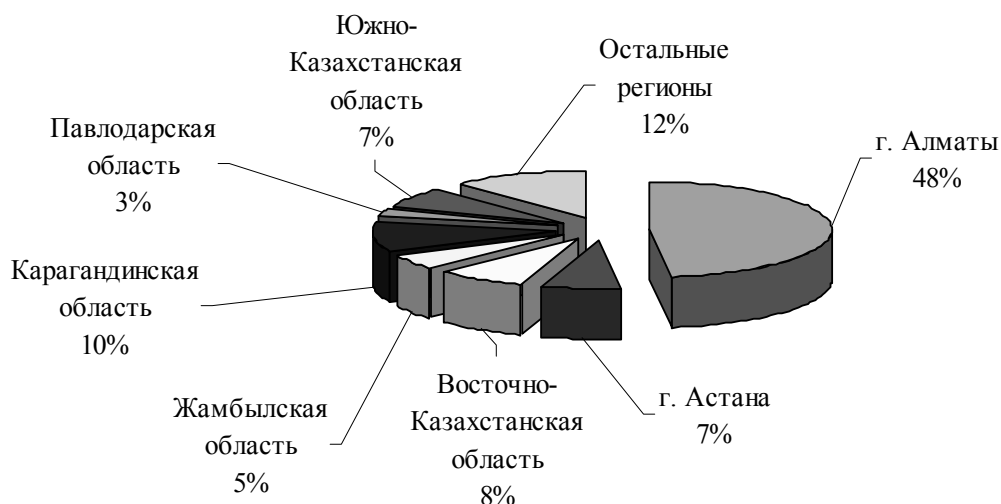


Рисунок 1. Распределение по регионам поступивших от национальных заявителей заявок на выдачу охранных документов на изобретения в 1992–2013 гг., (составлено авторами по данным РГП «НИИС»)

В 2013 г. от иностранных заявителей поступило 212 заявок на выдачу охранных документов на изобретения. Зарубежные патентообладатели представлены ведущими странами мира. Это свидетельствует о том, что в нашей республике, хотя и не быстро, но начинает развиваться реальный сектор экономики, следствием чего является рост его инвестиционной привлекательности, а также рост интереса к патентованию иностранными заявителями на территории Казахстана.

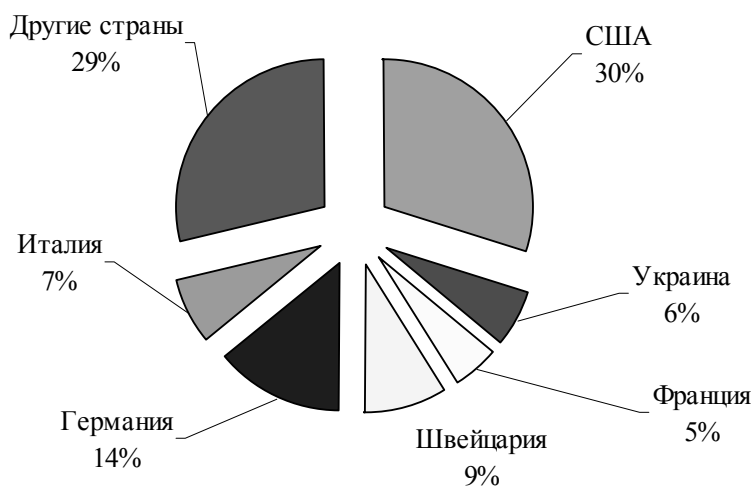


Рисунок 2. Распределение по странам поступивших от иностранных заявителей заявок на выдачу охранных документов на изобретения в 2013 г., (составлено авторами по данным РГП «НИИС»)

Анализ показал, что доминирующая роль в подаче заявок на изобретения от иностранных заявителей в 2013 г. принадлежит США (30%), Германии (14%), Швейцарии (9%). На остальные страны, в числе которых Италия, Франция, Украина, Япония, Корея, Нидерланды, Великобритания, Индия и Китай, приходится менее 7% от общего числа подачи заявок соответственно.

Выдача охранных документов Республики Казахстан на изобретения по годам

Охранный документ	Г о д ы					1993-2013 гг.
	2009	2010	2011	2012	2013	
Предварительный патент	281	39	5	3	-	17245
Инновационный патент	1181	1347	1381	1103	1122	6493
Патент	225	482	501	294	378	7419
Всего	1687	1868	1887	1400	1500	31157

Примечание. Составлена авторами по данным РГП «НИИС».

В 2013 г. наибольшее количество охранных документов на изобретения, согласно Международному патентному классификатору (МПК), было выдано по разделам: «Удовлетворение жизненных потребностей человека» — 461 патент и инновационный патент, «Химия и металлургия» — 374, «Различные технологические процессы» — 205, «Механика, освещение, отопление» — 162 (рис. 3).



Рисунок 3. Распределение выданных в 2013 г. охранных документов на изобретения по разделам МПК (составлено авторами по данным РГП «НИИС»)

Среди активных национальных патентообладателей в 2013 г. необходимо выделить следующих юридических и физических лиц по разделам МПК:

– «Удовлетворение жизненных потребностей человека»: Казахский научно-исследовательский ветеринарный институт, Национальный центр биотехнологии Республики Казахстан, Институт микробиологии и вирусологии, Takeda Pharmaceutical Company Limited (Япония), Abbott Laboratories (США), Bayer Pharma Aktiengesellschaft (Германия);

– «Химия и металлургия»: Казахский научно-исследовательский ветеринарный институт, Национальный центр биотехнологии Республики Казахстан, Институт микробиологии и вирусологии, BASF SE (Германия), Advanced Technologies (Cambridge), Limited (Великобритания), Национальный центр по комплексной переработке минерального сырья Республики Казахстан, Центр наук о земле, металлургии и обогащения, Казахский национальный технический университет им. К.И. Сатпаева;

– «Различные технологические процессы»: Институт органического катализа и электрохимии им. Д.В. Сокольского, Институт химических наук им. А.Б. Бектурова, Казахский национальный университет им. аль-Фараби, Национальный центр по комплексной переработке минерального сырья Республики Казахстан, Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, IFR (Франция), GAUDFRIN (Франция);

– «Механика, освещение, отопление»: Н.С.Буктукова, О.К.Баялиева, М.Н.Комбарова, М.П.Булдакова, А.К.Нугербекова, Казахский национальный технический университет им. К.И.Сатпаева, Инновационный Евразийский университет;

– «Строительство, горное дело»: Казахский национальный технический университет им. К.И.Сатпаева, Казахский научно-исследовательский и проектный институт нефти и газа, Институт высоких технологий, Г.К.Мамытбекова, Товарищество с ограниченной ответственностью «Научно-внедренческий центр «АЛМАС», ARCHON TECHNOLOGIES LTD (Канада), SCHLUMBERGER TECHNOLOGY B.V. (Голландия);

– «Текстиль и бумага»: LG Electronics Inc. (Корея), Товарищество с ограниченной ответственностью «ИНОКС ЛТД»;

– «Физика»: Научно-исследовательский институт кардиологии и внутренних болезней, Институт молекулярной биологии и биохимии им. М.А. Айтхожина, Научно-исследовательский институт проблем биологической безопасности, Казахский научно-исследовательский институт онкологии и радиологии, Восточно-Казахстанский государственный технический университет им. Д. Серикбаева, SCHLUMBERGER TECHNOLOGY B.V. (Голландия), ТДВ Делавэр, Инк. (США);

– «Электричество»: LG Electronics Inc. (Корея), Nokia Corporation (Финляндия), TURKCELL TEKNOLOJI ARASTIRMA & GELISTIRME ANONIM SIRKETI (Турция).

К сожалению, лишь небольшая часть изобретений в республике находит свое практическое воплощение. В связи с этим возникла необходимость проведения экспертного опроса, который позволил выявить основные проблемы при внедрении изобретений в коммерческий оборот. В опросе принимали участие патентные поверенные Республики Казахстан. Респонденты отметили наиболее встречающиеся проблемы изобретателей при регистрации изобретений, промышленных образцов и полезных моделей. На основе исследования выявлены проблемы инновационного бизнеса в РК, подразумевающего коммерциализацию объектов промышленной собственности [4; 105]:

– правового характера: отсутствие в законодательных актах понятий «инновация», «инновационная деятельность»; неправомерное использование объектов промышленной собственности; наличие контрафактной продукции;

– при регистрации и экспертизе инновационных разработок: незнание законодательства изобретателями; высокие тарифы регистрации и поддержки охранного документа; длительные сроки рассмотрения заявки; отсутствие поисковой электронной базы данных по товарным знакам и знакам обслуживания;

– кадрового характера: недостаточный уровень квалификации экспертов (отсутствие патентного образования); недостаточное количество специалистов в области маркетинга, менеджмента, способных продвигать инновации на рынок; отсутствие программ обязательного обучения руководителей предприятий, вузов, направленных на ликвидацию патентной безграмотности; отсутствие отдельных служб на предприятиях по патентованию и внедрению инноваций;

– финансового характера: недостаточный уровень государственного финансирования инновационных разработок; высокие пошлины на оборудование; отсутствие льгот по подоходному налогу; минимальная востребованность малого инновационного бизнеса;

– информационного характера: отсутствие точных данных по инновационным предприятиям; недостаток информации о новых отечественных и инновационных разработках.

Многие изобретения охватывают узкий объем правовой охраны, что дает возможность иным лицам на законных основаниях обойти патент, несколько изменив параметры процесса или элементы конструкции. Это связано с тем, что у большинства заявителей отсутствуют методические навыки подачи изобретения и составления ее формулы. Не во всех организациях, создающих технические новшества, есть грамотные специалисты, способные оказать методическую помощь при патентовании изобретений. Обострилась проблема подготовки кадров в области патентования (юристов, экспертов, экономистов), соответствующей международным стандартам. Необходимо решать вопрос о подготовке специалистов в области патентования в вузах, имеющих соответствующую материально-методическую базу и квалифицированный профессорско-преподавательский состав.

В настоящее время в Республике Казахстан необходимы такие меры, как модернизация процедуры патентования объектов промышленной собственности; расширение и совершенствование сферы охраны объектов интеллектуальной собственности; создание полноценной системы патентно-

информационных ресурсов, институциональных основ инфраструктуры патентных услуг; активизация и поддержка изобретательской и патентно-лицензионной деятельности, а также содействие ограждению внутреннего рынка от поддельных товаров и совершенствование мер по пресечению неправомерного использования объектов промышленной собственности.

В Казахстане уже созданы и функционируют структуры по взаимодействию науки и бизнеса. Такие структуры по коммерциализации результатов научной и (или) научно-технической деятельности созданы в АО «ННТХ «Парасат» (Центр коммерциализации технологий), в АО «Казагроинновация» Министерства сельского хозяйства (Центр трансферта технологий и коммерциализации), офисы коммерциализации АО «Национальное агентство по технологическому развитию», в ведении Министерства образования и науки Республики Казахстан в рамках Соглашения со Всемирным банком также создан ТОО «Центр коммерциализации технологий». Сегодня вузы и НИИ имеют все возможности и обладают свободой выбора коммерциализации результатов научной и (или) научно-технической деятельности, однако, не имея достаточного опыта, на практике проекты остаются нереализованными.

28 ноября 2014 г. в рамках Коллегии Министерства образования и науки Республики Казахстан состоялся круглый стол «Правовое обеспечение коммерциализации результатов научно-технической деятельности и защита прав интеллектуальной собственности». В рамках круглого стола заместителем Председателя Комитета науки Министерства образования и науки Республики Казахстан проведена презентация концепции и законопроекта «О коммерциализации результатов научно-технической деятельности». Основная цель Закона Республики Казахстан «О коммерциализации результатов научно-технической деятельности» — создать правовые основы для развития общественных отношений, связанных с осуществлением коммерциализации результатов научной и (или) научно-технической деятельности, путем формирования стимулов для бизнес-структур по коммерческому использованию результатов научной и (или) научно-технической деятельности, создаваемых вузами и научными организациями, вне зависимости от источника финансирования, а также для регулирования механизмов гарантированной государственной поддержки коммерциализации результатов научной и (или) научно-технической деятельности, с целью повышения эффективности научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ.

Принятие единого законодательного акта, регламентирующего механизмы и инструменты, обеспечивающие коммерциализацию результатов научной и (или) научно-технической деятельности, позволит решить следующие вопросы в Казахстане [5]:

- 1) закрепление прав обладателей на полученный результат, а также гарантии соблюдения их прав на объекты интеллектуальной собственности;
- 2) вовлечение бизнес-сообществ в софинансирование НИОКР и в процесс трансферта и коммерциализации их результатов;
- 3) создание правовых условий для развития рынка венчурного капитала, а также финансирования инновационных компаний на «посевной» стадии;
- 4) распределение общих внутренних затрат на проведение научных фундаментальных, прикладных и опытно-конструкторских работ (в соотношении преобладающей к ОКР).

Для решения указанных вопросов предлагается урегулировать:

- формирование системы стимулов коммерциализации через закрепление доли прибыли между ученым, научно-исследовательским институтом, офисом коммерциализации или другими посредниками, содействующим коммерциализации;
- разработку условий участия НИИ и вузов в капитале старт-ап компаний, имеющих особый статус (например, при регистрации, в выплате налогов и других обязательных платежей в бюджет);
- создание правовой основы и определение статуса инфраструктурных организаций, которые действуют как агенты государства по реализации программ коммерциализации и оказания содействия участникам процесса коммерциализации;
- определение механизмов коммерциализации результатов научной и (или) научно-технической и интеллектуальной творческой деятельности;
- введение системы аудита проектов коммерциализации результатов научной и (или) научно-технической деятельности, профинансированных из средств государственного бюджета.

Список литературы

- 1 Послание Президента Республики Казахстан Н.Назарбаева народу Казахстана «Казахстанский путь – 2050: Единая цель, единые интересы, единое будущее» от 17 января 2014 года // URL: <http://akorda.kz> – официальный сайт Президента Республики Казахстан (дата обращения: 03.02.2015).
- 2 Послание Президента Республики Казахстан Н.Назарбаева народу Казахстана «Нұрлы жол – путь в будущее» от 11 ноября 2014 г. // URL: <http://akorda.kz> – официальный сайт Президента Республики Казахстан (дата обращения: 03.02.2015).
- 3 Официальный сайт РГП «Национальный институт интеллектуальной собственности». — [ЭР]. Режим доступа: <http://kazpatent.kz> (дата обращения: 03.02.2015).
- 4 Мамраева Д.Г., Ташенова Л.В. Патентная активность в Республике Казахстан: региональная дифференциация и основные проблемы // Инновации. — 2012. — № 6 (164). — С. 102–106.
- 5 Круглый стол «Правовое обеспечение коммерциализации результатов научно-технической деятельности и защита прав интеллектуальной собственности» // <http://sc.edu.gov.kz> – Официальный сайт Комитета науки Министерства образования и науки РК (дата обращения: 05.02.2015).

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

Қазақстан Республикасында өнертабыстарды коммерцияландырудың өзекті мәселелері

Мақалада Қазақстанда өнертабыстарды коммерцияландырудың тәжірибелік аспектілері қарастырылды. Ұлттық және шетелдік тапсырыс берушілер өнертабыстарына қорғау құжаттарын рәсімдеу мен тапсырыстарды беру динамикасына талдау жасалған. Қазақстан Республикасы аймақтары бойынша өнертабыстық белсенділік зерттеліп, 2013 жылдағы белсенді патентті иеленушілер көрсетілген. Авторлар ғылыми және ғылыми-техникалық іс-әрекет нәтижесін коммерцияландырудың қамтамасыз етіп, тетіктер мен құралдарды реттеуші бірыңғай заңнамалық актіні қабылдау маңыздылығына ерекше назар аударды.

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

Topical issues of the commercialization of inventions in the Republic of Kazakhstan

In the article the practical aspects of the commercialization of inventions in Kazakhstan were discussed. The analysis of the dynamics of filing applications and issuing protecting documents on the inventions to national and foreign applicants was given. The inventive activity in the regional context of the Republic of Kazakhstan was investigated; the active national patent holders in 2013 were shown. Much attention is paid to the value of adopting a single legal act regulating mechanisms and tools to ensure the commercialization of scientific and technical activities.

References

- 1 *Message from the President of the Republic of Kazakhstan N. Nazarbayev to the people of Kazakhstan «Kazakhstan's way – 2050: The overarching goal, common interests, common future» from January 17, 2014 year* // URL: <http://akorda.kz> – official website of the President of the Republic of Kazakhstan (date accessed: 03.02.2015).
- 2 *Message from the President of the Republic of Kazakhstan N. Nazarbayev to the people of Kazakhstan «Nurly Jol — Way of the Future» from November 11, 2014 year* // URL: <http://akorda.kz> – official website of the President of the Republic of Kazakhstan (date accessed: 03.02.2015).
- 3 *Official Website of the RSE «National Institute of Intellectual Property»* – <http://kazpatent.kz> (date accessed: 03.02.2015).
- 4 Mamrayeva D.G., Tashenova L.V. *Innovations*, 2012, 6 (164), p. 102–106.
- 5 *Round table «The legal support of the commercialization of scientific and technical activities and the protection of intellectual property rights»*, <http://sc.edu.gov.kz> – official website of the Committee of Science, Ministry of Education and Science of the Republic of Kazakhstan (date accessed: 05.02.2015).

ҚАЗІРГІ ЗАМАҢҒЫ МЕНЕДЖМЕНТ ЖӘНЕ МАРКЕТИНГТІҢ ӨЗЕКТІ МӘСЕЛЕЛЕРІ

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

УДК 338.242

Р.С.Каренов

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

Становление и развитие клиентоориентированных систем управления в бизнесе (CRM-системы)

Подчеркивается, что наиболее развивающимся в последние годы направлением современного рыночного партнерства является использование систем управления взаимоотношениями с клиентами. Обосновывается, что философия данной системы предполагает восприятие клиента как единственного источника, приносящего компании прибыль и уверенность в дальнейшем развитии. Отмечается, что управление взаимоотношениями с клиентами представляет собой системы выстраивания взаимоотношений с клиентами, инструменты для управления этими отношениями, наращивания клиентской базы, а также новый подход к ведению бизнеса с абсолютной ориентацией на клиента. Показывается, что данный подход предполагает не только создание команды менеджеров по работе с клиентами, но и внедрение в обязательном порядке мощной поддерживающей информационной системы. Делается вывод, что вопросы выбора функциональности, учета рисков и способов внедрения этой системы в процессы управления организацией стоят достаточно остро.

Ключевые слова: система, взаимоотношения, клиенты, управление, концепция, технологическая карта, функции, инструменты, внедрение, эффекты, риски, подходы, проблемы.

Суть системы управления взаимоотношениями с клиентами

Повышение конкуренции, насыщение рынков новыми разнообразными товарами, непрерывный рост опыта потребления (квалификации, профессионализма потребителей) явились причиной того, что основой конкуренции на рынке стала борьба за внимание клиентов. Теперь компании борются не столько за нового потребителя, сколько за «удержание» уже существующих клиентов качеством и набором услуг, а также разнообразными «программами лояльности» (бонусами).

В последние годы принципы персонализации и заботы о потребителе достаточно активно воплощаются в концепции CRM-Customer Relationship Management (Управление Взаимоотношениями с Клиентом), CRM-система (или CRM-стратегия).

Она провозглашает вместо заботы о потребителях заботу о потребителе индивидуально. CRM-стратегии подразумевают выявление наиболее перспективных групп клиентов и разработку бизнес-процессов и программ, ориентированных на повышение их лояльности. Фактически это более детализированное сегментирование, но ориентированное не столько на разработку продукта, как это принято в классическом маркетинге, сколько на построение более эффективных процессов взаимодействий с целевыми клиентами [1; 73].

E-CRM (Customer Relationship Management) — это электронная система управления отношениями с клиентами, которая часто трактуется как комплекс электронных приложений, которые позволяют на регулярной основе собирать информацию о каждом индивидуальном и корпоративном клиенте, обрабатывать ее, проводить анализ и принимать решения или просто представлять данные в удоб-

ном виде. Электронные приложения — это то, без чего система CRM просто не будет работать [2; 224]. Упрощенная технологическая карта E-CRM представлена на рисунке 1.

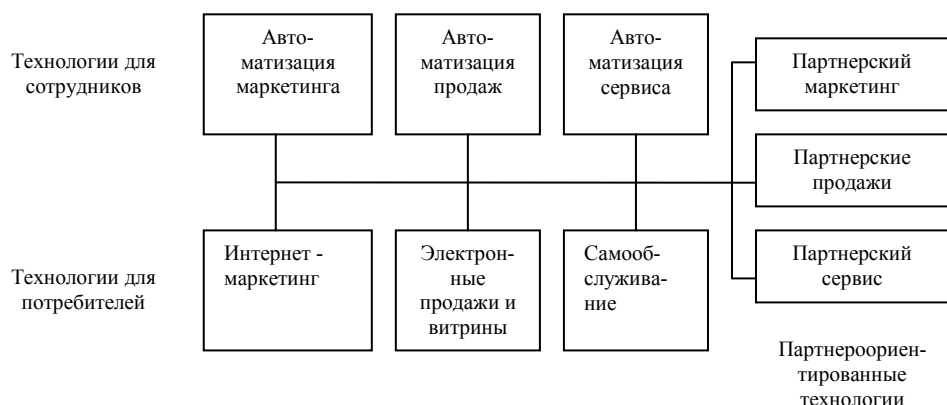


Рисунок 1. Технологическая карта E-CRM (данные работы [2; 227])

По мнению автора статьи [3; 42], становление и развитие концепции управления взаимоотношениями с клиентами наилучшим образом можно представить в исторической перспективе (рис. 2).

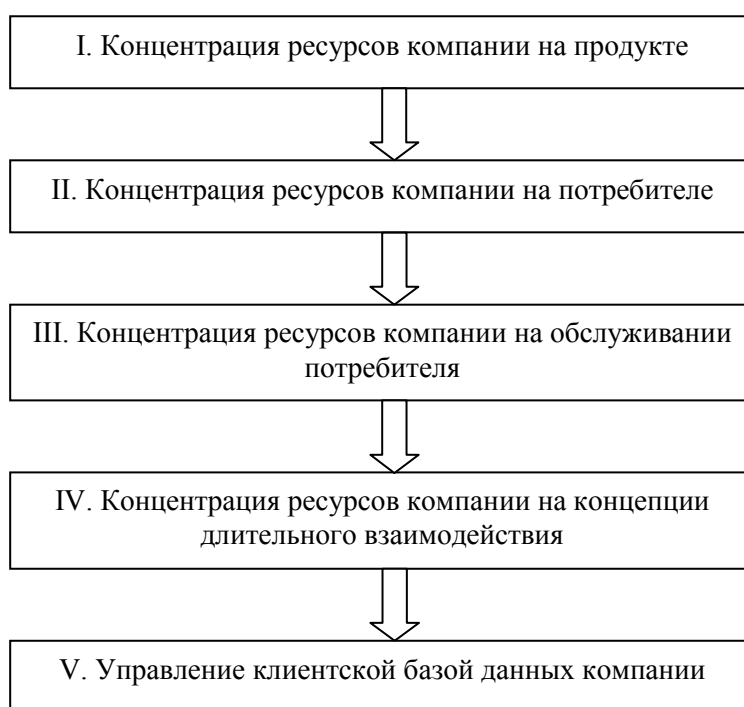


Рисунок 2. Эволюционное движение к концепции управления взаимоотношениями с клиентами (данные работы [3; 43])

Суть CRM-стратегии (CRM-системы) составляют три основополагающих тезиса [4; 58]:

1. Объединение всех возможных каналов и точек соприкосновения с клиентами компании. Выбор способа взаимодействия с компанией становится прерогативой клиента и определяется его предпочтениями или удобством взаимодействия. В каждом случае клиент должен быть обеспечен одинаковым качеством обслуживания, вне зависимости от формы и канала обращения, что формирует у клиента целостное представление о компании, поддерживаемое рекламными акциями и проводимыми маркетинговыми кампаниями.

2. Обеспечение его согласованной работы. На различных этапах взаимодействия с компанией клиенты общаются с различными специалистами по маркетингу, продажам и сервисному обслуживанию.

нию, составляющими «фронт-офис» компании. В каждом случае они ожидают одинаково высокого уровня обслуживания и индивидуального подхода к решению своих проблем. В результате объединения усилий всех сотрудников, от которых зависит результат работы с клиентами, образуется единая команда, имеющая общий взгляд на проблемы и задачи клиентов и четкое представление о месте и роли своего подразделения в общей работе с клиентами. В итоге отмечается многократное повышение потенциала компании и усиление ее воздействия на рынок.

3. Объединенные данные становятся основой управления. Объединяя все данные по клиентам в единую базу данных, компания обеспечит полное представление обо всех и каждом клиенте, организует единый доступ к информации для всех заинтересованных подразделений компании и создаст единое хранилище информации для проведения серьезной аналитической работы, построения прогнозов и принятия управленческих решений.

Главный принцип производителей в эпоху клиентоориентированного подхода гласит: «Предлагай то, что хочет каждый конкретный покупатель». Борьба с конкурентами трансформируется в умение находить своих клиентов, выявлять их потребности и использовать эти знания для совершенствования организационных процессов и разработки новых товаров и услуг. Значит, CRM-системы являются информационно-техническим и управленческим воплощением принципа «Любить нужно конкретного клиента».

В настоящее время CRM — это наиболее актуальный, ориентированный на клиента подход в бизнесе. Эта модель бизнеса эффективна для большинства компаний, которые ставят перед собой такие стратегические цели, как снижение оттока существующих клиентов, приобретение новых, повышение прибыли за счет диверсификации и предложения инновационных продуктов, максимально удовлетворяющих потребительские ожидания. Основной задачей становится постоянное совершенствование своей работы таким образом, чтобы не просто удовлетворять, а предвосхищать пожелания клиентов, тем самым непрерывно наращивая стоимость корпоративного бренда.

Клиентский портфель является как важнейшей составляющей рыночной стоимости любой организации, так и ценным активом для обеспечения развития и роста. Повышение конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности бизнеса, осуществление роста требуют комплексного подхода, на базе которого происходит поступательное инновационное развитие организации (рис. 3).

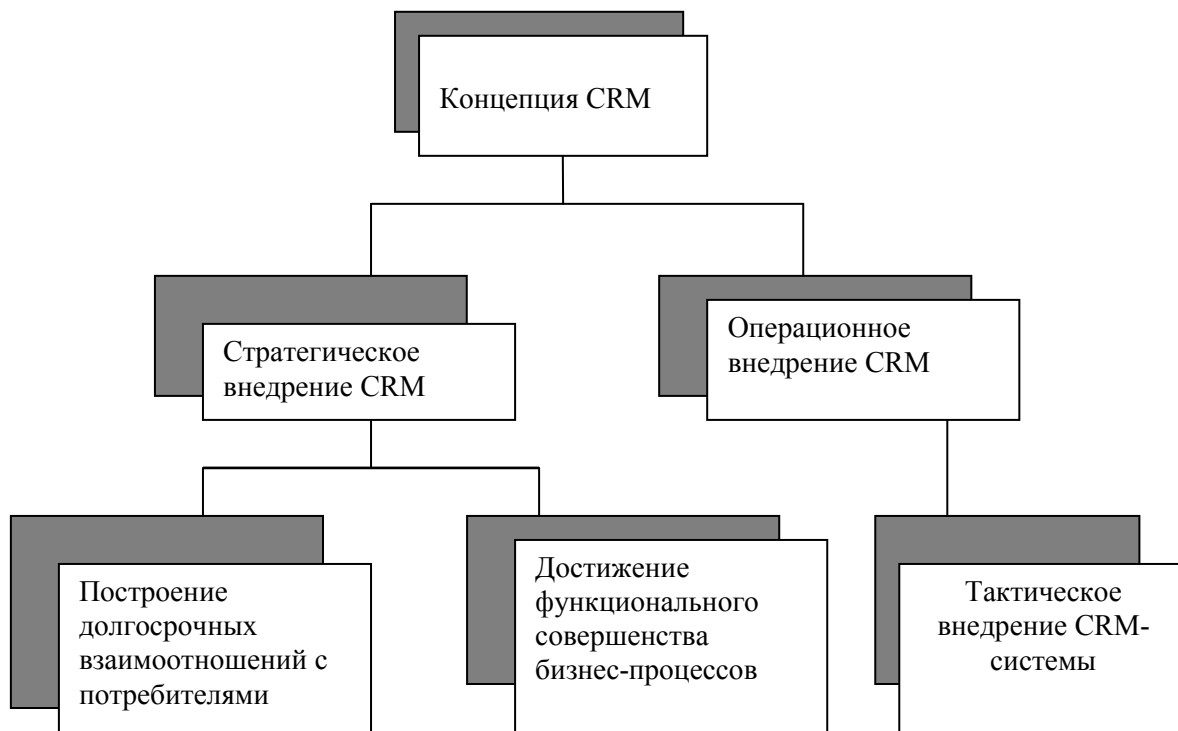


Рисунок 3. Классификационная схема применения CRM-стратегий (данные работы [5; 21])

Из сказанного выше важно понять следующее: хотя CRM, прежде всего, индивидуальный маркетинг, но далеко не только маркетинг. Это именно менеджмент, управление на принципах долгосрочного партнерства, причем целая система управления. И в нее должно быть вовлечено большинство корпоративных служб и подразделений — маркетинг, производство, служба клиентской поддержки, территориальные подразделения продаж и службы сервиса, поставщики и, конечно же, сами клиенты организации (предприятия).

Функции CRM-системы

Проведенное исследование [6–8] позволило предложить следующий набор функций CRM-системы:

- управление контактами — поддержка информации о клиенте и истории контактов с ним может содержать информацию о точках циклических продаж или периодичности пополнения клиентских запасов своей продукцией;
- управление деятельностью — предоставляет календарь и деловой дневник для торговых представителей, работающих в «поле»;
- управление связью — выражается в функционировании самостоятельно программного модуля, отвечающего за передачу информации с использованием модема или мобильного телефона, за ее сохранность и репликацию;
- прогнозирование — представляет информацию о перспективных планах продаж, а также прогнозы исследовательских организаций или данные маркетинговых исследований подразделений компании;
- управление возможностями — управление побуждающими факторами привлечения потенциальных клиентов;
- управление заказами — получение информации о наличии товара на складе и размещение заказов на доставку или производство продукции в режиме он-лайн;
- управление документацией — разработка и внедрение стандартов, настраиваемых отчетов и информационно-рекламных материалов;
- анализ продаж — предоставление аналитических возможностей в данные о продажах;
- хранение информации об альтернативных продуктах и их ценовых характеристиках;
- энциклопедия маркетинга — представляет обновляемую информацию о продуктах, ценах, рекламных мероприятиях, результатах исследований (например, факторах, оказывающих влияние на принятие решения о покупке) и информацию о конкурентах.

Как распределяются функции в CRM между подразделениями? Вероятнее всего, внедряя систему, организации придется пойти на структурные новации. Управление центром обработки обращений клиентов обеспечивает автоматизированную обработку каждого поступившего запроса, собирает, обобщает, анализирует отклики клиентов для оценки исполнительской деятельности, контроля качества и совершенствования продукции. Управление сервисом на местах распределяет, назначает и контролирует людей с соответствующими навыками и материалами для обслуживания нужд клиента; регистрирует материалы, расходы и время, связанные с обслуживанием клиента, представляет историю клиентских взаимоотношений; предлагает оправданные и проверенные решения путем создания и поддержания базы знаний. Управление «горячей линией» поддержки решает проблемы путем поиска в существующей базе знаний, составляет, обрабатывает и сопровождает отчет о проблемах, информирует клиентов об обновлениях, новых дополнениях и моделях, появляющихся в ассортименте компании, и т.п.

Инструменты контакта с клиентами

К инструментам контакта с клиентами относят Веб-сайт компании, Call и Контакт-центры [9; 44]:

1. Call-центр — центр обработки вызовов или запросов (обращений) клиентов, поступающих по телефонным каналам.
2. Контакт-центр — центр обработки запросов клиентов, поступающих по телефону и через Интернет (в отличие от Call-центра), что позволяет взаимодействовать с клиентами не только по телефону, но и по электронной почте и через Web (иногда Call-центр и Контакт-центр используют как синонимы).

3. Ядром электронной системы клиентского сервиса является онлайн-база знаний, используемая клиентом для самообслуживания. Call- и Контакт-центры компаний могут работать как в режиме удаленного офиса и аутсорсинга, так и в качестве отдельного подразделения внутри компании.

Виртуальный офис позволяет получать уникальную информацию для формирования стратегий в области клиентского обслуживания, например:

- критерии обслуживания клиентов (время, характер неудобств, испытываемых клиентом при получении услуги, и т.д.);
- показатели удовлетворенности клиентской базы (опросы, анкетирование);
- показатели лояльности и приверженности клиентской базы;
- доля бизнеса, приносимая «новыми» клиентами, и т.д.

Технологическая поддержка корпоративного пространства в настоящее время реализуется посредством использования Web и клиент-серверных технологий.

Экономические эффекты от внедрения CRM

При внедрении CRM как программного продукта, автоматизации процессов на его основе компании получают прямые эффекты категории снижения затрат и некоторые косвенные эффекты, получаемые через поддержку существующей бизнес-модели.

Различные источники (META Group, Gartner Group, ISM и др.) выделяют следующие основные категории эффектов от внедрения CRM, изображенных на рисунке 4.



Рисунок 4. Категории экономических эффектов от внедрения CRM-системы (данные работы [10; 61])

Однако данная классификация не учитывает эффекты от снижения рисков. В работе [10; 62] описаны основные риски, снижению которых способствует внедрение CRM-системы.

Вместе с тем внедрение CRM может привести к появлению новых рисков (например, таких, как снижение продуктивности сотрудников на начальном этапе эксплуатации системы, неприятие системы рядом сотрудников). Рисковые ситуации при внедрении CRM-системы в организации (на предприятии) представлены в таблице 1.

Т а б л и ц а 1

Рисковые ситуации при внедрении CRM-системы

Риски и ошибки	Суть ошибки	Описание ситуации	Вариант решения
42 % экспертов считают наиболее критичным фактором риска неподготовленность персонала организации, планирующей переход к новой технологии построения взаимоотношений с клиентами	CRM многими рассматривается лишь как информационная технология, как набор программного обеспечения	На самом деле — это система выстраивания взаимоотношений с клиентами. А программные средства — лишь инструмент для решения задач	Предполагается регламентация работы сотрудников отдела сбыта, которая включает разработку стандартов по взаимодействию с клиентами
Руководитель отдела продаж считает, что в его отделе клиентоориентированный подход уже есть	Уважение к клиенту и клиентоориентированный подход — это разные вещи	Организация может быть неразборчивой, она должна работать «со своими клиентами» на тех рынках, где она может быть максимально полезна и эффективна	Свою целевую группу надо удовлетворять не на 99 %, а на 110 % (исходя из клиентской точки зрения)
Заблуждение «наши клиенты итак лояльны». 27 % экспертов выражают обеспокоенность фактом неустановленной потребности в инновационных способах ведения бизнеса (в частности, недостаточно развитая инфраструктура организации и неадекватный уровень информатизации)	Жалоб на продукт и обслуживание нет	Важнейшая характеристика лояльности клиента — его готовность рекомендовать вашу продукцию (даже если он сам ничего не купил)	Проводить регулярные программы стимулирования сбыта по повышению степени лояльности клиентов
Ошибка считать, что клиентоориентированным может быть только одно из подразделений организации	Если отдел продаж работал отлично — продукт продан, но на этапе обслуживания клиента можно потерять	В основе CRM как раз и лежит клиентоориентированная стратегия всей организации, и это становится главным конкурентным преимуществом	

Примечание. Использованы данные работы [11; 57].

Таким образом, в целом экономические эффекты от внедрения CRM можно разделить на три условные категории:

- 1) прямые экономические эффекты — эффекты прямого действия, которые влияют на доходность компании;
- 2) косвенные экономические эффекты — общекорпоративные эффекты, которые сложно поддаются прямому расчету и важны в первую очередь акционерам компании;
- 3) эффекты снижения рисков — эффекты предотвращения влияния негативных факторов на развитие компании.

Основные подходы к внедрению CRM-системы

Основные подходы к внедрению CRM-системы в практику деятельности организаций (предприятий), по мнению автора работы [11; 56], могут быть представлены следующим образом (табл. 2).

Т а б л и ц а 2

Сравнительная характеристика подходов внедрения CRM-системы в организации

Вариант внедрения	Описание	Достоинства	Недостатки
1	2	3	4
Внедрение полностью выполняется собственными силами IT-подразделения организации	Оправдано в том случае, если организация располагает достаточно мощным IT-подразделением и не слишком ограничена сроками внедрения. В рамках организации создается рабочая группа, которая обучается непосредственно в процессе внедрения и в дальнейшем занимается сопровождением системы	Имеется возможность сократить прямые затраты на внедрение CRM	Появляется опасность надолго (если не навсегда) «застрять» на этапе внедрения

1	2	3	4
Внедрение осуществляется совместными силами заказчика и поставщика CRM-системы	Создается рабочая группа, которая тесно взаимодействует с представителями организации-поставщика. Специалисты со стороны поставщика проводят экспресс-диагностику бизнес-процессов для выявления уязвимостей и проблемных мест. По ее результатам создается разбитый на этапы план внедрения CRM-системы в конкретной организации	При таком подходе время внедрения — по сравнению с первым подходом — сокращается, однако сохраняется опасность «застрять» на последующих этапах, так как основную работу выполняют специалисты самой организации-заказчика	
Поставка CRM-системы «под ключ»	Самый дорогостоящий для заказчика вариант — организация-поставщик выполняет проектирование CRM-системы, запуск ее в эксплуатацию и оказание технической поддержки		В данном случае существует опасность того, что после сдачи CRM-системы и ухода специалистов компании-поставщика организация-заказчик опять окажется «лицом к лицу» со старыми проблемами

Примечание. Использованы данные работы [11; 56].

Компаний, внедривших у себя CRM или подобные CRM-системы, на казахстанском рынке пока мало. Такие системы в первую очередь становятся востребованными в качестве конкурентного преимущества компаниями, работающими в секторах рынка с высокой конкуренцией — в сфере телекоммуникаций и в банковском бизнесе. По мере роста конкуренции в других отраслях растет и количество контактов с другими фирмами (прежде всего иностранными), которые уже внедрили у себя CRM и теперь предпочитают, чтобы такие же системы действовали и у партнеров. Так что спрос на CRM-системы через некоторое время может стать и лавинообразным, как это бывает с услугами конкретных операторов телекоммуникаций по мере увеличения числа их абонентов.

В Казахстане примером компании, оказывающей услуги по обеспечению программными средствами для управления отношениями с клиентами (CRM), является ТОО «Азия-Софт».

Используя самые передовые технологии и современное программное обеспечение, а также гибкую методику управления проектами, основанную на лучших мировых практиках и собственном опыте, ТОО «Азия-Софт» предлагает заказчикам следующие услуги в области информационных технологий [12; 107–108]:

- бизнес-консалтинг;
- технический консалтинг;
- внедрение готовых решений;
- разработка и внедрение информационных систем «под ключ»;
- сопровождение;
- техническая поддержка;
- обучение;
- поставка лицензионного программного обеспечения и оборудования.

Обобщение зарубежного и отечественного опыта позволяет выделить следующие проблемы, связанные с внедрением CRM-технологии [13; 12]:

- внедрение CRM-технологии как информационной технологии, а не маркетинговой практики;
- измерение в основном лишь прошлого поведения покупателей. Прогнозирование будущих покупок путем экстраполяции прошлого сегодня еще недостаточно надежно;
- во многих CRM-практиках компании реально не выявляют потребностей клиентов;
- программные технологии лишь помогают обрабатывать комплексные клиентские данные, но сами по себе не могут улучшить качества отношений с клиентами.

Современный уровень развития предпринимательства требует непосредственного вовлечения потребителя в систему рыночной деятельности компании. Маркетинг отношений становится главным активом предпринимательства, а CRM-технологии — важнейшей составляющей стратегии бизнеса в целом.

Список литературы

- 1 Азоев А. Персонализация маркетинговых концепций // *Маркетинг*. — 2010. — № 3 (112). — С. 66–77.
- 2 Гапоненко А.Л., Панкрухин А.П. Стратегическое управление: Учебник. — М.: Омега-Л, 2008. — 464 с.
- 3 Руденко М. Маркетинг взаимодействия и сетевая теория // *Маркетинг*. — 2010. — № 6 (115). — С. 41–47.
- 4 Роцак Д., Багандов И. CRM-системы в формировании комплекса маркетинговых коммуникаций // *Маркетинг*. — 2012. — № 4 (125). — С. 53–61.
- 5 Челенков А., Сони́на Т. Маркетинг в экономике открытых инноваций // *Маркетинг*. — 2011. — № 5 (120). — С. 3–24.
- 6 Харви Томпсон. Кто увел моего клиента? Выигрышные стратегии формирования и поддержания лояльности клиентов: Пер. с англ. — М.: Вильямс, 2005. — 336 с.
- 7 Хандамова Э. Управление взаимоотношениями с потребителями // *Маркетинг*. — 2007. — № 3. — С. 56–78.
- 8 Челенков А., Маньжов А. Формирование клиентоориентированного подхода в коммуникациях // *Маркетинг*. — 2004. — № 2. — С. 47–55.
- 9 Челенков А., Сони́на Т. Маркетинг взаимоотношений: клиентоориентированные стратегии // *Маркетинг*. — 2012. — № 2 (123). — С. 34–46.
- 10 Фомина Т. Маркетинг партнерских отношений «CRM-системы — SERVICE- DECK — Call-центр» // *Маркетинг*. — 2010. — № 4 (113). — С. 58–68.
- 11 Панфилова Е. Концепция использования CRM-системы в процессах управления организацией // *Маркетинг*. — 2008. — № 5 (102). — С. 51–59.
- 12 Базарова С.К., Набиев Е.Н., Салауатова Д.М. Маркетинг в банках: Учеб. пособие / Под общей ред. С.Р.Есимжановой — Алматы: Изд. Дом «Эко», 2013. — 268 с.
- 13 Драганчук Л.С. Поведение потребителей: Учеб. пособие. — М.: ИНФРА-М, 2014. — 192 с.

Р.С.Каренов

Бизнестегі клиенттерге бағдарланған басқару жүйесінің (CRM-жүйенің) қалыптасуы және дамуы

Мақалада соңғы жылдары заманауи нарықтық әріптестіктің бағыты ретінде клиенттермен өзара қарым-қатынастарды басқару жүйесін пайдалану алынатындығы айтылған. Бұл жүйенің философиясы: клиентті компанияға пайда және одан әрі даму сенімділігін әкелетін бірден-бір қайнар көз ретінде ұғынуды білдіретіндігі негізделген. Клиенттермен өзара қарым-қатынастарды басқару үдерісі өзара қарым-қатынас құру жүйесін, бұл қатынастарды басқару құралдарын, клиенттер базасын ұлғайтуды, сондай-ақ клиенттерге абсолютті бағдарланған бизнесті жүргізуге жаңа тұрғыдан қарауды білдіретіндігі дәлелденген. Бұл тұрғыдан қарау клиенттермен жұмыс істейтін менеджерлер командасын құруды ғана емес, сондай-ақ қуатты ақпараттық қолдаушы жүйені міндетті түрде енгізудің қажеттілігі көрсетілген.

R.S.Karenov

Formation and development of customer-oriented management systems in business (CRM-system)

Emphasizes that the most developing in recent years, the direction of modern market partnership is to use systems of customer relationship management. It is proved that the philosophy of the system includes: the perception of the customer as a single source, bringing the company's profits and confidence in further development. It is noted that customer relationship management is a system of building relationships with customers, tools for managing these relationships, increasing the customer base, as well as a new approach to doing business with an absolute focus on the customer. It is shown that this approach is not only the creation of a team of managers to work with clients, but also the introduction of mandatory powerful supporting information system. It is concluded that the issues of choice of functionality, taking into account the risks and ways of implementation of this system in the management of the organization are quite acute.

References

- 1 Azoyev A. *Marketing*, 2010, № 3 (112), p. 66–77.
- 2 Gaponenko A.L., Pankrukhin A.P. *Strategic Management: Textbook*, Moscow: Omega-L, 2008, 464 p.

- 3 Rudenko M. *Marketing*, 2010, № 6 (115), p. 41–47.
- 4 Roshchak D., Bagandov I. *Marketing*, 2012, № 4 (125), p. 53–61.
- 5 Chelenkov A., Sonina T. *Marketing*, 2011, № 5 (120), p. 3–24.
- 6 Harvey Thompson. *Who stole my client? Winning Strategies for establishing and maintaining customer loyalty*: Trans. from English, Moscow: Williams, 2005, 336 p.
- 7 Handamova E. *Marketing*, 2007, 3, p. 56–78.
- 8 Chelenkov A., Manzhov A. *Marketing*, 2004, 2, p. 47–55.
- 9 Chelenkov A., Sonina T. *Marketing*, 2012, 2 (123), p. 34–46.
- 10 Fomina T. *Marketing*, 2010, 4 (113), p. 58–68.
- 11 Panfilova Ye. *Marketing*, 2008, № 5 (102), p. 51–59.
- 12 Bazarova S.K., Nabiyev Ye.N., Salauatova D.M. *Marketing in banks: Textbook / Under the general edit. of Esimzhanova S.R.*, Almaty: Publishing House «Еco», 2013, 268 p.
- 13 Draganchuk L.S. *Consumer Behavior: A Tutorial*, Moscow: INFRA–M, 2014, 192 p.

УДК 338.45.01

А.А.Жердев

*Санкт-Петербургский гуманитарный университет профсоюзов, Россия
(E-mail: rkarenov@inbox.ru)*

Повышение роли и значения контроллинга на предприятиях

Статья посвящена раскрытию понятия и роли контроллинга на предприятии. Обосновывается необходимость в уточнении сущности понятия «контроллинг». Отмечается, что в последние годы контроллинг значительно расширил сферу своей деятельности и на сегодня можно встретить достаточно большое количество определений. Автором контроллинг рассматривается с нескольких позиций: с позиции философии, функциональности, с организационной позиции и с позиции научной дисциплины. Делается вывод о том, что контроллинг зарекомендовал себя как система управления на предприятии со своими целями, функциями, задачами и инструментами.

Ключевые слова: экономика, предприятие, контроллинг, менеджмент, определение, философия, кризисные ситуации, конкурентные преимущества.

Интерпретация контроллинга используется достаточно давно в мировой и отечественной практике предприятий. Но до сих пор существует необходимость в уточнении сущности понятия «контроллинг». На наш взгляд, следует выделить несколько причин:

- существующие определения контроллинга разнородны;
- отсутствует единообразное толкование контроллинга отечественными специалистами, что в конечном счете приводит к размытому пониманию сущности контроллинга как в России, так и в Казахстане;
- достаточно частое отождествление контроллинга с контролем, что не совсем корректно.

Контроллинг в современном менеджменте отождествляется как концепция нового бизнеса, разработанная в 80-е годы XX в. немецкими экономистами Д.Хан, К.Серфлинг, Э.Майер и П.Хорварт. Они позиционировали концепцию контроллинга как средство предотвращения кризисных ситуаций.

Со временем контроллинг расширил сферу своей деятельности. На сегодня можно встретить достаточно большое количество его определений.

Для того чтобы понимать роль контроллинга на предприятиях России и Казахстана, следует привести подходы к пониманию термина «контроллинг» зарубежными и отечественными специалистами (см. табл.).

**Сравнительный подход к пониманию термина «контроллинг» отечественными
и зарубежными специалистами**

Специалист	Понимание термина «контроллинг»	Преимущества	Недостатки
Понимание сущности контроллинга зарубежными специалистами			
Д.Хан	Определяет контроллинг как инструмент информационного обеспечения, ориентированного на результат управления предприятием [1]	В определении заложена ключевая идея контроллинга в виде информационного обеспечения	Не до конца раскрыто понимание контроллинга, так как он рассматривается не только как система информационного обеспечения
П.Хорварт	Контроллинг — это подсистема управления, которая координирует подсистемы планирования, контроля и информационного обеспечения, поддерживая тем самым системообразующую и системоувязывающую координацию [2]	Достаточно точно сформулирована идея о том, что контроллинг является подсистемой управления	В определении не заложена философская составляющая, которая определяет контроллинг как образ мышления руководителя
С.Г.Фалько	Интерпретирует контроллинг как философию и образ мышления руководителя, ориентированные на эффективное использование ресурсов и развитие предприятия в долгосрочной перспективе	В определении присутствует философская составляющая, которая определяет контроллинг как философию и образ мышления руководителя	В определении недостаточно конкретизирована роль информационного обеспечения менеджеров высшего звена
Понимание сущности контроллинга отечественными специалистами			
Н.Г.Данилочкина	Определяет контроллинг как функционально обособленное направление экономической работы, связанное с реализацией оперативных и стратегических целей	В понимании сущности контроллинга заложена правильная идея о том, что контроллинг направлен на решение оперативных и стратегических целей	На наш взгляд, контроллинг некорректно определять как функционально обособленное направление экономической работы, потому как контроллинг тесно связан с функциями других подразделений предприятия
В.Б.Ивашкевич	Определяет контроллинг как систему управления процессом достижения конечных целей и результатов деятельности фирмы, т.е. в экономическом отношении, с некоторой долей условности, как систему управления прибылью коммерческой структуры [3]	Контроллинг рассматривается как инструмент достижения конечных целей и результатов	На наш взгляд, недостаточно сформулирована вторая часть определения, т.к. контроллинг направлен на управление не только прибылью, но и ликвидностью, платежеспособностью и др.
З. А.Б.Борисова	Контроллинг — система постоянной оценки всех сторон деятельности предприятия, его подразделений, руководителей, сотрудников с точки зрения своевременного и качественного выполнения заданий стратегического плана, выявления отклонений и принятия безотлагательных, энергичных действий, чтобы намеченные рубежи были достигнуты при любых изменениях хозяйственной ситуации [4]	Достаточно полное определение, показывающее контроллинг как систему постоянной оценки всех сторон деятельности предприятия	В определении не выделена ключевая идея контроллинга — информационное обеспечение высшего менеджмента предприятия

Приведенная таблица отражает различные подходы к пониманию термина «контроллинг» с позиции различных специалистов. Но, на наш взгляд, данные подходы не лишены недостатков. Среди приведенных определений термина «контроллинг» можно выделить то, которое наиболее полно отражает значение контроллинга в деятельности предприятия. Так, В.Б.Ивашкевич определяет контроллинг как систему управления процессом достижения конечных целей и результатов деятельности фирмы, т.е. в экономическом отношении, с некоторой долей условности, как систему управления прибылью коммерческой структуры.

Таким образом, подытоживая сказанное выше, можно предложить следующее уточненное авторское определение контроллинга.

Для более точного определения сущности контроллинга его необходимо рассматривать с нескольких позиций: контроллинг с позиции философии; контроллинг с позиции функциональности; контроллинг с организационной позиции; контроллинг с позиции научной дисциплины (см. рис.).

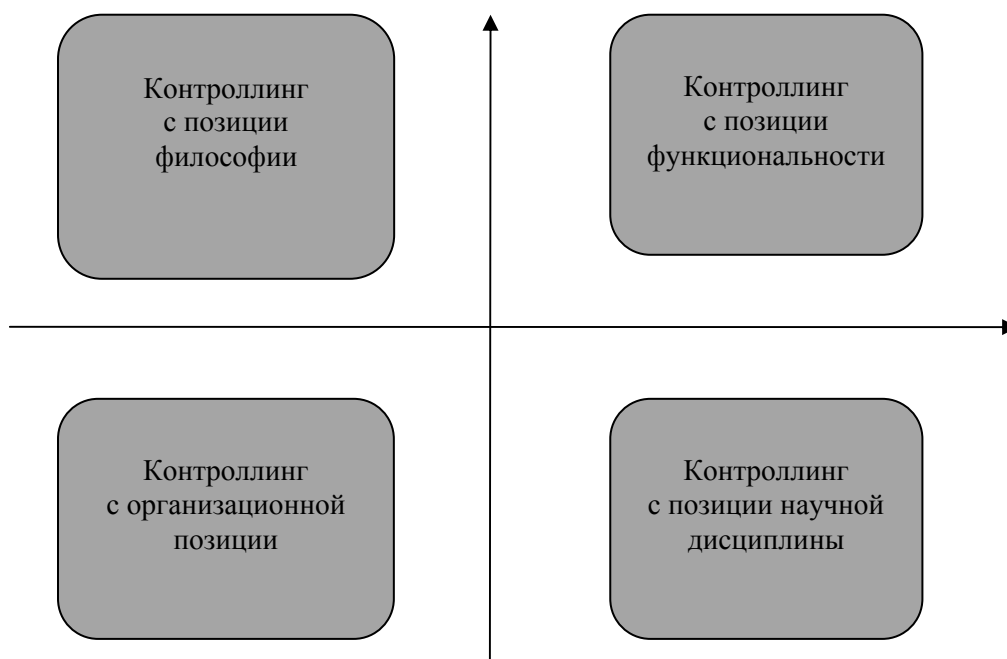


Рисунок. Определение контроллинга с различных позиций

Контроллинг с позиции философии — это философия, образ мышления руководящего состава предприятия, которая ориентирована на развитие предприятия в долгосрочной перспективе и на максимально эффективное использование имеющихся ресурсов. Большое количество крупных предприятий во всем мире развиваются успешно в течение нескольких лет, исповедуя философию контроллинга, даже если и не употребляли данный термин в своей практике.

Контроллинг с позиции функциональности — определяется как ориентированная на перспективу система информационно-аналитической поддержки руководства предприятия.

Контроллинг с организационной позиции понимается как структурный элемент предприятия. Таким структурным элементом могут быть отдел, служба или подразделение, осуществляющие функции контроллинга.

Контроллинг с позиции научной дисциплины — занимается теорией измерения ресурсов, результатов производственно-хозяйственной деятельности и процессов [5].

В настоящее время в России и Казахстане термин «контроллинг» не является новым термином в теории и практике. После распада СССР в России и Казахстане начинает возрастать количество публикаций, посвященных контроллингу. Появление контроллинга в странах СНГ было встречено достаточно настороженно. Поэтому у контроллинга в России и Казахстане появились противники среди экономистов. На наш взгляд, появление противников у контроллинга можно связать с тем, что отечественные специалисты отождествляли контроллинг с контролем.

Подводя итог, следует сказать о том, что контроллинг в настоящее время является не только средством предотвращения кризисных ситуаций на предприятии, он зарекомендовал себя как система управления на предприятии со своими целями, функциями, задачами и инструментами.

На наш взгляд, исследование концепции контроллинга на предприятиях России и Казахстана и постепенное внедрение такой системы управления в текущую деятельность позволят создать дополнительное конкурентное преимущество за счет организации эффективной информационной поддержки менеджмента предприятия.

Список литературы

- 1 Хан Д. Планирование и контроль: концепция контроллинга: Пер. с нем / Под ред. А.А.Турчака, М.Л.Лукашевича. — М.: Финансы и статистика, 1997. — 800 с.
- 2 www. // gaap.ru — Теория и практика финансового учета, электронный ресурс.
- 3 Манн Р., Майер Э. Контроллинг для начинающих / Под ред. В.Б.Ивашкевича; пер. с нем. Ю.Г.Жукова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Финансы и статистика, 1995. — 304 с.
- 4 Борисов А.Б. Большой экономический словарь. — М.: Книжный мир, 2003. — 895 с.
- 5 Карминский А.М., Фалько С.Г., Грачев И.Д., Иванова Н.Ю., Маликова С.Г. Контроллинг на промышленном предприятии: Учебник. — М.: ИД «ФОРУМ»; ИНФРА-М, 2013. — 304 с.

А.А.Жердев

Кәсіпорындағы контроллингтің рөлі мен маңызының артуы

Мақала кәсіпорындағы контроллингтің ұғымы мен рөлін ашуға арналған. «Контроллинг» ұғымы мәнін дәлірек анықтау қажеттігі негізделген. Соңғы жылдары контроллингтің қызмет аясының едәуір кеңейгендігі және қазіргі таңда оның анықтамаларының саны жеткілікті дәрежеде көп екендігі айтылған. Контроллингті автор әр түрлі тұрғыдан философиялық функцияларын, ұйымдық және ғылыми пән тұрғысынан қарастырған. Және оның өзінің мақсаттары, қызметтері, міндеттері және құралдары бар басқару жүйесі ретінде қызметі жайлы қорытынды жасалған.

A.A.Zherdev

Promotion of the role and importance of controlling enterprises

This article is devoted to the concepts and the role of controlling the enterprise. The necessity to clarify the essence of the concept of «controlling». It is noted that in recent years, controlling significantly expanded its activities and today you can find quite a number of definitions. The author controlling examines from several positions: on the position of philosophy, functionality, with ogranizatsionnoy positions and positions with a scientific discipline. It is concluded that controlling established itself as an enterprise management system with its objectives, functions, tasks and tools.

References

- 1 Khan D. *Planning and control: the concept of controlling*, per. with it. Ed. A.A.Turchaka, M.L.Lukashevichka, Moscow: Finance and Statistics, 1997, 800 p.
- 2 www. // Gaap.ru — *Theory and practice of financial accounting, electronic resources*
- 3 Mann R., Mayer E. *Controlling for beginners*, ed. V.B.Ivashkevich; lane. with it. G.Zhukov, 2nd ed., Revised. And extra, Moscow: Finance and Statistics, 1995, 304 p.
- 4 Borisov A.B. *Great Dictionary of Economics*», Moscow: Book World, 2003, 895 p.
- 5 Karminsky A.M., Falko S.G., Grachev I.D., Ivanova N.Yu., Malikova S.G. *Controlling an industrial plant: a textbook*, Moscow: Publishing House «FORUM»; INFRA-M, 2013, 304 p.

Т.П.Притворова¹, Р.Е.Косдаулетова²

¹Карагандинский государственный университет им. Е.А.Букетова;

²Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза
(E-mail: rabikal@mail.ru)

Формирование стратегии развивающейся предпринимательской сети в Карагандинской агломерации

В статье рассмотрены вопросы формирования предпринимательских сетей в Карагандинской городской агломерации. На материалах экспертного опроса 193 фирм были выявлены сложившиеся в агломерации сетевые связи между субъектами бизнеса и оценено содержание их стратегий. Выявлены четыре типа бизнес-стратегий, которые показывают, что процесс образования деловых сетей в агломерации находится в начальной стадии. Сетевые структуры уже научились извлекать выгоду из объединения, но уровня единого управления сетью ещё не достигли. Авторами показано, что наиболее сформированной деловой сетью в агломерации является сетевая структура в отрасли фармацевтики, которая может быть признана устойчиво функционирующей деловой сетью, но уровня единого управления развитием сети она ещё не достигла. Нами предложен алгоритм разработки и реализации стратегии развития деловой сети.

Ключевые слова: стратегия, бизнес, конфигурация, ресурсы, фитохимия, алгоритм, деловая сеть, идентификация, сетевые структуры, фармоэкономический анализ, планирование, ресурсы, риски.

В мировой литературе развивающаяся предпринимательская сеть, с учетом разночтений и различий в понимании, трактуется как открытая для приема новых членов на определенных условиях группа компаний, чья бизнес-деятельность характеризуется следующими признаками:

- реализация взаимосогласованных целей;
- получение синергетического эффекта на основе частичного объединения и совместного использования общих информационных, технологических, кадровых, маркетинговых и других видов ресурсов;
- заключение неоклассических контрактов, находящихся на границе между фирмой и рынком и позволяющих частично сократить трансформационные и трансакционные издержки;
- выработка единой системы ценностей и «правил игры»;
- формирование долгосрочных хозяйственных связей [1–9].

Динамика сети может быть оценена по стабильным темпам прироста оборота у фирм-участников деловой сети, увеличению доли на рынках, освоению новых рыночных ниш и новых географических рынков.

В той или иной степени глубины отдельные вопросы эволюции и развития сетевой структуры рассматривались многими авторами [10–13].

Параметрами предпринимательской сети, позволяющей её идентифицировать, на наш взгляд, являются:

- 1) цели и задачи;
- 2) конфигурация;
- 3) ресурсы;
- 4) риски;
- 5) функции управления (бизнес-процессы).

Содержание этих характеристик определяет тип стратегии, которой придерживается сеть на данном этапе.

Цели и задачи разных фирм, являющихся участниками предпринимательской сети, на практике частично пересекаются, так как именно общность целей и решаемых для их достижения задач определяет стимулы объединения фирм в рамках сетевой структуры.

Поскольку деловая сеть создается для достижения цели, которую трудно достичь отдельной фирме, то типология выявленных нами в Карагандинской агломерации бизнес-стратегий может быть представлена в виде следующей таблицы.

Типы стратегий предпринимательских сетей Карагандинской области (по критерию цели)*

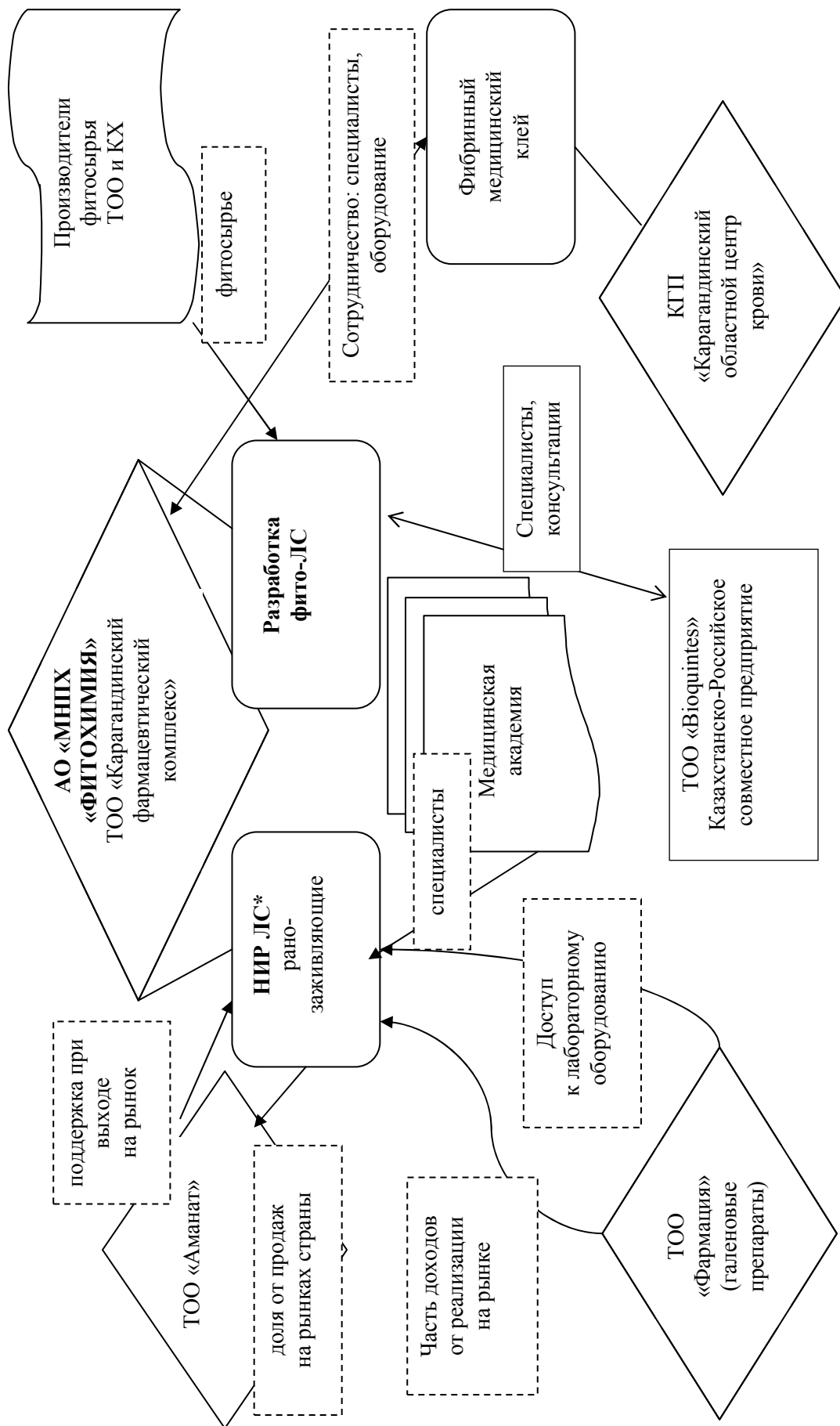
Классификационные признаки	Развитие сбытовой сети	Развитие сетевых закупок сырья (нисходящая сеть)	Создание совместно используемой технологической базы	Разделение звеньев производственного процесса между участниками и специализация на полуфабрикатах	Управление деловой сетью как разновидностью бизнес-структуры (предлагается)**
Диверсификация продукции сети					
Горизонтальная	✓		✓		✓
Вертикальная	✓			✓	✓
Диверсификация участников сети					
В масштабах города	✓	✓	✓	✓	✓
На региональном рынке	✓	✓	✓	✓	✓
На рынке СНГ		✓			✓
Диверсификация видов деятельности					
Один вид				✓	
Несколько видов	✓		✓		✓
Направления инвестиций					
Географическое развитие	✓	✓			✓
Технологическое развитие			✓	✓	✓
Недвижимость и инфраструктура			✓		✓
Инновации					
Технологические			✓	✓	✓
Продуктовые			✓	✓	✓
Организационные				✓	✓
* В рамках исследования был проведен опрос 157 малых и 26 средних фирм в Карагандинской городской агломерации.					
** Данный тип стратегии не был выявлен в результате опроса, но предлагается нами для сетевой структуры в фармацевтической отрасли и будет раскрыт далее в тексте.					

Типами стратегий формирующихся сетевых структур (иногда в её первичной форме, в составе 2–3 предприятий) в результате опроса были определены:

- развитие сбытовой сети (услуги торговли, общественного питания, услуги фитнеса);
- развитие сетевых закупок сырья (металлургия);
- создание совместно используемой технологической базы и пула специалистов для разработки инновационных продуктов (фармацевтика);
- разделение звеньев производственного процесса между участниками и специализация на полуфабрикатах (металлообработка — машиностроение);
- управление деловой сетью как разновидностью бизнес-структуры.

Последняя стратегия была нами введена в перечень вопросов для экспертов-бизнесменов, но при обследовании не была выявлена, что говорит о первичной стадии формирования сетевых структур в Казахстане, которые уже научились извлекать выгоду из сетевой деятельности, но уровня единого управления сетью ещё не достигли.

В процессе исследования наиболее сформированной деловой сетью является сетевая структура в отрасли фармацевтики, которая к настоящему моменту сложилась в области и может быть признана устойчиво функционирующей предпринимательской сетевой структурой. Деловые связи сетевой группы компаний, производящих фармацевтическую продукцию в Карагандинской городской агломерации, представлены на рисунке 1.



* НИР — научно-исследовательская разработка.

Рисунок 1. Содержание кооперационных связей в фармацевтической отрасли агломерации

Параметры этой сети идентифицированы нами следующим образом.

Целью формирования деловой структуры стало формирование единой технологической базы и пула специалистов для разработки инновационных продуктов. Деловая сеть расширяет горизонтальную диверсификацию производимых ею товаров для реализации на региональном рынке и рынке стран СНГ. Все субъекты сети занимаются фактически одним видом деятельности — выпуском лекарственных препаратов, в том числе фитопрепаратов. Инвестиции вкладываются в технико-технологическое развитие и разработку инновационных продуктов.

Конфигурация или топология сети представлена четырьмя самостоятельными игроками:

- ТОО «Карагандинский фармацевтический комплекс» (с участием российской фирмы);
- ТОО «Bioquintes» (с участием российской и белорусской фирм);
- ТОО «Фармация»;
- КГП «Карагандинский центр переливания крови».

Ресурсы сети представляют собой диверсифицированную совокупность разного вида активов, которые при совместном использовании должны дать синергетический эффект. Основными ресурсами сети являются: научно-исследовательский потенциал (включая кадровый) и финансовые ресурсы (в основном российских и белорусских компаний в совместных предприятиях).

Научно-исследовательский потенциал. АО «МНПХ «Фитохимия» и его структурный элемент ТОО «Карагандинский фармацевтический комплекс» представляет собой крупный научно-производственный комплекс, включающий 12 научно-исследовательских лабораторий химического, фармакологического, ботанического и биотехнологического профиля, ботанический сад площадью 42 га, а также Карагандинский фармацевтический завод (далее КФЗ).

Результатом многолетней научно-исследовательской деятельности является комплекс клинико-фармакологических исследований 43 отечественных фитопрепарата, из которых два производятся («Арглабин», «Салсоколлин»), а три готовы к производству («Атеролид», «Сауссалин», «Экдифит»).

На предприятии «Карагандинский фармацевтический завод» установлены 2 новые GMP-линии. На сегодняшний день производственная мощность НПЦ «Фитохимия» составляет 850 тыс. флаконов и ампул «Арглабина» и 250 тыс. таблеток и капсул «Салсоколлина» в год.

В отличие от многих других казахстанских производителей, КФЗ выпускает собственные активные ингредиенты, закупая большую часть сырья на местном рынке. 65 % продукции НПЦ «Фитохимия», поставляемой на казахстанский рынок, реализуется через сектор госзакупок, 35 % поступает в розничную продажу. Наличие столь мощной научно-исследовательской базы составляет ресурс, совместное использование которого в рамках деловой сети является основой её роста в целом.

Так, ТОО «Bioquintes» совместно с НПЦ «Фитохимия» разрабатывают лекарственные средства на основе местного фитосырья. ТОО «Фармация» с использованием лабораторного оборудования НПЦ «Фитохимия» разрабатывает ранозаживляющее галеновое средство на условиях участия последнего в доходах от дальнейшей реализации средства на госпитальном и розничном рынках.

КГП «Карагандинский областной центр крови» с использованием лабораторного оборудования и при участии специалистов НПЦ «Фитохимия» разработал, апробировал и выпустил на рынок фибринный медицинский клей, который является инновационным продуктом и будет выпускаться для всего Казахстана.

Таким образом, в основе научно-производственных связей лежат совместное использование лабораторного оборудования, сотрудничество квалифицированных кадров, что приводит к более эффективному использованию оборудования, более быстрому созданию новых для Казахстана лекарственных средств и т.п.

Финансовые ресурсы

Для фармацевтической отрасли характерен значительный временной лаг между лабораторным производством продукта и выводом его на рынок с высоким уровнем конкуренции. В связи с этим для фармацевтической сети характерным признаком является участие крупных российских и белорусских фирм в финансировании научных исследований и организации производства препаратов-дженериков (которые в том числе закупаются государством) для повышения уровня рентабельности совместных российско-казахстанских предприятий в целом.

Рисками сетевой структуры являются высокий уровень конкуренции, насыщенность розничного рынка, временной лаг при выводе препарата на рынок, высокие требования к технологическому оборудованию и процессам производства товара (GMP).

В то же время, как нами было отмечено выше, единая стратегия развития у хозяйствующих субъектов сети отсутствует, каждая фирма решает свои задачи, направленные на повышение устойчивости в конкретной рыночной нише. Следовательно, в таких условиях говорить о наличии единой стратегии развития сети как бизнес-структуры на данном этапе невозможно. Но очевидно, что разработка такой стратегии позволит сформировать более значительные конкурентные преимущества для предприятий — участников сети.

Под **стратегией развития деловой сети** мы понимаем систему последовательных управленческих действий, нацеленных на развитие каждого участника деловой сети и согласованное развитие участников сети в целом. Система таких действий направлена на достижение совместных целей за счет синергетического эффекта от объединения ресурсов фирм в контексте решения поставленных задач.

Различие стратегии обычной компании и стратегии деловой сети обусловлено следующими особенностями:

- в основе стратегии деловой сети лежит оценка ее конкурентных преимуществ, сильных сторон и возможностей, а также слабых сторон, рисков и ограничений в развитии сети в целом. Правильная оценка бизнеса компании независимыми экспертами внутри сети позволяет каждому участнику осознать свои преимущества и уязвимые стороны в контексте поставленных совместных целей и задач;
- различается менталитет сотрудников разных компаний (особенно крупных и малых), что порождает некоторые трудности при совместном выполнении задач;
- поскольку традиционные фирмы имеют вертикальную организационную структуру, то им потребуется перестройка в условиях работы в горизонтальной сети, так как сеть должна учитывать интересы всех участников.

Нами разработаны методические подходы к формированию стратегии сетевой структуры, алгоритм которой представлен на рисунке 2.

Методика разработки стратегии может, на наш взгляд, содержать следующую последовательность шагов:

- 1) идентификация параметров сети;
- 2) анализ и оценка рынка;
- 3) определение стратегических возможностей сети;
- 4) согласование интересов участников сети;
- 5) определение сценария развития сети;
- 6) планирование структурных изменений;
- 7) внедрение структурных изменений;
- 8) реализация стратегии.

По содержанию предпринимаемых действий можно предложить следующее.

1 этап. Для перехода от сотрудничества между двумя субъектами к сетевой структуре бизнеса необходимо на первом этапе определить потенциальные возможности сети. Для этого нужно произвести анализ ее основных элементов, таких как участники, ресурсы, конфигурация и риски. Стратегическую оценку потенциала (сильные и слабые стороны, возможности и риски) необходимо сделать по каждому участнику, а затем оценить всю структуру в целом. Объединение потенциалов позволит расширить некоторые узкие места и снизить риски для фирмы за счет ресурсов сети в целом.

Так, например, НПЦ «Фитохимия», имея современную лабораторную техническую базу с мировым уровнем аналитики и высокую квалификацию научных кадров, имеет конкурентные преимущества в разработке и патентовании новых лекарственных средств. Но необходимость вкладывать значительные финансовые ресурсы в создание цехов для производства своих инновационных препаратов сдерживает возможности динамично развиваться. В результате субъект выпускает минимальные объемы производства своих инновационных препаратов и ограничен в ресурсах роста.

В то же время ТОО «Bioquintes», Казахстанско-Российское совместное предприятие, имеет в активе мощные линии по производству дженериков, но не имеет в Казахстане своей лабораторной базы и такого инновационного потенциала, как НПЦ «Фитохимия».

Аналогичным образом могут быть оценены все участники сети.



Рисунок 2. Алгоритм разработки и реализации стратегии развития деловой сети (*разработано автором)

Таким образом, учет сильных сторон всех субъектов сети и преодоление слабых сторон и рисков за счет диверсификации активов в рамках сети является взаимовыгодной основой такой сетевой кооперации.

2 этап. Анализ и оценка рынка

Параллельно с первым можно осуществлять второй этап разработки стратегии. На этом этапе необходимо оценить емкость рынка по всем выпускаемым и намечаемым к выпуску в перспективе видам продукции. Далее — оценить доли рынка участников сети по каждому виду продукта, как на госпитальном, так и на розничном рынке. После этого оценить позиции ближайших по совокупности качеств товаров-конкурентов и определить задачи для сетевой структуры по их замещению на рынке лекарственных средств.

Например, по гепатопротекторным препаратам лидером по объемам продаж в натуральном выражении в 2013 г. является лекарственное средство «Эссенциале форте» — на его долю пришлось 45 % рынка (рассчитано по данным консалтингового агентства «Vi-Ortis») [14]. На втором месте по количеству реализованных упаковок находится препарат «Гепабене», доля рынка которого составила 25,5 %. На третьем месте расположен «Карсил», с долей рынка 13,5 %. «Гепадиф» занимает 6 % рынка, и пятерку лидеров замыкает «Бонджигар», его доля рынка составляет 4,5 %.

При этом экспертная оценка врачей, фармацевтов и пациентов, согласно проведенному ТОО «КФК» маркетинговому опросу, позволила определить, что по клиническим характеристикам «Салсоколлин» имеет вполне реальные шансы занять определенную часть рыночной ниши таких препаратов, как «Гепадиф» и «Гепабене», так как он фактически является товаром-субститутom. Были отмечены его высокие характеристики по эффективности и безопасности. Также было выявлено, что одной из причин низкой популярности «Салсоколлина» является отсутствие такой лекарственной формы, как инъекционная, что сдерживает его широкое применение при лечении стационарных больных.

Одновременно методами фармакоэкономического анализа было установлено, что курс лечения этим препаратом является наиболее дешевым из всех представленных лекарственных средств.

Таким образом, может быть намечена доля рынка в объеме 6–8 % при освоении инъекционной формы производства, определены необходимые инвестиции в основные фонды и другие параметры бизнес-плана.

3 этап. Определение стратегических возможностей сети

Проведение анализа по всем имеющимся в активе препаратам (как на стадии патента, так и производимым) позволит определить те продукты, на которых целесообразно сосредоточить ресурсы сети. Фактически на основе такого анализа выявляются наиболее перспективные лекарственные средства (учитывая емкость внутреннего рынка в денежном выражении) в сравнении с другими лекарственными средствами, производимыми в настоящее время сетевой структурой.

После выявления ближайших конкурентов и разработки производственной и маркетинговой программы, с учетом всех ограничений, необходимо скорректировать цели и задачи сети в краткосрочной, среднесрочной и долгосрочной перспективе.

4 этап. На данном этапе необходимо провести согласование финансовых интересов и организационных возможностей участников сети.

Если, например, требуется выделение дополнительных земельных площадей для выращивания необходимого объема растительного сырья, то следует перераспределить имеющиеся земельные ресурсы или приобрести дополнительные. При этом участники сети, финансирующие данные расходы, впоследствии будут иметь право на часть доходов от реализации лекарственного средства на рынке.

Совместное решение ряда задач позволит избежать банковского кредитования и перераспределить имеющиеся в сети ресурсы более выгодно для повышения рентабельности деятельности сети в целом и отдельных её субъектов, участвующих в реализации стратегии.

5 этап. Определение сценария развития сети позволит упорядочить формирование сети в целом.

Определение целей для совместного достижения позволит выделить те проекты, которые будут приносить выгоды участникам сети. Это могут быть проекты совместных разработки и испытания инновационных лекарственных средств, проведение совместной маркетинговой компании по выводу лекарственного средства на рынок, переподготовка кадров в иностранной компании или учебном заведении и др.

Упорядоченная система целей позволит уточнить структуру и содержание сетевых связей, требуемый объем инвестиций и используемых активов сети, в том числе характер их использования.

Целесообразно также на данном этапе определить и оценить возможные риски реализации стратегии.

С учетом рисков должна быть разработана маркетинговая программа, включающая маркетинг продукта, маркетинг потребителя и маркетинг системы распределения и товародвижения.

6 этап. Планирование структурных изменений в сетевой структуре

После обсуждения и принятия сценария развития сети необходима его конкретизация с применением планов: финансового (разработка общего бюджета), инвестиционного (последовательность и временные рамки инвестирования), плана использования единой лабораторной или бизнес-инфраструктуры (например, складов или технических помещений), плана информационного сопровождения (IT-технологии), плана логистики ресурсов и сбыта продукции.

В примере с лекарственным средством «Салсоколлин» регистрация данного лекарственного средства не нужна, так как этот этап компанией пройден. На первом этапе целесообразно выбрать готовые к реализации на рынке препараты, имеющие все необходимые сертификаты и регистрации, так как эти процедуры в фармбизнесе занимают значительное время.

7 этап. Внедрение структурных изменений, т.е. фактическая организация выполнения стратегического плана

Этап связан с фактической реализацией составленных планов, включая перераспределение ресурсов (финансов, кадров и др.), организацию единого информационного пространства, внедрение единой менеджмент-маркетинговой программы для проекта.

Отдельной мерой является определение органа управления проектом. Это может быть один человек, а может быть группа менеджеров, в зависимости от масштабов решаемых задач, перераспределяемых ресурсов и т.п.

Реализация структурных изменений приведет к снижению транзакционных (так как субъекты бизнеса остаются отдельными юридическими лицами) и операционных расходов.

8 этап. Реализация стратегии

На данном этапе команда менеджеров будет осуществлять управляющие воздействия с целью координации действий по выполнению задач, разработке и реализации мер мотивации участников проекта на выполнение стратегических задач, контролю над процессом выполнения стратегии.

В случае необходимости следует внести корректировки в разные этапы плана и процесс его реализации.

Таким образом, исследование особенностей развития бизнеса в условиях агломерации выявило образование деловых сетей и нескольких типов стратегий: развитие сбытовой сети, нисходящая сеть закупок, создание совместно используемой технологической базы, разделение звеньев производственного процесса и кооперация в производстве продукции.

Под стратегией деловой сети мы понимаем систему последовательных управленческих действий, направленных на достижение совместных целей за счет объединения ресурсов фирм в контексте поставленных задач и достижение синергетического эффекта.

Применяемые в настоящее время стратегии характеризуют начальную стадию процесса образования деловой сети, которая не выходит на уровень разработки единой стратегии развития для сети в целом. Нами предложен алгоритм разработки и реализации стратегии развития деловой сети как разновидности бизнес-структуры. На примере деловой сети, сложившейся в отрасли фармации в Карагандинской городской агломерации, нами раскрыты основные положения методики разработки стратегии.

Список литературы

- 1 *Третьяк В.П.* Сетевые формы межфирменной кооперации: стратегические вызовы и конкурентные преимущества новых организаций XXI века. — [ЭР]. Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/text/16210559>
- 2 *Алимбаев А.А., Притворова Т.П., Таубаев А.А.* Формирование и развитие кластеров в экономике Казахстана. — Караганда: Санат. — 314 с.
- 3 *Сейдахметов А.С.* Основы экономики и организации кластера. — Алматы: Экономика, 2011. — 373 с.
- 4 *Афанасьев М., Мясникова Л.* Мировая конкуренция и кластеризация экономики // Вопросы экономики. — 2005. — № 4. — С. 12–22.
- 5 *Татаркин А.И.* Кластерная политика региона / А.И.Татаркин, Ю.Г.Лаврикова // Промышленная политика в Российской Федерации. — 2008. — № 8. — С. 11–19.
- 6 *Радаев В.В.* Социология рынков: к формированию нового направления / В.В.Радаев. — М.: ГУ-ВШЭ, 2003. — С. 34.

- 7 Пауэль У., Смит-Дор Л. Сети и хозяйственная жизнь // Экономическая социология. — М., 2003. — Т. 4. — № 3. — С. 61–102.
- 8 Олейник А. Модель сетевого капитализма // Вопросы экономики, — 2003. — № 8.
- 9 Колесникова Л. Предпринимательство: от «максимизации прибыли» к синергии социально-экономических систем // Вопросы экономики. — 2001. — № 10.
- 10 Катькало В.С. Межфирменные сети: проблематика исследований новой организационной категории в 1980–90-е гг. // Вестник СПбГУ. — 1999. Сер. 5: Экономика. — Вып. 2. — С. 21–38.
- 11 Иванова Н. Стратегические союзы малых фирм. — [ЭР]. Режим доступа: http://e-journal.spa.msu.ru/vestnik/item/9_2006ivanova.htm
- 12 Кантарбаева А., Мустафин А. Теория предпринимательства и эволюционная экономика. — [ЭР]. Режим доступа: www.kazntu.kz/publication/print/10975/1581
- 13 Токсанова А. Развитие малого предпринимательства: концептуальный подход с позиций менеджмента. — Алматы: Ғылым, 2006. — 279 с.
- 14 Фармацевтический Вестник Казахстана. — 2014. — № 25. — С. 4.

Т.П.Притворова, Р.Е.Қосдаулетова

Қарағанды агломерациясында дамып келе жатқан кәсіпкерлік желілердің стратегиясын қалыптастыру

Мақалада Қарағанды қаласы агломерациясында кәсіпкерлік желілерді қалыптастыру сұрақтары қарастырылған. Агломерацияда қалыптасқан бизнес субъектілері арасындағы желілік байланыстар 193 фирма арасында жүргізілген сауалнама материалдары негізінде анықталған және олардың стратегияларының мазмұны бағаланған. Зерттеу нәтижесінде анықталған төрт бизнес-стратегия агломерациядағы іскерлік желілердің қалыптасу процесі бастапқы кезеңде екендігін дәлелдеді. Жүйелік құрылымдар бұндай бірігуден пайда алуда, бірақ желіні бірыңғай деңгейде басқаруға әлі жеткен жоқ. Авторлар агломерациядағы жетік түрде қалыптасқан іскерлік желі болып фармацевтика саласындағы құрылымдық желілер деп есептейді, сондай-ақ іскерлік желіні дамыту стратегиясын қалыптастыру мен жүзеге асыру алгоритмін ұсынған.

T.P.Pritvorova, R.Ye.Kosdauletova

Strategy formation of developing entrepreneurial networks in the Karaganda agglomeration

The article considers about the formation of business networks in the Karaganda urban agglomeration. On the expert survey materials of 193 firms were identified in the agglomeration network connection between the subjects of business and assess the content of their strategies. There are four types of business strategies, which show that the formation of business networks in the agglomeration area is in the initial stage. Network structures have learned to benefit from the association, but the single network management level have not reached yet. The most business network formed in the agglomeration is the network structure in the industry of pharmacy, which may be considered stable functioning business network, but the unified level of the management of the network development has not reached yet. We propose an algorithm design and implementation of the development strategy of the business network.

References

- 1 Tret'yak V.P. *Network forms of inter-firm cooperation: strategic challenges and competitive advantages of the new organizations of the XXI century* // <http://ecsocman.hse.ru/text/16210559>
- 2 Alimbayev A.A., Pritvorova T.P., Taubayev A.A. *Formation and development of clusters in the economy of Kazakhstan, Karaganda*: Sanat, 314 p.
- 3 Seiydakhmetov A.S. *Fundamentals of Economics and cluster*, Almaty: Economy, 2011, 373 p.
- 4 Afanasiev M., Myasnikova L. *Problems of Economics*, 2005, 4, p. 12–22.
- 5 Tatarin A.I. *Industrial Policy in the Russian Federation*, 2008, 8, p. 11–19.
- 6 Radaev V.V. *Sociology of markets: the formation of a new scientific direction* / V.V.Radaev, Moscow: GU-VSHE, 2003, p. 34.
- 7 Powell W., Smith Dor L. *Economic sociology*, Moscow, 4, 2003, 3, p. 61–102.
- 8 Oleinik A. *Questions of economy*, 2003, 8.

- 9 Kolesnikova L. *Problems of Economics*, 2001, 10.
- 10 Katkalo V.S. *Vestnik St. Petersburg State University*, 1999, Series 5: The Economy, Issue 2, p. 21–38.
- 11 Ivanova N. *Strategic alliances of small firms*, see.: http://e-journal.spa.msu.ru/vestnik/item/9_2006ivanova.htm
- 12 Kantarbayeva A., Mustafin A. *Theory of Entrepreneurship and evolutionary economics*, www.kazntu.kz/publication/print/10975/1581
- 13 Toxanova A. *Development of small business: a conceptual approach from the standpoint of management*, Almaty: Gylym, 2006, 279 p.
- 14 *Pharmaceutical Bulletin of Kazakhstan*, 2014, 25, p. 4.

УДК 658. 012. 4: 339. 18

Г.С.Баймухамедова, М.С.Аймурзинов

*Костанайский социально-технический университет им. З.Алдамжар
(E-mail: bmf45@mail.ru)*

Концепция логистики в общей теории менеджмента

Рассматриваются понятие и содержание логистики как нового научно-практического направления хозяйственной деятельности. Раскрываются основные концепции управления предприятиями. Подчеркивается, что для эффективного функционирования логистики должна быть создана организация, в которой осуществляется деятельность логистов-менеджеров. Дается определение концепции логистики. Делается вывод, что саму концепцию логистики можно реализовать только на основе системного подхода. Отмечается, что существует несколько основных принципов, которые отражают логистический подход к решению проблемы в производственно-хозяйственной деятельности.

Ключевые слова: логистика, менеджмент, маркетинг, сущность, цель, организация, определение, концепция, принципы.

Появление концепции логистики

В настоящее время логистика широко используется во всем мире. Как считают многие экономисты [1–4], без решения логистических задач трудно победить в конкурентной борьбе.

В последние годы масштабное применение принципов логистики в практической экономической деятельности различных хозяйствующих субъектов объясняется необходимостью сокращения интервалов времени между приобретением сырья и материалов и реализацией готовой продукции конечным потребителям или посредникам. Логистические методы и способы оптимизации движения различных материальных потоков позволяют сокращать излишние материальные запасы, а в ряде случаев вообще отказаться от их использования. Они создают предпосылки для сокращения времени доставки готовой продукции, ускорения процесса получения информации, повышения уровня предпродажного и послепродажного сервиса [5; 12].

В своем Послании народу Казахстана «Нұрлы жол — путь в будущее» Президент РК Н.А.Назарбаев обратил особое внимание на развитие транспортно-логистической инфраструктуры в стране: «Оно будет осуществляться в рамках формирования макрорегионов по принципу хабов. При этом инфраструктурный каркас свяжет с Астаной и между собой макрорегионы магистральными автомобильными, железнодорожными и авиалиниями по лучевому принципу. Прежде всего нужно реализовать основные автодорожные проекты. Это Западный Китай — Западная Европа; Астана — Алматы; Астана — Усть-Каменогорск; Астана — Актобе — Атырау; Алматы — Усть-Каменогорск; Караганда — Жезказган — Кызылорда; Атырау — Астрахань.

Также необходимо продолжить создание логистического хаба на востоке и морской инфраструктуры на западе страны. Повышению экспортного потенциала в западном направлении через порты на Каспии будут способствовать масштабная паромная переправа из порта Курык и железнодорожная линия Боржакты — Ерсай» [6; 2].

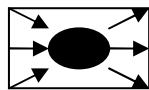
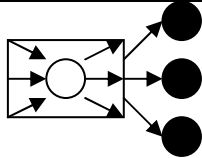
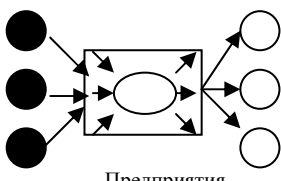
Обобщение хозяйственной практики показывает, что в условиях конкуренции можно наблюдать следующие моменты (табл.):

а) операционная деятельность предприятия может быть успешной, если она основана на концепции менеджмента. Последствиями реализации данной концепции стали:

- повышение производительности предприятия;
- снижение себестоимости и, соответственно, цены на продукцию и услуги;
- улучшение координации основных функций, выполняемых предприятием;
- внедрение эффективной системы мотивации персонала и др.

Т а б л и ц а

Основные концепции управления предприятиями

Концепция управления	Время формирования	Тип системы	Объект проектирования, формирования и оптимизации	Схема системы	Соотношение спроса и предложения
Менеджмент	Конец XIX в.	Микросистема	Микроэкономическая концентрационно-распределительная система	 Предприятие	Спрос превышает предложение
Маркетинг	50-е годы XX в.	Мезосистема I уровня	Мезоэкономическая система распределения продукции и услуг	 Предприятие Потребители	Предложение превышает спрос
Логистика	80-е годы XX в.	Мезосистема II уровня	Мезоэкономическая концентрационно-распределительная система	 Предприятия Поставщики Потребители	Предложение превышает спрос

Примечание. Использованы данные работы [7;8]. Результатом формирования и использования концепции менеджмента стала конкурентоспособная микрологистическая концентрационно-распределительная система, ориентированная на интенсивные методы хозяйствования и направленная на удовлетворение однородных потребностей физических и юридических лиц.

б) в условиях насыщения рынка продукцией и услугами и роста благосостояния потребителей предложение стало превышать существующий спрос, что привело к возникновению концепции маркетинга (или маркетинг-менеджмента). Руководство предприятий стало осознавать, что конечной фазой хозяйственного процесса является не производственная, а сбытовая деятельность.

Результатом формирования и использования концепции маркетинга стала конкурентоспособная мезоэкономическая система распределения продукции и услуг, ориентированная на рыночные методы хозяйствования и являющаяся следствием трансформации ранее созданной микроэкономической концентрационно-распределительной системы в соответствии с требованиями рынка;

в) дальнейшее развитие рыночных отношений показывает, что обеспечение конкурентоспособности предприятия в условиях возрастающей нестабильности внешней среды невозможно достигнуть без комплексного подхода к управлению хозяйственной деятельностью

организации (совокупности операционной, сбытовой и закупочной составляющих), т.е. без реализации концепции логистики.

По мнению автора учебника [7; 9], появление концепции логистики предопределяется:

- необходимостью удовлетворения элитарных потребностей физических и юридических лиц;
- изменением методов конкуренции на международном и региональных рынках;
- целесообразностью объединения усилий хозяйствующих субъектов для качественного удовлетворения потребностей рынка;
- ориентацией на оптимизацию бизнес-процессов, начиная от фазы добычи сырья и завершая фазой потребления продукции или услуг (включая процессы утилизации продукции), и др.

В целом анализ таблицы позволяет сделать вывод о том, что предыдущая концепция управления организацией как бы поглощается последующей концепцией по принципу «русской матрешки»: менеджмент — маркетингом, маркетинг — логистикой.

Сущность и цель логистики

Важное место в подготовке логистика, как показывает мировой опыт, занимает постижение науки и искусства менеджмента. Так, для эффективного функционирования логистики должна быть создана организация, в которой осуществляется деятельность логистов-менеджеров. Элементы организации приведены на рисунке 1.

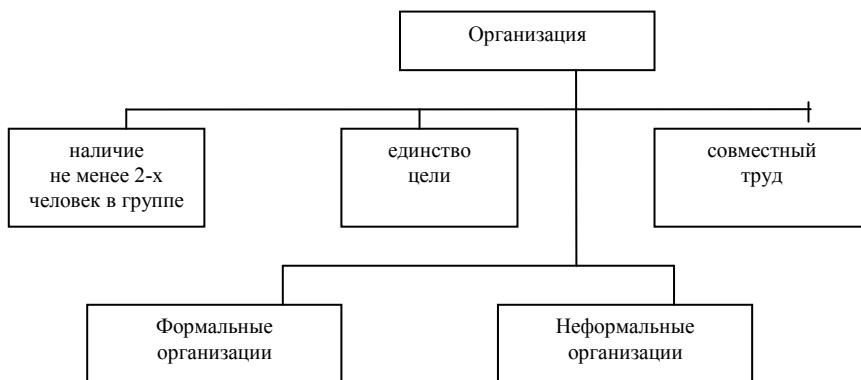


Рисунок 1. Элементы организации (данные работы [8; 31])

Логистическую организацию следует рассматривать как модель, показывающую взаимоотношения внутренних переменных (цели, структура, задания, технология и люди; рис. 2), так и ее взаимосвязь с внешней средой.

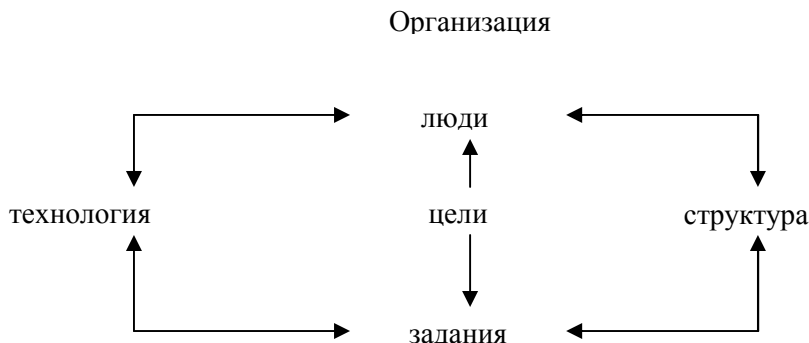


Рисунок 2. Взаимосвязь внутренних элементов организации (данные работы [8;96])

Последняя подразделяется на две группы: силы прямого и косвенного воздействия (рис. 3).

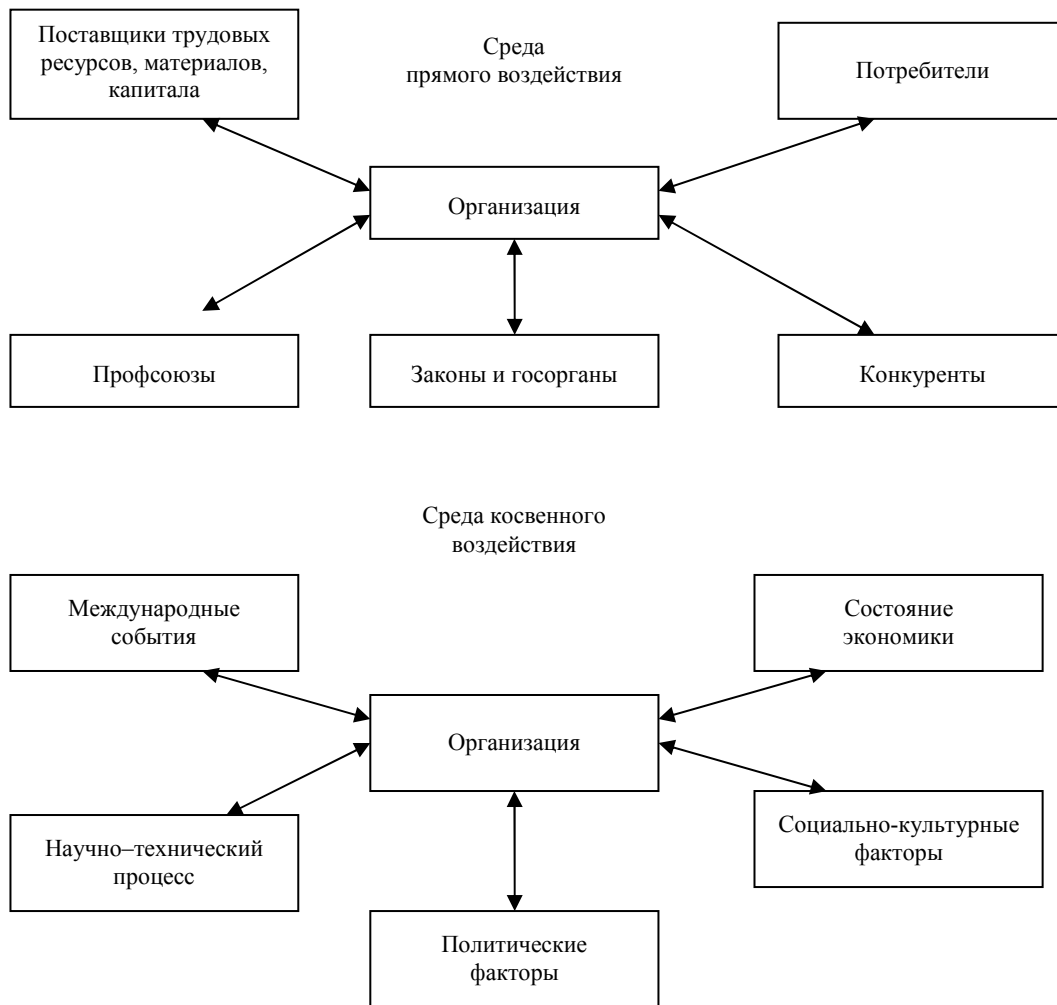


Рисунок 3. Внешнее окружение организации (данные работы [8; 116])

Во внутренней среде главной переменной является цель (или цели — вокруг этой переменной формируются и другие).

Цель логистики — доставка продукции в заданное место в определенный день, час, в нужном количестве и ассортименте, при оптимальном уровне издержек. Цель эта тесно связана с миссией. Миссия (от лат. *mission*) — это поручение. Поэтому миссия логистики — это поручение организации выполнять логистические цели [9; 51].

В настоящее время трактовок понятия логистики множество. Например, в США принято определение логистики, данное в 1991 г. «Советом по менеджменту логистики», которое звучит так: «Логистика — это процесс планирования, организации и контроля за движением материальных потоков, их складированием и хранением; предоставление соответствующей информации о всех этапах их продвижения — от места отправления и до места назначения, с целью обеспечения качественного удовлетворения запросов клиентуры» [10; 12].

Профессор Пьер Казабан из Университета Бордо (Франция) дает следующее определение логистики: «Логистика — совокупность способов и методов эффективного управления товарными потоками с обеспечением наименьших издержек и высокого уровня организации и осуществления процессов снабжения, управления товарным рынком, производства и сбыта, включая и послепродажное обслуживание» [10; 13].

Такое количество определений логистики считается оправданным, так как на любой стадии продвижения материалопотока мы имеем дело с логистикой различного типа. Например, если речь идет о материальном обеспечении фирмы, то это будет снабженческая логистика, о распределении (сбыте) — распределительная логистика и т.д.

Проведенное нами теоретическое обобщение литературных источников [11–14] показало, что управление снабженческой и сбытовой деятельностью получило в концепции менеджмента название логистики или логистики бизнеса (*logistics, business logistics*), означающее выделение этой сферы деятельности в самостоятельное направление управленческой активности. Термин этот заимствован из военной сферы, и первоначальное его содержание — материально-техническое снабжение армии.

В концепции менеджмента под логистикой понимают совокупность способов и методов управления товарными потоками с тем, чтобы, с одной стороны, добиться минимизации издержек, а с другой — повысить уровень организации снабженческой деятельности, эффективности движения товарных потоков. В узком смысле под логистикой понимают организацию деятельности на фирме: а) по доставке требуемого сырья для нужд производства; б) по продвижению (доставке) готовой продукции к потребителю. В целом в концепции логистики основная роль придается транспорту как связующему звену в единой технологической цепочке: снабжение — производство — сбыт.

Концепция логистики

Согласно классическому определению [15], концепция (от лат. *conception* — понимание, система) — это определенный способ понимания, трактовки каких-либо явлений, основная точка зрения, руководящая идея для их освещения; ведущий замысел, конструктивный принцип различных видов деятельности.

Как отмечается в учебном пособии [16], концепция логистики представляет собой систему взглядов на рационализацию хозяйственной деятельности путем оптимизации потоковых процессов (рис. 4).

Суть концепции логистики заключается в системном подходе. К принципам системного подхода в логистике относятся следующие [17; 37,38]:

- процесс принятия решений должен начинаться с точной, всесторонней, взвешенной постановки и четкого формулирования конкретных целей;
- всю проблему необходимо рассматривать как целое, как единую систему, просчитывая все последствия и взаимосвязи каждого частного решения;
- необходимо находить и анализировать возможные альтернативные пути достижения целей;
- цели отдельных подсистем не должны вступать в конфликт с целями всей системы.

В соответствии с концепцией логистики объект изучается как путем его разложения на отдельные элементы, так и посредством рассмотрения соответствия деятельности составляющих элементов достижения общей цели организации. Общая проблема делится на более мелкие задачи, которые легче поддаются решению.



Рисунок 4. Концепция логистики

На основе концепции логистики осуществляется управление логистическим процессом, которое включает анализ, прогнозирование, планирование, оперативное регулирование, стимулирование, учет и контроль мероприятий, действий всех участников логистического процесса.

Принципы логистики

Основные принципы логистики могут быть сведены к следующим [18; 30–32]:

- увязывание логистики с корпоративной стратегией;
- совершенствование организации движения материальных потоков;
- обеспечение поступления необходимой информации и современной технологии ее обработки;
- стремление к эффективному управлению людскими ресурсами;
- поддержание тесной связи с другими фирмами в выработке стратегии;
- учет прибыли от логистики в системе финансовых показателей;
- определение оптимальных уровней логистического обслуживания с целью повышения рентабельности производства;
- тщательная разработка логистических операций;
- стремление к укрупнению партий товаров;
- оценка эффективности деятельности логистических подразделений.

Наряду с системностью к исходным положениям (принципам) логистики относят: комплексность, научность, конкретность, конструктивность, надежность и вариантность [19; 51].

Основные принципы логистики как науки и практики товародвижения заключаются в обеспечении синхронизации, оптимизации и интеграции всех процедур по движению материальных потоков на межгосударственном, народнохозяйственном, внутрирегиональном уровнях и в рамках отдельного предприятия (организации, фирмы).

Список литературы

- 1 Бауэрсокс Д.Дж., Клосс Д.Дж. Логистика: интегрированная цепь поставок: Пер. с англ. — М.: ЗАО «Олимп – Бизнес», 2001. — 640 с.
- 2 Каренов Р.С. Новые идеи и концепции в современном менеджменте (Книга вторая): Монография. — Караганда: Изд.-полиграф. центр КРУ, 2013. — 324 с.
- 3 Миротин Л.Б., Таибаев Ы.Э., Касенов А.Г. Логистика: обслуживание потребителей: Учебник. — М.: ИНФРА-М, 2002. — 190 с.
- 4 Марусева И.В., Котов В.В., Савченко И.Я. Логистика. Краткий курс. — СПб.: Питер, 2008. — 192 с.
- 5 Кузьбожьев Э.Н., Тиньков С.А. Логистика: Учеб. пособие. — М.: КНОРУС, 2004. — 224 с.
- 6 Послание Главы государства Н.А.Назарбаева народу Казахстана «Нұрлы жол — путь в будущее» // Казахстанская правда. — 2014. — 12 нояб. — С. 1–3.
- 7 Аникин Б.А., Тяпухин А.П. Коммерческая логистика: Учебник. — М.: ТК «Велби»; Проспект, 2005. — 432 с.
- 8 Мескон М., Альберт М., Хедоури Р. Основы менеджмента: Пер. с англ. — М.: Дело, 1992. — 702 с.
- 9 Неруш Ю.М. Логистика: Учебник. — М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2003. — 495 с.
- 10 Саркисов С.В. Управление логистикой: Учеб. пособие. — М.: Дело, 2004. — 368 с.
- 11 Сергеев В.Л. Логистика в бизнесе: Учебник. — М.: ИНФРА-М, 2001. — 608 с.
- 12 Уваров С.А. Логистика: общая концепция, теория и практика. — СПб.: ИНВЕСТ-Н, 1996. — 232 с.
- 13 Канке А.А., Кошечкина И.П. Логистика: Учебник. — М.: ФОРУМ; ИНФРА-М, 2005. — 352 с.
- 14 Голиков Е.А. Маркетинг и логистика: Учеб. пособие. — М.: Изд. Дом «Дашков и К⁰», 2000. — 412 с.
- 15 Неруш Ю.М. Логистика: Учебник. — М.: Проспект, 2011. — 520 с.
- 16 Логистика: Учеб. пособие / Под ред. Л.Б.Миротина. — М.: Юристъ, 2002. — 414 с.
- 17 Изтелеуова М.С. Транспортная логистика: Учебник. — Алматы: ТОО «Print — S», 2011. — 293 с.
- 18 Тулембаева А.Н. Логистика: Учеб. пособие. — Алматы: ИздатМаркет, 2004. — 312 с.
- 19 Гаджинский А.М. Логистика: Учебник. — М.: ИКЦ «Маркетинг», 2002. — 407 с.

Г.С.Баймұхамедова, М.С.Аймұрзин

Менеджменттің жалпы іліміндегі логистика тұжырымдамасы

Мақалада шаруашылық қызметтің жаңа ғылыми-практикалық бағыты ретіндегі логистика ұғымы мен мазмұны қарастырылған. Кәсіпорынды басқарудың негізгі тұжырымдамалары зерттелген. Логистиканың тиімді қызмет атқаруы үшін құрамында логист-менеджерлер қызмет атқаратын ұйым құрылуы тиіс екендігі айтылған. Логистика тұжырымдамасына анықтама берілген. Логистика тұжырымдамасының өзін жүйелі тұрғыдан ғана жүзеге асыруға болатындығы туралы қорытынды жасалған. Өндірістік-шаруашылық қызметтегі мәселелерді логистикалық тұрғыдан шешуді бейнелейтін бірнеше негізгі қағида болатындығы дәлелденген.

G.S.Baiymukhamedova, M.S.Aiymurzinov

The concept of logistics in the general theory of management

The concept and the maintenance of logistics as new scientific and practical direction of economic activity are considered. The main concepts of management of the enterprises reveal. It is emphasized that for effective functioning of logistics the organization in which activity of logisticians — managers is carried out has to be created. Definition of the concept of logistics is given. The conclusion is drawn that the concept of logistics can be realized only on the basis of system approach. It is noted that there are some basic principles which reflect logistic approach to a solution in production economic activity.

References

- 1 Bauersoks D.Dzh., Klos D.Dzh. *Logistik: the integrated chain of deliveries: The lane with English*, Moscow: JSC Olimp-Business, 2001, 640 p.
- 2 Karenov R.S. *New ideas and concepts in modern management* (The book the second), monograph, Karaganda: Izdatelsko-poligraficheky center of KRU, 2013, 324 p.
- 3 Mirotin L.B., Tashbayev Y.E., Kasenov A.G. *Logistik: service of consumers*, textbook, Moscow: INFRA-M, 2002, 190 p.
- 4 Maruseva I.V., Kotov V.V., Savchenko I.Ya. *Logistik. Short course*, SPb.: Peter, 2008, 192 p.
- 5 Kuzbozhev E.N., Tinkov S.A. *Logistik: Manual*, Moscow: KNORUS, 2004, 224 p.
- 6 *Kazakhstanskaya pravda*, November, 12, 2014, p. 1–3.
- 7 Anikin B.A., Tyapukhin A.P. *Commercial logistics*, textbook, Moscow: Shopping Mall Velbi, Prospect, 2005, 432 p.
- 8 Meskon M., Albert M., Hedouri R. *Management bases: The lane with English*, Moscow: Delo, 1992, 702 p.
- 9 Nerush Yu.M. *Logistika*, textbook, Moscow: UNITI — DANA, 2003, 495 p.
- 10 Sarkisov S.V. *Management of logistics: Manual*, Moscow: Delo, 2004, 368 p.
- 11 Sergeyev V.L. *Logistic in business*, textbook, Moscow: INFRA-M, 2001, 608 p.
- 12 Uvarov S.A. *Logistic: general concept, theory and practice*, SPb.: INVEST-N, 1996, 232 p.
- 13 Kanke A.A., Koshevaya I.P. *Logistic*, textbook, Moscow: FORUM; INFRA-M, 2005, 352 p.
- 14 Golikov Ye.A. *Marketing and logistics*, manual, Moscow: Dashkov and To publishing House, 2000, 412 p.
- 15 Nerush Yu.M. *Logistic*, textbook, Moscow: Prospectus, 2011, 520 p.
- 16 *Logistic: The manual* / Under L.B.Mirotin's edition, Moscow: Yurist, 2002, 414 p.
- 17 Izteleuova M.S. *Transport logistics*, textbook, Almaty: «Print-S» LLP, 2011, 293 p.
- 18 Tulembayeva A.N. *Logistic*, manual, Almaty: Izdatmarket, 2004, 312 p.
- 19 Gadzhinsky A.M. *Logistic*, textbook, Moscow: IKTs «Marketing», 2002, 407 p.

Н.Б.Абильшаиков, Р.Б.Сартова, А.А.Титков

Павлодарский государственный университет им. С.Торайгырова
(E-mail: sartova2010@mail.ru)

Трансформация парадигмы управления персоналом и современные подходы к формированию организационных структур HR-менеджмента

В статье рассматриваются тенденции формирования современных систем HR-менеджмента, ориентированных на развитие человеческого капитала и инновационных экономических систем. При рассмотрении подходов к формированию организационных структур HR-менеджмента определено содержание концептуальных подходов к их функционированию, а также даны принципиальные отличия концепции управления персоналом от концепции управления человеческими ресурсами. С учетом построения современной концепции управления человеческими ресурсами предложены приоритеты функционирования службы HR-менеджмента применительно к современным фирмам и компаниям.

Ключевые слова: HR-менеджмент, управление персоналом, модели управления персоналом, управление человеческими ресурсами, невозобновляемые ресурсы, производственные ресурсы, трудоемкость, менеджер по компенсации, мотивационный менеджмент, рекрутинговые агентства.

Трансформация парадигмы управления персоналом — это качественное изменение системы практических подходов к формированию механизма управления персоналом в конкретных условиях.

Следует отметить, что трансформация парадигмы управления персоналом связана прежде всего с изменением концептуальных подходов как таковых. В данном аспекте наблюдалось поэтапное применение следующих подходов: экономического, органического и гуманистического.

Экономический подход дал начало концепции использования трудовых ресурсов. В рамках этого подхода ведущее место занимает техническая, а не управленческая подготовка людей на предприятии. В начале XX в. вместо человека как личности в производстве рассматривалась лишь его функция — труд, который измерялся затратами рабочего времени и зарплатой. На западе эта концепция нашла отражение в марксизме и тейлоризме.

В рамках органической парадигмы последовательно сложились другие концепции управления персоналом, в том числе концепция управления человеческими ресурсами.

Научной основой концепции управления персоналом, развивавшейся с 30-х годов, была теория бюрократических организаций, когда человек рассматривался через формальную роль — должность, а управление осуществлялось через административные механизмы, такие как:

- принципы;
- методы;
- полномочия;
- функции.

В рамках концепции управления человеческими ресурсами человек стал рассматриваться не как должность (элемент структуры), а как невозобновляемый ресурс — элемент социальной организации в единстве трех основных компонентов — трудовой функции, социальных отношений, состояния работника [1].

Именно органический подход обозначил новую перспективу управления персоналом, выведя этот тип управленческой деятельности за рамки традиционных функций организации труда и заработной платы.

В конце XX в., с развитием социальных и гуманитарных аспектов в менеджменте, сформировалась система управления человеком, где люди представляют главный ресурс и социальную ценность организации.

В рамках трансформации парадигмы управления персоналом организаций человек рассматривался с двух точек зрения:

- как ресурс производственной системы (трудовой, людской, человеческой) — важный элемент процесса производства и управления;
- как личность, с потребностями, мотивами, ценностями, отношениями, — главный субъект управления.

В общем виде, по нашему мнению, динамику парадигмы управления персоналом организаций и бизнес-структур можно представить в соответствии с таблицей 1.

Т а б л и ц а 1

Динамика парадигмы управления персоналом в организациях и бизнес-структурах

Периоды трансформации	Концепция парадигмы	Содержание концептуальных подходов
20–40-е в годы XX в.	Использование трудовых ресурсов (labour resources use)	Экономический подход. Работник — исключительный носитель трудовой функции и живое «дополнение» производственного капитала (зданий, сооружений, машин, технологий, оборудования)
50–70-е годы XX в.	Управление персоналом (personnel management)	Органический подход. Работник — субъект трудовых отношений, личность
80–90 годы XX в.	Управление человеческими ресурсами (human resource management)	Проорганический подход. Работник — ключевой стратегический ресурс организации
XXI в.	Управление человеком (human being management)	Гуманистический подход. Не люди для организации, а организация для людей



Рисунок 1. Трансформация парадигмы управления персоналом

В XXI в. концепция «Управление персоналом» в значительной степени пересматривается. В уходящей концепции «Управление персоналом» существовали значительные противоречия между работодателями и наемными работниками, целевые ориентиры которых были сосредоточены исключительно на увеличении производительности труда. В новой, формирующейся концепции «Управление персоналом», в соответствии с рисунком 1, делается акцент на его вкладе в достижение стратегических корпоративных целей, таких как инновационное развитие, диверсификация производства, ос-

воение новых рынков, повышение конкурентоспособности. Как следствие, между работодателями и наемными работниками формируется атмосфера сотрудничества.

В инновационной концепции «Управление человеческими ресурсами» сотрудничество работодателей и работников осуществляется по следующим направлениям:

- сотрудничество в рамках небольших рабочих групп;
- ориентация на удовлетворение потребителей;
- значительное внимание уделяется целям бизнеса и вовлечению персонала для достижения этих целей;
- расслоение организационных иерархических структур и делегирование ответственности лидерам рабочих групп.

Принципиальные отличительные параметры концепции «Управление персоналом» от концепции «Управление человеческими ресурсами» представлены в таблице 2.

Т а б л и ц а 2

**Отличительные параметры концепции «Управление персоналом»
от концепции «Управление человеческими ресурсами»**

Основные параметры	Характеристика параметров в рамках концепции «Управление персоналом»	Характеристика параметров в рамках концепции «Управление человеческими ресурсами»
Экономическая роль персонала	Реактивная и вспомогательная роль персонала	Проактивная и инновационная роль персонала и вклад в добавочную стоимость
Целевые ориентиры персонала	Акцент на выполнение систематических рутинных процедур	Акцент на стратегию развития
Механизм управления персоналом	Специальный департамент	Совокупность всей системы менеджмента
Требования к персоналу	Сосредоточение внимания на потребностях и правах персонала	Сосредоточение внимания на требованиях к персоналу в свете целей бизнеса
Финансирование персонала	Персонал рассматривается как издержки, которые необходимо контролировать, оптимизировать и финансировать	Персонал рассматривается как специфические инвестиционные ресурсы, в которые нужно вкладывать денежные средства и развивать их
Управление конфликтами	Конфликтные ситуации регулируются на уровне топ-менеджмента	Конфликтные ситуации регулируются лидерами рабочих групп
Оплата труда	Оплата труда определяется в зависимости от внутренних факторов производства	Устанавливается конкурентная оплата труда и условия занятости, чтобы опережать конкурентов
Подход к развитию персонала	Фиксированный статистический подход к развитию персонала	Динамический и гибкий подход к развитию персонала
Развитие перемен	Содействие переменам	Стимулирование перемен

С учетом трансформации парадигмы управления персоналом в компаниях и бизнес-структурах формировались соответствующие модели управления кадрами и коллективом предприятий. В данном аспекте, в соответствии с рисунком 2, можно выделить следующие модели управления персоналом:

- технократическая;
- экономическая;
- современная [2].

В соответствии с моделями управления персоналом в практике деятельности хозяйствующих субъектов были сформированы методы управления персоналом:

- экономические;
- организационно-распорядительные;
- социально-психологические.

Экономические методы — приемы и способы воздействия на исполнителей с помощью конкретного соизмерения затрат и результатов:

- материальное стимулирование и санкции;
- финансирование и кредитование;
- заработная плата;
- себестоимость;
- прибыль;
- цена.

Организационно-распорядительные методы — методы прямого воздействия, носящие директивный и обязательный характер. Данные методы основаны на дисциплине, ответственности, власти, принуждении, нормативно-документальном закреплении функций.

Социально-психологические методы — мотивация, моральное поощрение, социальное планирование [3].

Для построения эффективной организации управления персоналом на современных предприятиях создаются службы управления персоналом или службы HR-менеджмента.

Служба управления персоналом является функциональным подразделением и непосредственно напрямую не участвует в основной деятельности предприятия. Целевой ориентир службы управления персоналом — обеспечение «нормального» функционирования организации.

С организационной точки зрения служба управления персоналом представляет собой совокупность специализированных структурных подразделений, ориентированных на управление персоналом в рамках принятой кадровой политики. Организационная структура службы управления персоналом (служба HR-менеджмента) представлена в соответствии с рисунком 3.



Рисунок 2. Модели управления персоналом

Руководитель службы HR-менеджмента непосредственно координирует отношения между работодателем и работниками. В большинстве ведущих компаний руководители служб HR-менеджмента

являются «ключевыми» должностными сотрудниками наряду с высшими должностными лицами и участвуют в таких процессах, как принятие решений в области:

- исследования рынков;
- управления финансами;
- текущей деятельности компании;
- продаж и маркетинга.

HR-менеджеры общего профиля занимаются всеми комплексными вопросами по управлению персоналом, которые не носят стратегического характера.

Директор по персоналу — профессиональный HR-менеджер, который отвечает за разработку и выполнение решений по персоналу всей компании. Директор по персоналу работает вместе с менеджерами по приему на работу и менеджерами по размещению кандидатов по должностям, которые курируют отделы компании или занимаются специальными вопросами.

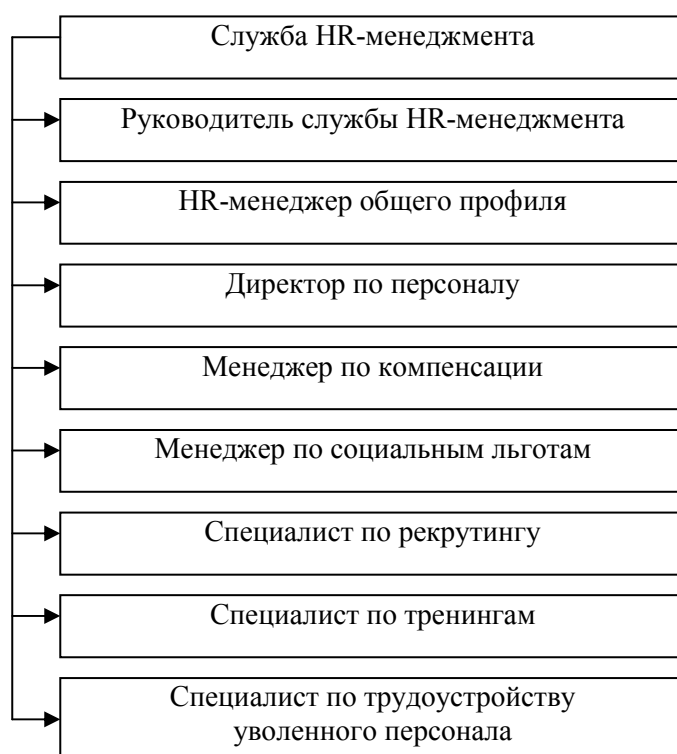


Рисунок 3. Организационная структура службы HR-менеджмента

Менеджер по компенсации — устанавливает ставки заработной платы в соответствии с трудовым участием работников, контролирует, чтобы оплата труда происходила в соответствии с изменениями в законодательстве. Соответственно, менеджер по компенсации должен разбираться в вопросах финансового планирования и прогнозирования.

В задачи менеджера по социальным льготам входит разработка социального пакета, который будет носить эффективный характер как для компании, так и для работников. Социальный пакет может охватывать следующие аспекты:

- медицинское обслуживание;
- страхование жизни и страхование нетрудоспособности;
- участие в прибыли компании;
- выделение определенного количества акций компании;
- предоставление жилья и автотранспорта;
- предоставление форменной одежды;
- бесплатное питание;
- беспроцентное кредитование.

В состав службы HR-менеджмента входит специалист по рекрутингу. Данный специалист может быть штатным или привлекаться со стороны. В задачи специалиста по рекрутингу входят:

- определение потребности компании в области персонала;
- установление контактов с потенциальными кандидатами на вакантные должности;
- разъяснение претендентам на вакантные должности политики компании в области HR-менеджмента;
- предоставление информации о компенсациях, социальном пакете, условиях труда и перспективах карьерного роста;
- проведение предварительных собеседований.

В ряде случаев, при соответствующих размерах компании, в состав служб HR-менеджмента включают специалиста по тренингам и специалиста по уволенному персоналу.

В круг обязанностей специалиста по тренингам входят:

- ознакомление новых сотрудников с процессом работы;
- организация повышения квалификации и профессиональной подготовки.

В круг обязанностей специалиста по работе с уволенным персоналом входят:

- работа с персоналом компании, которые были уволены по различным причинам;
- организация содействия и помощи в трудоустройстве уволенного персонала;
- предоставление консультативной поддержки.

Современные службы HR-менеджмента ориентированы на выполнение инновационных функций, таких как:

- стратегическое планирование персонала с учетом перспективного прогнозирования рыночной конъюнктуры;
- разработка разделов «HR-ресурсы» в бизнес-планах и стратегических планах компании;
- разработка программ инновационного и творческого поведения сотрудников;
- проведение научных исследований в целях создания эффективных HR-команд;
- проведение научных исследований в области управления конфликтами.

Также, по нашему мнению, можно обозначить основные принципы, которым должна следовать система организации деятельности HR-службы:

- управление посредством мотивации;
- рамочное управление;
- управление на основе делегирования;
- управление на принципах предпринимательства.

Управление посредством мотивации опирается на изучение потребностей, интересов, настроений, личных целей сотрудников, а также на возможность интеграции мотивации с производственными требованиями и целями организации. Кадровая политика при такой модели ориентируется на развитие человеческих ресурсов, укрепление морально-психологического климата, на реализацию социальных программ.

Мотивационный менеджмент — это построение системы управления на основе приоритетов мотивации, на основе выбора эффективной мотивационной модели.

Рамочное управление создает условия для развития инициативы, ответственности и самостоятельности работников, повышает уровень организованности и коммуникаций в организации, способствует росту удовлетворенности трудом и развивает корпоративный стиль руководства.

Управление на основе делегирования является более совершенной системой управления человеческими ресурсами. При данной системе управления сотрудникам передаются компетенции, ответственность и определенные права самостоятельно принимать решения и осуществлять их.

В основе предпринимательского управления лежит концепция интрапренерства, получившая название от двух слов: «антрепренерство» — предпринимательство и «интре» — внутренний. Суть данной концепции заключается в развитии предпринимательской активности внутри организации, которую можно представить как сообщество предпринимателей, новаторов и творцов.

Служба HR-менеджмента в современных компаниях может носить различный вариативный уровень подчиненности — варианты представлены в таблице 3.

**Варианты подчиненности службы HR-менеджмента
в организационно-управленческой структуре**

Варианты подчиненности службы HR-менеджмента	Характеристика подчиненности службы HR-менеджмента
Служба HR-менеджмента структурно подчинена руководителю по администрированию	Сосредоточение всех центральных координирующих служб в одной функциональной подсистеме
Служба HR-менеджмента структурно подчинена общему линейному руководству компании, предприятия	Данная структура подчиненности играет роль для средних компаний, предприятий, в рамках которых руководство не определило статус HR-службы. При сложившейся подчиненности могут иметь место противоречия
Служба HR-менеджмента структурно подчинена топ-менеджменту или первому руководителю	Первый руководитель или система топ-менеджмента обеспечивают высокий статус системы управления персоналом.
Служба HR-менеджмента находится на горизонтальном уровне с топ-менеджментом компании	Служба управления персоналом выступает как автономная, независимая организационная единица. В данном аспекте могут быть использованы принципы аутсорсинга

Стратегическим вариантом подчиненности службы HR-менеджмента, в соответствии с рисунком 4, является ее полная автономия, в том числе на основе принципов аутсорсинга.

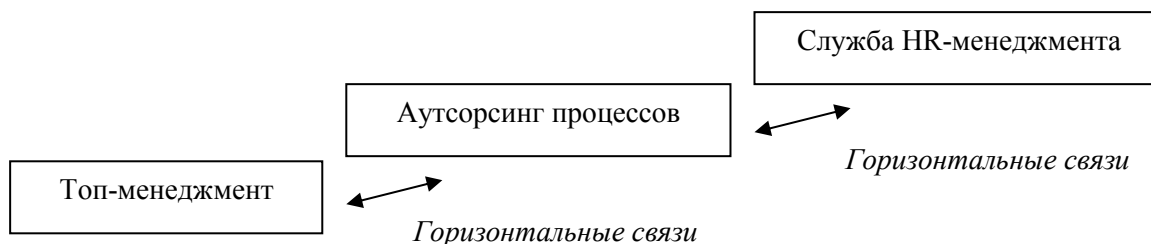


Рисунок 4. Подчиненность службы HR-менеджмента на основе аутсорсинга

На основе аутсорсинга служба HR-менеджмента может быть представлена рекрутинговым агентством.

Рекрутинговые агентства могут подбирать как среднестатистический персонал, так и топ-менеджеров. При этом может учитываться профессиональная специализация рекрутингового агентства. Существуют рекрутинговые агентства, ведущие подбор персонала по профессиональной, квалификационной или отраслевой принадлежности.

Основная базовая деятельность рекрутингового агентства складывается из трех основных составляющих:

- поиск и подбор персонала на целевые вакантные должности;
- оценка персонала;
- аттестация персонала;
- оценка профессиональных и личностных компетенций кандидатов.

Рекрутинговые агентства наряду с базовыми услугами оказывают комплекс дополнительных сопутствующих услуг, в частности:

- кадровый консалтинг;
- кадровый аудит;
- коучинг;
- тренинги;
- обучение и развитие персонала;
- аутстаффинг и лизинг персонала;

- учет кадров и управление делопроизводством в сфере кадровой деятельности;
- аутплейсмент;
- профессиональное составление резюме.

Основными причинно-следственными аспектами использования услуг профессиональных рекрутинговых агентств являются:

- высокий уровень инновационного развития компании и упразднение рутинных операций, связанных с реализацией кадровой политики;
- отсутствие внутренней высокоорганизованной службы HR-менеджмента;
- проведение массового набора персонала при неэффективном или невозможном использовании внутренних организационных возможностей компании;
- требуются услуги, для организации которых компания не располагает внутренними резервами;
- поиск редких профессиональных специалистов;
- необходимость профессиональных консультаций по рынку труда.

Исследуя современные аспекты трансформации парадигмы управления персоналом и современные подходы к формированию организационных структур HR-менеджмента, можно сделать вывод о том, что в современной науке и практике менеджмента происходит постоянный процесс совершенствования, обновления и поиска новых подходов, концепций, идей в области управления человеческими ресурсами как ключевым и стратегическим ресурсом деловых организаций, компаний, предприятий и бизнес-структур. На выбор той или иной управленческой модели влияют тип бизнеса, корпоративная стратегия и культура, организационная среда. Модель, успешно функционирующая в одной организации, может оказаться совсем не эффективной для другой.

По нашему мнению, отражением эффективности построения функционирования службы HR-менеджмента является деятельность персонала, направленная на достижение профессиональных результатов. В данном аспекте актуальным направлением является рассмотрение научной организации оценки и анализа деятельности персонала компаний и бизнес-структур.

Список литературы

- 1 Лукашевич В.В. Основы управления персоналом: Учеб. пособие по спец. «Управление персоналом» / Лукашевич В.В. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: КНОРУС, 2010. — 240 с.
- 2 Потемкин В.К. Управление персоналом: Учебник для вузов / Потемкин В.К. — М.: Питер, 2010. — 426 с.
- 3 Федорова Н.В. Управление персоналом организации: Учеб. пособие по спец. «Менеджмент организации» / Федорова Н.В., Минченкова О.Ю. — 4-е изд., перераб. и доп. — М.: КНОРУС, 2010. — 512 с.

Н.Б.Әбілшайықов, Р.Б.Сартова, А.А.Титков

Қызметкерлерді басқару парадигмасының трансформациясы және HR-менеджменттің ұйымдастырушылық құрылымын құрастырудың қазіргі заманға сай болуы

Мақалада HR-менеджменттің адами капитал мен инновациялық экономикалық жүйелерге бағытталған қазіргі жүйесін қалыптастыру заңдылықтары қарастырылған. Авторлар HR-менеджменттің ұйымдастырушылық құрылымын қарастыруда қызмет ететін концептуалды тұрғы басымдылықтарын ұсынған.

N.B.Abilshaikov, R.B.Sartova, A.A.Titkov

Transformation of management paradigm by a personnel and modern going near forming of organizational structures of HR-management

The tendencies of forming of the modern systems of management HR- are examined in the article, oriented to development of human capital and innovative economic systems. At consideration of going near forming of organizational structures of management HR-, maintenance of the conceptual going is considered near their functioning, and also fundamental differences of conception «management by a personnel» from «conception of management by human capitals». Taking into account the construction of modern conception of management priorities of functioning of service of management HR- offer human capitals применительно for modern firms and companies.

References

- 1 Lukashevich V.V. *Bases by the personnel: Studies. manual on special. «Management by a personnel»* / Lukashevich B.B. is a 2th publ., Moscow: Knorus, 2010, 240 p.
- 2 Potemkin V.K. *Management by a personnel*, textbook for institutions, of higher learning Potemkin V.K., Moscow: Peter, 2010, 426 p.
- 3 Fedorova N.V. *Management by the personnel of organization: Studies. manual on special. «Management of organization»* / of Fedorova N.V., Minchenkova O.U. is a 4th publ., Knorus, 2010, 512 p.

ӘОЖ 378.1:659.1

Д.А.Құнанбаева

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

Білім беру нарығындағы жарнама

Мақалада маркетингтік коммуникация жиынтығындағы маңызды компоненттердің бірден бірі — жарнама, сондай-ақ коммуникация нысандарынан ерекшелігі — оның дәрекі сипаты, ақылылығы және тапсырыс берушіні анықтау нақтылығы бар екендігі айтылған. Автордың ҚазХҚЖӘТУ Стратегиялық даму мен мониторинг басқарма құрылымындағы коммуникациялық қызмет тәжірибесі көрсетілген. Жарнаманың экономикалық қызмет түрі мен әлеуметтік-мәдени тәртіп түрі ретінде қалыптасуы Қазақстан Республикасында бірнеше тізбектік кезеңдер арқылы есептелген. Бүгінгі таңдағы жарнама өзгешеліктері сараланған, мақсаттардың түрлері және жарнама нарығының сегменттері: теледидарлық, бұқаралық ақпарат құралдардағы жарнама, сыртқы жарнама нарығы, радиожарнама, Интернет-жарнама. Негізгі жарнаманың аргументтері бірнеше топқа классификацияланып зерттелген. Жарнаманы таратудағы құралдарды таңдау оның мақсаты мен міндеттерін анықтау негізінде және жарнамаға деген бюджетті ескере отырып, жүзеге асырылады. Автормен білім беру мекемесі үшін жарнама кампаниясын әзірлеген кезде нақтылы тізбектілік әрекеттері ұсынылған және маркетингтік күнтізбелік жоспар белсенділіктері әзірленген. Жарнаманы беру бағасы жайлы сұрақтар түсіндірілген, оның сауда және коммуникативтік нәтижелілігі көрсетілген.

Кілт сөздер: жарнама, білім беру нарығы, маркетингтік коммуникация, жарнама нарығының сегменті, теледидарлық жарнама, баспа жарнамасы, сыртқы жарнама, радиожарнама, Интернет-жарнама, жарнамалық дәлелдер, жарнама кампаниясы, жоспар, серпін, нәтижелілік.

Маркетингтік коммуникация жиынтығындағы маңызды компоненттердің бірі — жарнама. Жарнаманың коммуникация нысандарынан ерекшелігі — оның дәрекі сипаты, ақылылығы және тапсырыс берушіні анықтау нақтылығы. Дәрекі сипаты жарнаманы жеке қатынастардың болмауымен ерекшелейді; ақылылығы — оны қоғамның оң пікірін қалыптастыруды көптеген қабылдауларынан оқшаулайды; нақтылығы — көбінесе тапсырыс берушімен жасырылған насихат арқылы оқшаулайды.

Заманауи жарнаманың бірқатар ерекшеліктері бар. Біріншіден, оптимумды сақтай алу, жарнаманың екі маңызды жақтарының арақатынасындағы балансты сақтау: ақпараттылық және сезімге берілгіштік. Отандық жарнаманың негізгі нысандары ретінде фирманың атауы, оның фирмалық белгісі мен жарнамалық сөздері көрінеді. Оның өзінде хабарландырылатын хабарламаларда мазмұнды ақпараттың үлес салмағы мәз емес. Білім беру қызмет (БҚ) жарнамасында қарама-қайшы жағдай байқалады: ережеге сай ақпарат беру жағы эмоционалдық жақтан асып түседі, ал қоғамдық оң пікірді қалыптастыру міндеттері шешілмейді. Қалалық баспасөзге біз жүргізген талдауымызда бірден «құрғақтылықты», БҚ жөнінде жарнамалық хабарламалардағы әлеуетті клиенттердің эмоциялық әлеміне ешқандай үңілмеуін көрсетті. Жарнамалық хабарламалардың 60 % оқудың ұзақтығын, мерзімін, 35 % — оқу аяқталғаннан кейінгі берілетін құжаттар туралы және тек 20 % ғана оқу құны туралы хабардар етеді. Екіншіден, заманауи жарнаманың жаһандық деңгейге шыққанына біраз болды, ал оның тасымалдаушыларының көпшілігі ұлттық шектеулерді білмейді. Үшіншіден, интернациялаумен қатар, заманауи жарнама сол нарық сегментінің ұлттық және діни ерекшеліктерін, халықтың мәдени дәстүрлерін есепке алады. Өңірлер кез келген білім беру мекемелерінде абитуриенттердің негізгі жеткізушілері ретінде көрінеді, білім беру мекемелерінде лицензиялау мен аккредиттеу үрдістеріне қатысып, салық салымдары, қаржыландыру мен несиелеу барысында жеңілдіктер тәртіптерін қарастырады. Сондықтан олар өздерінің өңірлік бейімділіктерін сенімді көрсете алатын білім беру қызметтері жарнамасын ғана шынайы қабылдайды, өңірдің өткір мәселелерін түсінулерін білдіреді, жергілікті биліктің сұраныстарына жауап береді. Төртіншіден, заманауи жарнама тікелей мүмкін тұтынушыларға ғана емес, оның түрлі құрылымдық түйіні мен деңгейіне ықпал ете отырып, нарықты терең бойлайды. Ол тұтынушылардың, көтерме және бөлшектік саудагерлердің бірігулеріне әсер етеді, тіпті бесекелестерге тауарлар мен қызмет көрсетулерді ұсынады. Бесіншіден, соңғы уақытта белгілі бір алға жылжушылық нақты құралдарды, жарнама тасымалдаушыларды таңдау басымдылығымен өтеді. Бүтіндей алғанда, материалдық тауарлар жөнінде айтқанда, соңғы жылдары түрлі көрмелер мен жәрмеңкелер басымдылық көрсетті, бұл жерлерде ақпарат беру мен тауар көрсетумен қатар, кері байланыстың ақпаратын алуға да болады. БҚ нарқында клиенттер баспасөз ақпараттары мен жеке байланыстарды дұрыс көреді. Алтыншыдан, экономиканы азат ету отандық нарықтағы жарнаманың белсенділігінің күрт артуына әкеп соқты. Айта кететін жайт, бұған нарықтық инфрақұрылым да, қоғамдық пікір де дайын емес еді. Қазақстанда соңғы жылдары орын алған жарнама агенттіктері мен фирмалар іс жүзінде мамандандырылмаған, косарландыру, дилетантизм көп, жұмыс тәжірибелері аз. Жетіншіден, біздің елімізде жарнама ісі дамымауына қарамастан, бұл жерде дамыған елдердің қағидасымен қалыптасады, белсенді жарнамалық лобби — әр түрлі әлеуметтік институттардағы тиісті мүдделердің өкілдерінің жүйесі.

Жарнама саласы бұқаралық ақпарат құралдарына ғана емес (газет пен теледидар саласы), жарнама агенттіктері, түрлі деңгейдегі мамандар үшін: суретшілерге, мәтіншілерге, кино мен бейнеиндустриясы қайраткерлеріне, сондай-ақ маман еместерге табыс көзін береді. Қызметтік нәтижелерін бақылау салдарынан жарнамаға жеңіл табыс көздеріне әуестерді тартады. Жарнамада шығармашылық компонент ашық көрінген, авторлық құқық расталады және қорғалады. Сондықтан көптеген жарнамашылар өз жұмыстары мен статустарында жеке мүдделерін қанағаттандырады, ол басқа қызмет салаларында олар үшін қол жетімді емес. Сегізіншіден, қалыптасқан нарыққа бағытталған кәсіби орындалмаған жарнама көбінесе агрессивті болып келеді, дұрыс емес эмоционалды сарынды таңдайды. Мұның барлығы жарнаманың өзіне және нарық субъектілеріне жағымсыз қатынасты қалыптастырады. БҚ әлеуетті тұтынушылары жарнама хабарламаларындағы ұнамсыз жақтарды ауыр қабылдайды.

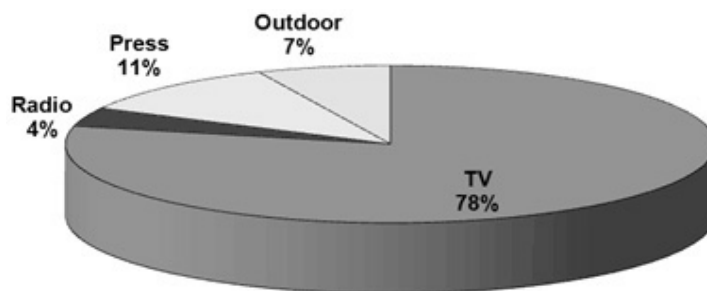
Біздің еліміздегі жарнама нарқының ерекшеліктерін қарастырайық. Жарнаманың экономикалық қызмет түрі мен әлеуметтік-мәдени тәртіп түрі ретінде қалыптасуы Қазақстан Республикасында бірнеше тізбектік кезеңдермен есептеледі. Бастапқыда жарнаманың туындауы қызметтің бір түрі ретінде болды; жарнамалық қызметтердегі жеке құрылымдардың мамандануы ретінде өтті. Екінші кезең жарнама нарқының дамуына, жарнамалық қызмет көрсету саласына тапсырыс берушілерді тартумен, жарнама таратудың бірыңғай ұлттық желісін құруылуына, аумағы кең жарнамалық кампанияларды өткізумен байланысты. Үшінші кезеңде жарнамалық нарықты тереңдету, технологиялық базаны жетілдіру, спецификалық жарнама өнімі өндірісі мен бұқаралық ақпарат құралдарының арнайы арналарын таратуды дамыту, қызмет көрсетудің толық сатысымен

агенттіктердің туындауы өтеді, жарнамалық нарықтың шегі, ұзақ мерзімді науқандарды жоспарлауға көшу мен өнімді шығару мен жылжытудың жарнамалық тұжырымдарын қалыптастыру белең алады.

Бір жағынан, православиялық Ресеймен, екінші жағынан — буддалық Қытаймен, үшінші жағынан — азиялық мұсылман елдерімен тарихи қалыптасқан экономикалық, саяси және мәдени байланыстар Қазақстандағы космоcаяси тенденциялардың күштілігін көрсетті, қазақ мәдениеті сырттан келгендерді оңай сіңіреді, ақыр аяғында отандық жарнаманы ынталандыру мен бағытын таңдауға әсер етеді. Халықтың әр текті құрамы этникалық әрі әлеуметтік және мәдени тұрғыда да жарнаманың ұлтаралық сипатына әкеледі. Мұның барлығы жарнаманың мазмұндылығы мен айқындылығына әсер етпей қоймайды. Ал туудың төмендеуі, өлімнің көбеюі, үлкен миграциялық ағым халықтың жалпы санын азайтады, кіші жастағы топтардың үлесін төмендетеді, нәтижесінде халықтың басым көпшілігін орта жастағы адамдар құрады. Отандық нарыққа шетел өндірушілерінің, инвестициялардың келуі Қазақстан экономикасына түрлі салдарға әкеп соғады. Жағымды факторларға нарықтың тауарлармен қанығуын, экономиканың сауығуын, жаңа технологиялардың келуін, басқа елмен іскерлік, мәдени байланыстарды орнатуды жатқызамыз. Жағымсызға — отандық өндірушілердің бәсекеге қабілетсіздігін, шетел жарнама берушілерінің басым рөлдерін, қазақстандық тұтынушылардың маркетингтік зерттеулеріне арналған ақша қаржысының жоқтығын айтамыз. Қазақстандық нарықтың жарнамалық қызметте жедел білім алулары оны біртектсіз ахуалға, астаналық және өңірлік нарықтың өзара сапа әрі сандық көрсеткіштері бойынша араға түсетін күйге әкелді. Барлық жаңа технологиялар, заманауи жарнаманың ережелері, заңдылықтары Ресейден өтіп барып бізге келеді. Қазақстандық жарнама өзіндік ерекшелігімен айқын ерекшелінбейді.

Техникалық және шығармашылық жоспарда ол көптеген себептер бойынша белгілі ұқсастықтарды көшіреді: отандық жарнамалық мектептің болмауы; жергілікті жағдайға бейімделмеген жартысынан көбі интернационалдық үлгіден тұрады; отандық мәдениетпен осал байланысқан, өзіндік идеологиясы жоқ. Төлемқабілеттілігінің төмендігі, сәйкесінше, отандық жарнама берушілердің бәсекеге қабілеттілігі; әсіресе өңірдегі жарнама агенттіктері қызметкерлерінің біліктіліктерінің төмендігі; техникалық базаның әлсіздігі; бизнестің осы саласындағы қолданылатын жергілікті өндіріс техникалары мен материалдарының болмауы.

Нарықтық экономикасы дамыған елдерде нарықтық жарнама айналымы ІӨЕ 1-ден 1,5 % дейін құрайды, ал жекеше мемлекеттің ІӨЕ 3 % құрайды. Ресейде жарнаманың үлесі, ресей сарапшыларының бағалаулары бойынша, елдің ІӨЕ 0,6 — 0,65 % аспайды. ТАСИС-тің мәліметтері бойынша, 1998 жылы Қазақстанның нарықтағы жарнаманың көлемі 2628,24 млн тг құраған, немесе Қазақстанның ІӨЕ 0,16 %. GallupMediaAsia ақпараттық агенттігінің мамандарының айтуы бойынша, 2001 жылы Қазақстанда жарнаманың нарықтағы көлемі 128, 6 млн долл. құрайды, ал Ресейде — Ресей жарнамалық агенттігі ассоциациясы мәліметтері бойынша — 1730 млн долл. құраған [1]. Экономикалық, индустриялық және мәдени салада үлкен әлеуетке ие болған ендігі еркін Қазақстан бірте-бірте айналымға келе бастады. Және де мұнда жарнаманың нарығы сұранысқа сай дами бастады. GallupMediaAsia мәліметі бойынша, егер 1997 жылдан бастап 2007 жылға дейін 10 жылдық кезенді алсақ, Қазақстандағы жарнама нарығы 33 есе-\$25-ден \$828 млн дейін өскен. Қазақстанда жарнама нарығының көлемі жыл сайын 50 пайыздан астамға өскен [2]. Сарапшылардың бағалаулары бойынша, Қазақстанның жарнама нарығы ТМД елдерінің аумағында Ресей мен Украинадан кейін көлемі бойынша үшінші орында тұр (1-сурет).



1-сурет. ҚР 2011 жылғы жарнамалық нарықтың сегменттері [3]

Көптеген жылдар бойы жарнамалық нарықтың ірі сегменті ретінде теледидарлық жарнама болды, оның үлесі 2011 жылы жалпы жарнама нарықтың 78 % құрайды (1-сур.). Қазақстандық

теледидарлық нарқы 14 эфирлік арналармен, оқшау желілер телеарналарымен, 40 кабель операторларымен және ТД Интернет-операторымен топшыланды. Телеарналардың жарнамалық мүмкіндіктерін сату не сейлзхаустармен (TV MediaAdvertisingAgency, ВидеоИнтернешнл Казахстан, ArnaMediaAdvertising), не өз бетінше телеарналардың жарнамалық қызметтерімен жүзеге асырылады. Баспасөз БАҚ-да жарнама атақтылығы бойынша екінші орынды алады. Қазақстанның жарнама нарқының аталмыш сегменті қатысушылар санының екпінін және жарнамалық аспаптардың кең ассортиментін айтарлықтай азайтады. TNS GallupMediaAsia компаниясының мәліметі бойынша, қазақстандық жарнама нарқының көлемі 2012 жылдың I жартыжылдығы үшін 35,7 мың шығынды құрайды. 2011 жылдың сол кезеңімен салыстырғанда қазақстандық газет-журналдарда жарнаманың шығуы 8,2 % төмендеген. Қазақстандық жарнама нарқының сегменті көлемі бойынша үшінші орынды сыртқы жарнаманың нарқы алады, оған тән республиканың ірі және орта қалаларының бизнестегі оқшаулануы және құрылымның шектеулілігі. Аталмыш шоғырлану сыртқы жарнама нарқын қатысушылар арасындағы қатаң бәсекелестікке себепкер болады. TNS GallupMediaAsia компаниясының мәліметі бойынша, 2012 жылдың бірінші жартысында біздің қаланың көшелерінде өз тауарлары мен қызметтерін 673 жарнама берушілер жалпы алғанда 23 468 жақтан орын ала отырып орнатты. 2012 жылдың бірінші жартыжылдығында жарнаманың бет жағы 2011 жылдың ұқсас кезеңімен салыстырғанда 10,7 % өсті. Радиоарнаманың қазақстандық нарқындағы үлесі аз (4 % — 2011 ж.). Жарнама берушілерінің бюджетіндегі ғаламдық өсімі Қазақстандағы медиа таңдауда да айқындалады. Соңғы жылдары қазақстандық Интернет-аландардың тұрақтылығы жол тапты. Бірақ қазақстандық Интернет-жарнамалардың негізгі таратылулары ресей аландарында Қазақстандағы таргетингпен жүзеге асырылады [3].

Теледидардағы жарнама уақыты уәжсіз қымбат болып келеді. Айтқандай, Азия өңіріне жетекшілік ететін түріктің «Кока-кола» басшылығы Қазақстандағы теледидарлық жарнаманың бағасын Түркиядағы тележарнаманың бағасымен салыстырады. Бұл ретте Түркияда өнім жарнамасын 62 млн адам көруі мүмкін, ал Қазақстанда тек 17 млн ғана көре алады. Аталмыш кезеңде республикадағы жарнама қызметтерінің бағасы әлемдік деңгейде болмауы тиіс, себебі нарық көлемі тар. Қымбат жарнама тек халқы көп шоғырланған елдерге не болмаса тіршілік деңгейі жоғары жақтарда ғана орнын ақтайды. Мысалға, «Казахстанская правда», «Егемен Қазақстан» және «Экспресс К» ресейлік жарнама нарығы теледидар жарнамасы басымдық көрсетпейтін және PR, директ-маркетингке, бұқараға басты назар аударылатын америкалық немесе батыс еуропалық үлгіге көшуді жөн көреді. Өкінішке орай, Қазақстанға бұл тұжырымға келуге әлі ерте, себебі шығынның негізгі үлесі ТД-жарнамаға кетеді. Радиоарнама оңтүстік және орталық Қазақстанда белсенді тыңдаушылардың көпшілігі студенттер болғандықтан, маңызға ие. Бұқарадағы жарнамаға Алматы қаласының зейнеткерлік шақтағы жастағылар қызығушылық танытады (55–65 жас). Коммуникация құралы 16-дан 19 жасқа дейінгі жастарға қажеті жоқ, күнделікті басылымдар бойынша жарнамалық бюджеттің Көшбасшысы ретінде «Казахстанская правда», «Егемен Қазақстан» және «Экспресс К» газеттері байқалады. Желідегі жарнамаға көз жүгіртсек, республикамыздағы 25-тен 50 жас аралығындағы халықтың экономикалық белсенді топтары Интернет-жарнаманы жөн санайды, бұл ретте зейнеткерлік жастағы тұтынушылар жарнаманың ұқсас түрлеріне бейжай қарайды. Дүниежүзілік тәжірибе көрсеткендей, баннерлік жарнама Батыс елдерінде өз маңызынан айрылған, дегенмен, Қазақстанда ол ең танымалдардың қатарында. Баннер әсерлі болған сайын табысы да молырақ. Сыртқы жарнамаға Астана қаласының тұрғындары көбірек назар аударады. Жарнаманың аталмыш түрінің сегментінде жарнама берушілердің көшбасшысы болып ұялы операторлар, атап айтқанда, GSM-Қазақстан/Kcell және «Кар-Тел», сондай-ақ LG Electronics компаниясы болып табылады [4].

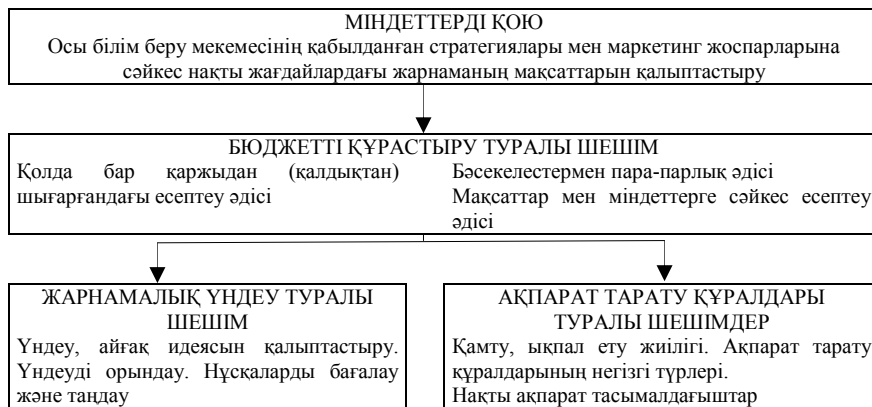
Қазақстанда шындығында халықаралық агенттік бұл тек атауы ғана, себебі кадрлардың басым көпшілігі жергілікті мамандар болып келеді. Мұнда жарнамалық агенттіктердің арасында қалыпты бәсекелестіктер туындайды. Ірі жарнамалық агенттіктер өз араларында нарық секторларын бөліп алған деген ұғым бар, барлық агенттіктерде шамамен сапалары бір, бір тұрпатты қызметтер. Неліктен Батыста жарнаманың деңгейі жоғары? Себебі бәсекелестіктің деңгейі жоғары. Жарнамадағы креативті идеяның жоқтығы — нарықтағы бәсекелестіктің осалдығы. Қазақстандық жарнаманың көпшілігі шаблондар бойынша жасалады. Сондықтан да ҚР банктердің, сақтандыру компанияларының және ұялы байланыс желілерінің қызметтерінің жарнамалары кеңінен тараған. 2009 жылғы дағдарыстың әсерінен жарнаманың шығыны құрдымға кетті, сонымен, 2008 жылмен салыстырғанда 23,3 % қысқарды. Жарнама бюджетінің көп қысқаруы баспасөзде 32,8 % және

радио — 32,7 % қысқарғаны байқалады. Бүтіндей алғанда, 2009 ж. сомалық жарнама бюджеті 692,3 млн долл. құраған, осы уақытта 2008 ж. ол 902,8 млн долл. теңестірілген [2]. Дей тұрғанмен, дағдарыс — ол уақытша құбылыс, ал басты міндет — құлашты кеңге сермеу. Дағдарыс тек тиімді дамуға кедергі келтіреді. Қазақстанда ол әлсіздерден тазартуға көмектесті, себебі күштілер ғана тірі қалды. Ең маңыздылардың бірі — бәсекелестіктің пайда болуы, енді жарнама агенттіктері жақсы әрі сапалы жарнамаға көп ақша төлеуге даяр жарнама берушілерге дайын және солар үшін таласады. Бүгінде жарнама Қазақстанда нарықтық қатынастың толық құқылы қатысушысы және жалпы әлемдік жарнама индустриясының бөлігі болып табылады.

Қазіргі таңда республикадағы жарнама қызметі белсенділік танытуда, негізінен ірі және орта калалар арасында, облыс және аудан орталықтарында көрініс табады. Қазақстандағы заманауи жарнама өзінің қалыптасу кезеңін бастан өткереді, яғни жарнама бизнесінің қағидаларын мойындау үдерісі белсенді өтеді. Нарықта көптеген ойыншылар болуы мүмкін, атап айтсақ, Ресей, Беларусь, европа мен араб елдерінің компаниялары. Көптеген компаниялар дағдарыстан шықты және жарнама бюджетін қайта көбейтуге даяр. Осылайша, 2010 жылдан бастап Қазақстанның рецессиялық күйден шыққан жаңа қарқын алған жарнама нарығы көзге түспек. Республика даму үстінде, Ресей мен Батыстың тамаша жоо-ын аяқтаған жаңа мамандармен толығады. Жарнама нарығын дәл анықтауды арнайы тәуелсіз мамандардың көмегі арқылы біле аламыз. Дегенмен, бүгінгі таңда осы қызмет түрі отандық жарнама тәжірибесінде жоқтың қасы. Тәжірибеде аталмыш ақпаратпен шынайы қызығушылық танытатын жарнама агенттіктері мен бұқаралық ақпарат құралдарының саны шектеулі, ал сұраныс пен ұсыныс болмаса шектеулі екені белгілі. Екінші мәселе жарнама берушілердің, жарнама агенттіктерінің, бұқаралық ақпарат құралдарының ақпараттарды танысу мен сараптауға бермеуі. Шетелде барлық жарнама агенттіктері мен жарнама берушілер өз қызметтері туралы мәліметтерді жарыққа шығарады. Қазақстанда мұндай ақпараттар берілмейді. Бұқаралық ақпарат құралдар (БАҚ) жарнамасының талдауында қазіргі таңда Қазақстанда бұқаралық жарнама көшбасшылық етеді. Мұндай жарнама мекенжайсыз, үлкен жарнама бюджетін керек етеді, тыңдаушылардың, оқушылардың, көрермендердің басым көпшілігін қамтиды. Шетел тәжірибесі көрсеткендей, бұқаралық жарнаманы басу жағдай бұқаралық ақпарат құралдары арасында бәсекелестікті күшейтеді. Тәжірибеде жарнаманы жарыққа шығару әдісі басқарады, яғни «ақпараттық»: оқиғалар, тауарлар, қызметтер және т.б. айтылады. Имидж жарнамасы — 20 %. Жарнама берілгенде басқалармен байланыссыз міндеттер шешіледі, тек 10 % жағдайда жарнамаға дейінгі маркетингтік зерттеулер жүргізіледі, тұжырым әзірленіп, медиажоспар жасалады, жарнаманың тиімділігі есепке алынады. Негізінен бұл жұмысқа тапсырыс берілмейді. Жарнама агенттіктері мен жарнама берушілердің өзара қатынастарын бағалай келе, жарнама агенттіктері мен ұдайы байланыста болумен тек жарнама берушілердің 60 % ғана жұмыс жасайтынына, тек оның жартысы ғана толық қызмет көрсетіп, мақсатқа сай әзірленетіне көз жеткіземіз, 20 % белсенді жарнама жүргізеді, дей тұрғанмен оны өзі жоспарлауға асықпайды. Нарықтың қалған бөлігі — жоспарлы жарнама жұмысын жүргізбейтін ұйымдар. Қазірге дейін, тіпті белсенді жарнама берушілердің өзі 2–3 арттырмайды, ал классикалық сызба бойынша 15–20 % көрсетуі тиіс айналымның 5 % міндетін ғана көрсетеді. Қазақстанда оңтайлы болу үшін баспасөз 30–35 % алу керек болса, тікелей жарнаманың (директ-маркетинг) жалпы тенденциясы кемінде 20 % болу керек болса, Қазақстанда 1 % ғана, осылайша, теледидар бұрынғыша басты орында тұр.

Қазақстандық жарнама нарқының окшауланған ерекшеліктерін сақтай отырып, жарнамалық индустрияның жалпы әлемдік тенденциясы сыртта қалмауы сөзсіз. Интернет-жарнаманың көбеюі, кабель операторлары мен тақырыптық телеарналардың өсуі, коммуникацияның жаңа нысандарын қолдану, жарнама бизнесінің ұйымына жоғары техникалық тәсіл ету ағымдағы кезеңде қазақстандық нарқында айқындалады. Жарнама нарқының толық дамуына кедергі ететін кейбір факторлар: отандық жарнаманың құрылымдық ұйымдастырылмауы; БАҚ жарнама агенттіктері мен жарнама берушілермен талғаусыздығы; жарнама қызметі нарқының өзіндік реттеу жүйесінің болмауы; жарнама таратудың БАҚ, тарифтер мен бағалар, таралымы бойынша анықтамалардың жоқтығы. Жарнама нарығы Қазақстанда бастапқы қалыптасу сатысына өтті. Өз даму жолында ол түрлі мәселелерді шешіп, сапалы жаңа деңгейге өтуі тиіс.

Жарнама қызметіндегі негізгі шешімдер сызбада көрсетілген (2-сур.). Әр жарнама науқанының жобасы бірінші кезекте оның мақсатымен сипатталуы тиіс.



2-сурет. Жарнамалық қызметтегі негізгі шешімдер [5]

Кез келген жарнамалық науқанның жобасы, бірінші кезекте, оның мақсаттарымен сипатталуы тиіс. Оқу орнының жарнамалық науқанының мақсаттарын анықтамас бұрын өзінің нарықтағы орны мен БҚ әлеуетті тұтынушылары арасындағы өзінің имиджін пайымдап алу керек. Әрине, еліміздің алдыңғы оқу орындарының бірі, Абылай хан атындағы ҚазХҚжӘТУ сондай болып табылады, абитуриенттер мен олардың ата-аналарына өзінің бар екендігі фактісін жеткізу мақсатын алға қойса, біртүрлі оғаш болып көрінер еді. Алайда, мысалға, аса танымал емес коммерциялық жоо немесе басқа оқу орны «жаңа лицей немесе колледж» үшін өңірдегі мектептердің түлектері немесе жоғарғы сынып оқушыларының 50 %-ын өзінің атауы, орналасқан жері және даярлық бағдарымен таныстыру мақсаты толығымен лайықты болар еді. Солайша мекеме өзінің әлеуметтік клиенттерінің құлақдарлығының қандай да бір деңгейін қамтамасыз ете алар еді.

Әлбетте, бұл туралы неғұрлым егжей-тегжейлі білгісі келетіндер едәуір аз болады: мысалға, мұндайлардың үлесі барлық құлақдар адамдардың небары 10 %-ын ғана, немесе естіген түлектердің санынан 5 %-ын ғана құрауы мүмкін. Сондай-ақ түлеген оқушылардың оқу орнымен келісім-шарттық қатынастарға түсетіндерінің пайызы да сол сияқты ол туралы егжей-тегжейлі ақпарат алғандардың ішінен 10 %-ын құрауы мүмкін. Осылайша, жоо клиенттерінің саны нарықтың сәйкес сегментінің көлемінен 1 %-ды құрайды, ал бүкіл курсты жақсы бітіріп шыққандар саны — одан да аз болады. Сонымен, жарнама мақсаттарының үш басты типін бөліп көрсетуге болады: ақпараттандыру, сендіру және еске салу. Еске салуға сондай-ақ ендігі жасалып қойған таңдауды бекемдеу кіреді [6].

Жарнаманың келесі түрі — ақпараттық. Ол жарнамалық қызметте басқа мақсаттарға қол жеткізу үшін қолданылады. Ішінара бұл нарыққа БҚ жаңа қайта құрылуын шығаруды және жаңартылған ассортиментін қолдауды оңайлату. Қалың бұқараға танымал емес білім беру мекемелері оны тек нарықтың осы сегментінде жаңа БҚ керек екендігіне және оның бәсекелестері жоқ екендігіне сенімді болғанда ғана қолдана алады, керісінше жағдайда, ақпарат ойдағы әсерге қол жеткізе алмайды. Мұндай типтегі жарнама әдетте оқыту бағдарламасының мазмұны, білім берудің технологиялары мен ойдағы нәтижелері және қосымша ұсынылатын сервис туралы ақпараттандырады.

Еске салу жарнамасын танымал болған, мойындалған немесе бірсыпыра иландыру және ақпараттық жарнама науқандарын жүргізіп көрген оқу орындары пайдаланады. Оны әсіресе қысқы немесе ерте көктемгі кезеңде (абитуриенттік маусым аралығы) өткізген дұрыс және ол халыққа жақын уақытты оларға оқу орындары туралы ақпарат қажет болатындығын және нағыз байланыс жасайтын уақыт келгендігін ескертеді. Еске салу жарнамасының тағы бір нұсқасы тікелей оқу орны шеңберінде, студенттерді олардың таңдаған таңдауының дұрыстығына, олар үшін жаңа перспективалар бар екендігіне сендіре отыра жүзеге асырылатын, оқушылардың сейілуінің алдын алатын қолдаушы жарнама бола алады. Қолдаушы жарнаманың ең жақсы көретін тәсілдерінің бірі бақытты, жетістікті студенттер мен түлектерді көрсету болып табылады [7].

Контингенттің тұрақтылығын анықтау үшін, Абылай хан атындағы ҚазХҚжӘТУ мәліметтерінің негізінде талдау жүргізілді. Кейбір мамандықтар бойынша студенттердің оқу жылының аяғына дейін жетпейтіндігі анықталды. Талдау үшін 2008–2012 жж. мен 2009–2013 жж. екі кезең бойынша (4 жыл оқытылатын бакалавриат, жедел оқытындар мен екінші жоғарғы білімді есептемегендегі) контингент жөніндегі мәліметтер қолданылды. Екінші кезеңнің нәтижелері нақты цифрлардан ерекшеленуі мүмкін, өйткені осы сәтте 2013 жылдағы түлету бойынша нақты мәліметтер жоқ (күтілетін түлектер

пайдаланылды). Бұл мәліметтерді төмендегі кестеден көруге болады. Контингенттегі өзгерісті есептеудің арқасында, қандай мамандықтар бойынша студенттердің тұрақтылығында оң және теріс нәтиже бар екендігін көруге болады. Біз үшін кері нәтижелі мамандықтарға, яғни контингенттің тұрақтылығы әлсіз мамандықтарға (түсетін түлектерден артық болуына), талдау жасау маңыздырақ. Мысалға, бірінші кезеңде (2008–2012 жж.) «Туризм» мамандығы бойынша түскендердің 42 %-ы түлетілген жоқ.

К е с т е

Контингенттің тұрақтылығына талдау

Р/с №	Мамандықтың атауы	Түскендер 2008/2009	Жас түлек 2011/2012	Оқытудың 4 жыл ішіндегі контингенттегі өзгеріс	Түскендер 2009/2010	Жас-түлек 2012/2013*	Оқытудың 4 жыл ішіндегі контингенттегі өзгерісі
1	Шет тілі: екі ШТ	250	283	13	216	246	14
2	Шетел филологиясы	164	180	10	162	148	-9
3	Маркетинг	20	25	25	25	18	-28
4	Туризм	86	50	-42	59	68	15
5	Журналистика	52	39	-25	45	39	-13
6	Халықаралық құқық	66	75	14	53	66	25
7	Халықаралық қатынастар	73	85	16	93	104	12
8	Экономика	17	20	18	6	8	33
9	Аймақтану	36	18	-50	33	30	-9
10	Мемлекеттік және жергілікті басқару	21	23	10	19	19	0
11	Аударма ісі	119	79	-34	220	150	-32
12	Шығыстану	71	73	3	38	23	-39

*Ескерту. Осы жылдағы мәліметтер нақты емес. Күтілетін түлектер.

Көп жағдайда мекемелер студенттердің оқуға келмеуінің себебі мен жалпы жағдайға назар аудармайды, бұл студенттердің оқуын тоқтатуына әкеп соқтырады. Университет өз бағдарламаларымен білім алып жатқан студенттерге ықпал ететін шаралар қолдануға тиіс екені анық жағдай болып табылуда. Студенттің оқуын тоқтатуға байланысты себептері әр түрлі болуы мүмкін. Мәселен, білім алуға уақытты тапшы ететін жеке және үйдегі мәселелер, қаражат мәселесі, білім алуға қатысты жеке жоспарлардың болуы, курстар немесе оқыту тәсілі ұнамауы мүмкін (оқытудың әлсіз тәсілдері); жұмыс шарттары және т.б. Бұл мәселені шешу және одан әрі талдау жасау үшін студенттің оқудан кетуі алдында сауалнама жүргізілуі керек, бұл әрбір мамандықтың әлсіз тұстарын анықтауға көмектеседі. Осы талдаудан соң тиісті шара қолдану керек, соның негізінде мекеме студенттің жеке басының қасиеттері мен оның өміріндегі жағдайлардан хабардар етіледі:

- егер бұл студенттің сабақ үлгерімімен байланысты болса, үлгерімі төмен студентпен басқа да студенттер кіріспе курстары немесе сабақтар бойынша курстар дайындауға жұмылдырылулары тиіс;
- оқудың алғашқы жылы студенттер арасында сұрақ-жауап жүргізу қажет (немесе оқу жылының басында);
- әрбір оқуға түсушіге өзінің мақсатын, уәжін, пиғылын анықтау үшін және соны институтта білім алуымен сәйкестендіру мақсатында білікті ақыл-кеңес беруді ұйымдастыру қажет;
- «қатерлі» категориясындағы студенттерге толық ақыл-кеңес беру;
- «шартты жазуды» студенттер консультантпен сұхбаттасқан соң жазу. Университет талапкерлері өздері таңдаған бағдарлама немесе курсты өте ала ма, жоқ па соны анықтау үшін барлық жағдайды жасау керек;

- студенттер өздерін күтіп тұрған жұмыстың ауқымын, қандай қайнаркөздермен жұмыс жасайтындарын елестете алулары керек;
- оқу жылы бойына студенттердің жүктемелерін, белсенді ақыл-кеңес түріндегі қолдау көрсетуді қадағалау;
- оқу ісі бойынша мәселе туындаған студенттер үшін оқу мерзімін ұзартуға жағдай жасау;
- біліктіліктерін арттыруды қажет ететін жұмыс істейтін оқытушы құрамды анықтау үшін мониторинг өткізу;
- сыртқы факторлардың ықпалына тез түсетін бірінші курс студенттері үшін ақыл-кеңес пен қолдауға бар күшті жұмсау.

Өкінішке орай, тәжірибе жүзінде, жарнамаға өндірістік және басқа да қажеттіліктер қанағаттандырылғаннан соң бос қалған қаражат бөлінеді. Бұл қалдық өте аз болып табылады және сонымен қатар ең қиыны жарнаманың бюджетке тәуелділігі мекемеге дамуға мүмкіндік бермейді.

Бәсекелестердің арақатынасы мынадай үш жорамалмен айқындалады: осы немесе басқа бақталас осы мекемеге сәйкес келуі мүмкін; ол осы мақсаттарды ұстанады; біздің оқу орнына оның жарнамаға деген бюджеті жөнінде толық және шынайы ақпарат алынады. Егер осының бәрі шындыққа жанасса, бұрынғысынша қарсыластың қателесуі тепе-теңдік кезеңін ұзартады. Болашақта жоо бюджетті анықтаудың басқа тәсілдеріне көшеді. Жарнамаға кететін шығынды жоспарлау тәсілі қаражаттандырылатын сомадан түскен пайыздан, сатудан, түскен түсімнен есептеу мүмкін болатын шығынды өте қарапайым формуламен есептеуге жеңіл болуымен қызықты болып табылады. Бірақ бұл алдындағымен қоса алғанда бірнеше кемшіліктері бар: жарнамаға аз қаражаттың бөлінуі, «артқа қарау», мекеменің бұрынғы қызметіне оралу. Егер кіріс көлемі ұлғайса, жарнама бюджеті де ұлғаяды; бұл тәсілдің өзгеруі — бұл жарнамалық бюджеттің болжанған, жоспарланып отырған кіріс немесе сатудан түскен пайыздардан қалыптастыру — іс жүзінде осы әлсіздіктерден құтылдырмайды.

Жарнаманың бюджетке, мақсатына, міндеті дәйекті түрде сәйкес келу тәсілі бірнеше кезеңдерден тұрады. Олардың бағытын білім беру қызметінің сипатына сай анықтап көрелік, әрекет етуші, хабарлаушы, үгіттеуші жарнамаға арналған [8]:

а) нарықтағы мақсатты коэффициент үлесі — YK (мысалға, бір жылдағы мектеп түлектерінің жалпы санының 1 %-ы);

ә) оқу үрдісі негізінде елеуден өткен қалыпты көрсеткіш алынады — Елдік. коэф. Мысалы, 10 % (0,1) тең болса, онда мақсатты көрсеткіш былай бақыланады:

$$K = 1\% / (1 - 0,1) = 1,11\%;$$

б) жоо түсерде байқауға түсудің қажетті дәрежесі — BK белгіленеді. Егер біз оны 1,5 % деп алсақ, біздің талапкерлердің саны мынаған тең болуы керек — $1,11\% \times 1,5 = 1,56\%$;

в) тәжірибелі тәсілге сүйене отырып, тапсырыс беруші санының коэффициентін анықтаймыз, бұлар оқу орнына талапкерлердің жалпы санын салыстыруды анықтау үшін байланысқа шыққандар.

Егер, мысалға, осы коэффициент $BK = 1,4$ тең болса, онда мақсатты көрсеткіш осыған сәйкес $1,56\% \times 1,4 = 2,18\%$ болады. Сонымен, іс жүзінде, жарнама үшін мақсатты нысана болып шығады.

$$\text{Коэфф. қолдау} = \frac{YK * BK * BK}{1 - EK};$$

г) алдыңғы тараудағы дәрежеге жету үшін тапсырыс берушілер осы оқу орны туралы ақпараты болуы керек. Ақпараттандырылған тапсырыс берушілердің санын көрсететін AK (ақпараттандырылған коэффициент) көрсеткіші байланысқа шығуды ұйғарғандар санымен 20 тең деп көрелік (1 реттік ақпарат беру). Сонда нарықтың осындай жарнамалық ауқымының көрсеткіші нақты жағдайда $2,18\% \times 20 = 43,6\%$ тең болады.

$$\text{Ақпарат. коэф.} = \frac{YK * BK * K_{\text{конк}} * BK * AK}{1 - YK};$$

д) ең соңында тапсырыс берушіні осы ақпаратпен санасуы үшін білім беретін мекеменің мәні мен байыптылығына назар аударту керек. Егер сендіруші жарнаманы білдіретін сәйкес көрсеткішті 2-ге теңесек, онда насихаттаушы жарнаманың мақсатты көрсеткіші 87,2 % өседі.

$$\text{Насих. коэф.} = \frac{YK * BK * BK * AK * K_{\text{знаком}}}{1 - YK}.$$

Нарықтың 1 % алу үшін жарнаманы жүргізуді бастау қажет, 87 % осы нарықта тұтынушыларды қамтитын дәрежеден бастау керек. Бұл пайызды жарнама қарқынының үдемелігімен, жарнама хабарларының күшейген ауысымымен төмендетуге болады. Маркетингтік компанияның

жарнаманы және бюджетті күшейтудің әр түрлі нұсқалары бір көрілімнің құны туралы мәлімет төленеді (жарнамалық байланыс), нарықтың 1 %-ы. Сонымен, біз бір тараудың бағасын ЖБК-ін (жалпы бағалау коэффициентін) аламыз. Әрине, баға дәрежесі әр түрлі болады. Бұл жарнамалық компанияның әр түрлі сатыларында пайдаланылатын байланыс құралдарына бағаның қойылуына тәуелді болады.

Жарнамалық хабарламаның мазмұны туралы шешім бірінші кезекте таңдау мәселесі мен жарнама дәлелдерінің қалыптасуын қамтиды.

Білім беру саласындағы соңғы сатып алушы болып табылатын білім алушыға қатысты негізгі жарнама дәлелдерін қарастырып көрейік. Бұл дәлелдер бірнеше топтарға біріктірілуі мүмкін.

1. Экономикалық топтар; болашақ енбекақы көлемі, оқу кезеңіндегі шәкіртақылық төлем, жеңілдік (немесе тегін) қызмет көрсету (демалыс, медициналық қызмет көрсету, жанаша білім алу және мамандану және т.б.)

2. Елдегі әлеуметтік жағдай: болашақтағы жоғары білікті және әлеуметтік жағдай, жоо студенттерінің жетістіктерін қоғамның мойындауы, беделінің және профессорлық-оқытушы құрамның мойындалуы.

3. Әлемдік интеллектуалдық байланыс жүйесіне қосылу: шетел студенттерімен және мұғалімдерімен сөйлесу, білім алу келешегі және тәжірибеден өту, шетелде ғылыми және бизнес-байланысты орнату, жоо дипломын елден тыс, халықаралық дәрежеде мойындату, осыған сәйкес жұмысқа орналасу мүмкіндігі.

4. Білім беру үрдісінің құрылымы және оның қамтамасыз етілуі: өткізілетін сабақтардың талапқа сай дәрежесі, оқытудың белсенді тәсілі, әрбір студентке жеке көңіл бөлу, бағдарламалар, оқытылатын курс және оларды құруға қатысуда таңдау жасауға мүмкіншіліктің болуы. Сонымен қатар мұнда тәжірибелік қамтамасыз ету дәрежесі жатады, оған патенттік, кітапханалық, техникалық, бағдарламалық, коммуникациялық қамтамасыз ету жатады.

5. Қалауымыздағы өмір талаптарына сәйкес болуға тырысу: мәдени өсудің мүмкіншіліктері, тәуелді болмау, қызықты орта, ғылымда және шығармашылықта, тәжірибе жүргізуде, жеке басына қатысты мәселелерді шешуде өзіңді көрсете білу. Әрине, ұсынылған дәлелдер жиынтығы өмірдің барлық жағдайына келе бермеуі де мүмкін. Осыдан басқа, анықтамалық бұл ақпаратты білім беру мекемелерін жоо-на лайықтап топтайтын көрсеткішпен жабдықталған (кейбір шетел тілдерін тереңдетіп оқыту), ұлттық және діни мектептер, сонымен қатар «қиын» балаларға арналған пәндік профиль бойынша, сәбилерге арналған дайындық курстары.

Сонымен бірге мекеме және жеке тұлғаларға қатысты да көрсеткіштер бар. Тұтынушының таңдауын тудыру жарнамалық-танымдық материалдарда мынандай түрде қолданылады. Білім беру стандартқа сәйкес және бағдарлама бойынша өтеді, олар жұмыс берушінің қатысуымен құрылады, ол оқыту аяқталған соң стандарт шарттарына сәйкес келгендердің бәріне жұмыс беруге кепілдік береді. Бұл жұмыс тапқысы келетін адамдардың назарын аудартып, қызығушылығын туындатады. Осымен бірге оларға жұмыссыз жүрген еңбек өтілі көп жұмыскерлер ала бермейтін білім мен осы іске машықтану жүргізілетіні түсіндірілген. Осы уақытта жұмыс берушілер өз шығындарының төлемақысын келісім бойынша осы оқу орнымен мемлекеттік жәрдемақыны есебінен бөлшектеп алуға мүмкіншілік бар екенін біледі, ал таңдаудың барлық түрінен өткен жұмыс іздеушілер жақсы дайындық жасайды. Британдық бағдарламаның жарнамалық бүктеме жұмыс берушілер туралы ақпарат береді, оның қызметін пайдаланғандар штатты жемісті толықтырды. Бұл бағдарламаның тапсырыс берушілері-компаниялар және мемлекеттік мекемелер — олардың қатарына мыналар кіреді: BritishTelecom, BankofEngland, LloydsBank, BarclaysBank, рестораны McDonalds ресторан желісі, сауда және өнеркәсіп департаменті, қорғаныс министрлігі және т.б. [9].

Бүктемеде оқыту мен жұмыспен қамтылу сұрақтары бойынша мәліметтер қорының қолданылу мүмкіндігі, сонымен қатар квалификациялау дәрежесі туралы және жұмыс кадрларының әлеуеті жөнінде сипаттама берілген. Компанияны стратегиялық деңгейде басқаратын бірінші бастықтар үшін бүктемені әзірлеушілер бағдарламаның басқа да дәлелдерін тапты. Бұл бірінші кезекте, жұмыс беруші мен жұмыс іздеушілердің оқытудан өткеннен кейін біртұтас пікірге келетіні туралы тезис ғана. Соңында оқытуға салынған қаржы жұмсалымы бұл нарықтағы едәуір фирмаларда белгілі және қолданыстағы ең биік артықшылығы бар тиімді салым болып табылады. Мұнда осы оқыту бағдарламасы бойынша серіктестің тәжірибесіне сүйенуге болады.

Ең белсенді және сонымен қатар тактикалық дәлел әлеуетті клиентке қатысты қолданылады. Тұлға жөнінде айта отырып, олардың психикасындағы соңғы жұмыс орнынан кеткеннен бастап ұзақ

уақыт бойы жаңа жұмыс орынын іздеу мақсатындағы сәтсіздіктер сияқты көптеген кедергілердің жиналғандығын байқауымыз керек. Оқулықтардың жиынтығын жеңу үшін жарнамалық бүктемеде оқыту мен ары қарай жұмыспен қамтылу үшін үміткердің жасы мен мамандандырылған тәжірибе деңгейінің кедергі емес екендігі көрсету керек. Сонымен қатар оқытудан кейінгі тұлғалардың жұмыспен қамтылудағы тәжірибелік мүмкіндіктерін көрсеткен маңызды.

Жарнаманың таратудағы құралдарды таңдау оның мақсаты мен міндеттерін анықтау негізінде және жарнамаға деген бюджеті ескеріле отырып жүзеге асырылады. Білім беретін мекемеге жарнамалық науқанын құру үшін У.Г.Зиннуров мынадай тізбекті қолдануға кеңес береді [10]:

а) орталық қалалық басылымдардағы насихаттық жарнама — бір рет наурызда, сәуірде және мамырда, сенбі күндері. Және ол жоо-ның символикалық элементі мен оның қызметі жөнінде максималды түрде ақпаратты жариялау керек екендігін айтады;

б) қысқа метражды теледидарлық жарнамаларды наурызда, күнде және кешкі уақытта бір рет, жаңалықтарға дейін немесе соңынан беру қажет;

в) мекеменің бастығының халықтың сұрақтарына жауап ретіндегі теледидарлық сөзін сәуір айында көрсету (жаңалықтарға дейін немесе соңынан беру қажет);

г) радиодан, теледидардан ақпараттың көлемі мен уақыты бойынша қысқа метражды роликтер көрсету;

д) сәуір айында мектептер мен колледждерге барып, оның бітіруші буынымен әңгімелесу және ақпараттық беттерді тарату;

е) «Ашық есік күндері» кезінде бітіруші буындардың келуі (сәуірдің аяғы мен мамырдың басы).

Осындай жоғары ритмді ескере отырып, әр жыл сайын қайталанатын оқытушылық қызметтегі мезгілдік жарнаманы алып, оның маркетингтік күнтізбелік жоспарын төрттік матрица түрінде құруға болады, ол жол бойынша — жарнаманың құралы, баған бойынша — өткізілу уақыты. Жарнаманы беру бағасы жарнама науқанында өте күрделі үрдіс болып табылады. Маркетингте сауда және коммуникативті жарнама қорытындысы ескеріледі. Коммуникативтік әдістің тиімділігі психологияның құралдары мен әдістемесімен қолданудағы лабораториялық ізденістермен анықталады. Мұндай рөлде құралдар болып тесттер, фирманың логотипі, оның мағынасы, кедергілерді анықтау болып табылады. Барлық критерийлер жарнаманың жариялануының сипатын анықтауға және клиентпен қарым-қатынас орнатуға мүмкіндік береді. Мұндай тәжірибелерді қандай да бір жоо-да өткізу ешқандай қиындық туғызбайды. Оған қарағанда жарнаманың саудалық және нарықтық бағасының жағдайы қиынырақ болып келеді. Бұл терминді тек қана шартты түрде оқытуға қолдануға болады.

Қалай болғанда да бағалаудың тиімділігі жарнамалық науқан өткізетін әрбір кезеңде мақсаттың дұрыс айқындалуы жағдайында ғана мүмкін болады. Әдетте, сұраныстағы өнім көлемінің өзгерісі, нарықтағы жарнама науқандарының бұрын жүргізілмеген сынама және соңғы қызметімен салыстырылады. Оқу орындарына олардың аудиториясының сапасы мен әр түрлі ресурстарының шектеулі болуына орай және басқа да ерекшеліктеріне сәйкес жарнамалық науқандардың қорытындысын бағалауды телевизиялық арналарда өткізуге кеңес беруге болады.

Әдебиеттер тізімі

- [ЭР]. Қолжетімділік тәртібі: <http://mir.analitika.kz/publications/216.html>
- [ЭР]. Қолжетімділік тәртібі: <http://mediasystem.kz/news-kaz/78635?category=15>
- [ЭР]. Қолжетімділік тәртібі: <http://tvmedia.business.kz/ru/ad/>
- [ЭР]. Қолжетімділік тәртібі: http://www.sfu-kras.ru/files/sfu_rules_2012.pdf.
- Панкрухин А.П. Маркетинг образовательных услуг: методология, теория и практика, 2003. — С. 154.
- Бухалков М.И. Планирование на предприятии: Учеб. пособие. — М.: ИНФРА-М, 2008.
- Дибб С., Симкин Л., Брэдли Дж. Практическое руководство по маркетинговому планированию. — СПб.: Питер, 2001. — 300 с.
- Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебник. — 5-е изд., перераб. и доп.— М.: ИНФРА-М, 2009.
- Чиркова М.Б. Анализ хозяйственной деятельности организации: Учеб. пособие / М.Б.Чиркова, В.Б.Малицкая, Е.М.Коновалова. — М.: Эксмо, 2008.
- Зиннуров У.Г. Маркетинг в деятельности вузов: теория и методы решений. — Уфа: Изд-во УГАТУ, 1993.

Д.А.Кунабаева

Реклама на образовательном рынке

В статье отмечено, что один из самых важных компонентов в комплексе маркетинговых коммуникаций — реклама, имеющая отличия от всех форм коммуникаций (неличный характер, платность и четкость определения заказчика). Автором представляется опыт коммуникационной деятельности Управления стратегического развития и мониторинга в структуре КазУМОиМЯ. Описано становление рекламы как вида экономической деятельности и явления социально-культурного порядка в Республике Казахстан через несколько последовательных этапов. Проанализированы особенности современной рекламы, типы целей и сегменты рекламного рынка: телевизионная, реклама в печатных СМИ; рынок наружной рекламы, радиореклама, интернет-реклама. Изучены и классифицированы в несколько групп основные рекламные аргументы. Выбор средств распространения рекламы делается на основе определения ее целей и задач и принимая во внимание имеющийся бюджет на рекламу. Автором предложена определенная последовательность действий при разработке рекламной кампании для образовательного учреждения и разработан календарный план маркетинговых активностей и рекламных кампаний. Освещены вопросы оценки отдачи рекламы, ее торговая и коммуникативная результативность.

D.A.Kunanbayeva

Advertising in the education market

One of the most important components in a complex marketing communications — advertising, which is different from all forms of communication (non-personal character, payment and precise decision of the customer). The author presents the experience of the communication activities of the Strategic Development and monitoring department of Kazakh Ablai khan UIR &WL. Described the emergence of advertising as a form of economic activity and the phenomenon of social — cultural order in the Republic of Kazakhstan through several successive stages. Analyzed features of modern advertising, the types of goals and advertising market segments: television, advertising in print media; outdoor market, radio advertising, internet advertising. Studied and classified into several groups the main advertising arguments that apply to the ultimate purchaser of educational services — student. The choice of advertising media is based on the definition of its goals and objectives, and taking into account the available budget on advertising. The author proposes a specific sequence of steps in the development of an advertising campaign for an educational institution and is designed schedule of marketing activities and advertising campaigns. Studied the questions of evaluation of the impact of advertising, its business and communicative effectiveness.

References

- 1 [ER]. Access mode: Retrieved from <http://mir.analitika.kz/publications/216.html>
- 2 [ER]. Access mode: Retrieved from <http://mediasystem.kz/news-kaz/78635?category=15>
- 3 [ER]. Access mode: Retrieved from <http://tvmedia.business.kz/ru/ad/>
- 4 [ER]. Access mode: Retrieved from http://www.sfu-kras.ru/files/sfu_rules_2012.pdf.
- 5 Pankrukhin A.P. *Marketing of educational services: Methodology, Theory and Practice*, 2003, p. 154.
- 6 Bukhalkov M.I. *Planning at the Enterprise: Textbook*, Moscow: INFRA–M, 2008.
- 7 Dibb S., Simkin L., Bradley Dzh. *A practical Guide to Marketing Planning*, St. Petersburg: Peter, 2001, p. 300.
- 8 Savitskaya G.V. *Analysis of the Economic Activity of the Enterprise textbook, 5th edition revised and enlarged*, Moscow: INFRA–M, 2009.
- 9 Chirkova M.B. *Analysis of the Economic Activity of the Organization*, textbook / M.B.Chirkova, V.B.Malitskaya, Ye.M.Kononova, Moscow: Exmo, 2008.
- 10 Zinnurov U.G. *Marketing in Universities Activities: Theory and Ways of Solutions*, Ufa: Publ.house UGATU, 1993.

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

*Карагандинский государственный университет им. Е.А.Букетова
(E-mail: larisatash_88@mail.ru)*

Особенности и тенденции развития туризма в Азиатско-Тихоокеанском регионе

В статье рассматриваются актуальные аспекты развития туризма в Азиатско-Тихоокеанском регионе (АТР). В частности, анализируются общие тенденции развития туризма в регионе, а также демографический фактор, влияющий на формирование рынка труда в области туризма. В работе уделяется значительное внимание особенностям развития транспортной инфраструктуры и ее влияния на интенсивное развитие туризма в АТР. Подробно рассматриваются вопросы, касающиеся развития туризма в странах, которые на сегодняшний день, по данным UNWTO, занимают лидирующие позиции в регионе — КНР, Таиланде, Японии.

Ключевые слова: Азиатско-Тихоокеанский регион, UNWTO, транспортная индустрия, международные туристские прибытия, региональные путешествия, деловой туризм.

В современном мире туризм является одним из важнейших направлений международной хозяйственной деятельности, непосредственно генерирующих услуги, товары, иностранную валюту, занятость и инвестиции. В тех странах, где туризм стал процветающей индустрией услуг, он имеет огромное экономическое и социальное влияние на национальное развитие.

Вместе с тем следует отметить возникающие изменения на туристском рынке, появление новых трендов в динамично развивающейся отрасли международного туризма. Одной из главных особенностей развития туризма является неравномерное распределение туристских потоков в разных регионах и странах мира. Туристские потоки сконцентрированы в нескольких регионах земного шара, и их движение имеет в основном интрарегиональный характер.

Исследователи отмечают, что вместе с ростом требовательности туристов к сервису сам туристский продукт становится все более разнообразным, возрастают его трудоемкость и капиталоемкость. В значительной мере это вызвано появлением новых видов туризма и устойчивым развитием всей мировой индустрии туризма. В последние пять лет перед туристской индустрией остро встала проблема сохранения и развития как рекреационных, так и туристских ресурсов в целом.

Согласно последним данным Барометра международного туризма UNWTO (United Nations World Tourism Organization — Всемирная туристская организация) в первой половине 2014 г. число международных туристских прибытий возросло более чем на 4,6%. С января по июнь 2014 г. туристские центры мира посетили около 517 млн международных туристов, или на 22 млн больше по сравнению с аналогичным периодом 2013 г. [1].

Азиатско-Тихоокеанский регион (+5%) укрепил тренд последних лет, принимая во внимание результаты лидеров — Южной Азии (+8%) и Северо-Восточной Азии (+7%), а также показатели основных турнаправлений, таких как Япония, Республика Корея и Малайзия, добившихся темпов роста, которые выражаются двузначными цифрами. Этот регион пользуется преимуществами текущего роста экономики, постоянного инвестирования в развитие инфраструктуры и принятия мер по упрощению визовых процедур [2].

Богатая и уникальная культура, разнообразная среда и стандарты услуг в целом обеспечивают привлекательность Азиатско-Тихоокеанского региона для международных туристов. Перспективы роста туризма в регионе, однако, определяются рядом факторов, в том числе глобализацией, изменениями в транспорте, инфраструктуре, ростом численности населения и развитием региональных путешествий. В то же время есть ряд факторов, которые могут помешать развитию туризма (например, формальности при получении визы и пересечении границ), а также различные непредвиденные потрясения, например, стихийные бедствия, опасность для здоровья и угроза безопасности, которые непосредственно влияют на число приезжающих [3; 489].

В АТР сосредоточена треть мирового населения — 2,1 млрд человек, и оно продолжает расти, хотя и не такими быстрыми темпами, как 20 лет назад. Рост населения региона увеличивает его туристский потенциал, в результате чего новые людские резервы вовлекаются в туристскую деятельность.

В демографическом плане АТР значительно отличается от развитых стран Европы и Северной Америки, где почти все страны имеют первый тип воспроизводства населения. В бассейне Тихого океана располагаются страны, резко отличающиеся по численности населения, демографической ситуации и демографическим тенденциям. Здесь находятся 3 из 11 самых густо населенных стран мира, численность населения в которых превышает 100 млн чел., — Китай (1,366 млрд чел.), Индонезия (254 млн чел.), Япония (127 млн чел.). Самый низкий коэффициент естественного прироста (0,18%) имеет Япония, за ней следуют Австралия (0,59%) и Новая Зеландия (0,67%). Вместе они составляют около 7% населения региона, но эти 122 млн человек отличаются наиболее высоким уровнем доходов и качеством жизни, активно путешествуют. В противоположность этой небольшой группе 27 стран региона относятся ко второму типу воспроизводства и отличаются высокими показателями рождаемости (более 20 на 1000 населения) и коэффициента естественного прироста (от 1,25% до 4%). Самая высокая рождаемость характерна для стран Юго-Восточной Азии и Океании: Маршалловы Острова (45,2%), Лаос (38,3%), Соломоновы Острова (34,8%), Камбоджа (33,5%), Кирибати (32,4%). Их же отличают и самые высокие коэффициенты естественного прироста населения — от 2,27% в Камбодже до 3,88% на Маршалловых Островах. Низкий уровень социально-экономического развития не способствует развитию выездного туризма в этих странах. Но для некоторых из них туристский сектор играет видную роль в экономике, на него приходится более 20% в ВВП (Вануату, Западное Самоа). Продолжающийся рост численности населения, преобладание детских и трудоспособных возрастов обуславливают в этих странах обширность рынка труда и его низкую стоимость.

Общий рост народонаселения в регионе ведет к повышению плотности заселения на его территориях. Среднемировой показатель плотности размещения населения составляет около 40 чел. на км². Во многих странах АТР этот показатель перекрывается в несколько раз: Республика Корея (483 чел. на м²), Япония (321 чел. на км²), Филиппины (272 чел. на км²), Вьетнам (242 чел. на км²). Однако в реальности население размещается очень неравномерно в пределах стран, образуя ареалы огромного скопления людей.

Особенно высока плотность населения в городах и урбанизированных районах: в Шанхае 2288 чел. км², в Сянгане — 5736 чел. на км². При такой высокой плотности населения туристской инфраструктуре вписаться в существующую застройку достаточно сложно, а скученность населения ухудшает рекреационные возможности больших азиатских городов — в них трудно отыскать «тихие» уголки для спокойного отдыха. Следует отметить, что во многих странах АТР в результате индустриализации происходит рост городов и городского населения. Ускоренный ритм и «стрессовый» характер жизни больших городов, ухудшение экологической ситуации в городской среде, а все это в большей или меньшей степени характерно для многих стран АТР, вносят свой вклад в формирование интереса жителей к поездкам за пределы обычной среды обитания с туристскими целями [4].

В целом, по данным UNWTO, в Азиатско-Тихоокеанском регионе растет как выездной, так и въездной туризм. В 2013 г. он вырос на 6,3% (для сравнения: общемировой рост выездного туризма составляет 5,3%), а среди лидеров по приему туристов Всемирной Туристской Организацией названы Таиланд, Мьянма, Камбоджа, Малайзия и Сингапур.

Что касается делового туризма, то, по прогнозам UNWTO, к 2016 г. Китай станет самым большим рынком делового туризма и обгонит по этому показателю США. По данным же за 2012 г., которые приводит Global Business Travel Association, в Азиатско-Тихоокеанском регионе туристы потратили на деловой туризм 1,06 трлн американских долларов, и в ближайшие пять лет эта сумма увеличится на 43% [5].

Индустрия воздушного транспорта является ключевым фактором, определяющим развитие туризма во всем мире, включая Азиатско-Тихоокеанский регион. Темпы его развития в два раза превышают общее развитие мировой экономики, причем в предстоящие два десятилетия предполагается дальнейший рост. На Азиатско-Тихоокеанский регион распространяется мировая тенденция роста недорогих региональных перевозчиков. В АТР Австралия стала одной из первых стран, в которых было предложено обслуживание дешевыми авиалиниями маршрутов большой протяженности между расположенными на побережье населенными пунктами. В Юго-Восточной Азии недорогие региональные перевозчики действуют в Малайзии, Сингапуре и Таиланде. Все эти авиакомпании предлагают маршруты в соседние страны и «нацеливаются» на китайский рынок. Одним из примеров наземного транспорта, который способен помочь в развитии сотрудничества и интеграции, является сеть Азиатских автомобильных дорог (рис.).



Рисунок. Международная Азиатская сеть автомобильных дорог [6]

Страны, соединенные сетью Азиатских автомобильных дорог, разделяют богатое историческое и культурное наследие.

Немаловажным объектом транспортной инфраструктуры в АТР является Трансазиатская железная дорога, которая обладает огромным туристским потенциалом благодаря росту понимания и принятию во внимание того факта, что железнодорожные поездки могут сыграть заметную роль в национальных и международных потоках туристов. Так в результате более широкого использования железнодорожного транспорта для целей туризма 12 стран, не имеющих выхода к морю, могли бы оказаться более доступными для туризма, несмотря на их удаленность от ближайших портов и международных аэропортов.

Ряд стран Азиатско-Тихоокеанского региона уже сегодня успешно развивают туристские программы на основе железнодорожного транспорта.

Успех и устойчивость развития туризма и конкуренция на международных рынках туризма находятся в немаловажной зависимости от того, насколько, по мнению туристов, осложнены или облегчены их поездки. Правительства играют важную роль в принятии решений о том, насколько далеко пойдет процесс либерализации, в какой мере международный туризм будет способствовать национальному развитию и как снизить препятствия для путешествий и туризма. По причине изменений политических обстоятельств правительства стран АТР постоянно просматривают визовые требования, стоимость и процедуры подачи заявок и другие формальности. Большинство правительств считают, что ослабление визовых требований может поставить под угрозу национальную безопасность,

и они могут быть не готовы отменить визы только ради развития туризма. В тех странах АТР, где правительства осознают ведущую роль туризма, а визы считаются препятствием для международных потоков туристов, введено послабление на некоторые визовые ограничения [7].

В структуре межрегиональных туристских прибытий в Азиатско-Тихоокеанский регион 18% приходится на Европу и Америку; прибытия из Африки, Ближнего Востока и Южной Азии в совокупности не превышают 3%.

В Азиатско-Тихоокеанском регионе, как и в Америке, туристские прибытия сосредоточены преимущественно в одном субрегионе, но с низкой концентрацией. Более равномерно они распределяются на территории Восточной, Юго-Восточной Азии и Океании.

В целом основные туристские потоки направлены в Восточную Азию (56,9%); второй по значимости субрегион — Юго-Восточная Азия (33,5%); Австралия и Океания имеют незначительную рыночную долю — 9,6%.

Пространственная структура туристских прибытий в Азиатско-Тихоокеанском регионе в значительной степени зависит от состояния рынка туризма в Китае, на который приходится треть всех прибытий в регион, включая территории Сянган (Гонконг). Политические и экономические реформы, которые проводились в Китае, положительно повлияли на развитие внутреннего туризма. Богатые туристские ресурсы Китая позволили радикально изменить модель туризма в Восточной Азии и Тихоокеанском регионе в целом. Основными странами, которые генерируют туристские потоки в Китай, являются: Малайзия, Индонезия, Республика Корея, Россия, Монголия. Около 60% въездного туристского потока в Китай приходится на страны ближнего окружения. Особый интерес туристы проявляют к поездкам, позволяющим полюбоваться природой, почувствовать живую жизнь современного Китая, ознакомиться с ходом реформ. Также туристы охотно совершают круизы по реке Хуанхэ, знакомятся с традиционными методами китайской медицины, гимнастикой тайцзы.

Многие туристы отправляются в путешествие, чтобы получить представление о китайской кухне или принять участие в фестивале бумажных змеев, увидеть степи Внутренней Монголии или сойти на заснеженные вершины, а также познакомиться с искусством каллиграфии. В Китае для туристов разработаны разнообразные тематические экскурсии, например, путешественники могут посетить завод Цзиндечжень и собственноручно изготовить фарфоровые сувениры. По прогнозам UNWTO, в 2020 г. въездной поток в Китай (включая Сянган) достигнет 196 млн прибытий, т.е. будет больше, чем в США и Францию в 2 раза, Испанию — в 3 раза, Италию и Великобританию — в 4 раза.

Кроме Китая, популярными туристскими направлениями в Азиатско-Тихоокеанском регионе являются новые индустриальные страны (территории) Азии: Малайзия, Сингапур, Таиланд, Республика Корея, Индонезия и Тайвань. Экономические преобразования, которые произошли там в последнее время, способствовали увеличению деловых поездок в регион. Именно деловой туризм дал толчок развитию гостиничного дела, индустрии туризма в целом. Сегодня эти страны (территории) привлекают туристов, прежде всего, своей экзотической природой, возможностью купально-пляжного отдыха. Кроме того, Сянган и Сингапур предлагают отличный шоппинг.

После присоединения в 1997 г. Гонконга к Китаю структура въездного туризма Гонконга резко изменилась. Помимо внутренних туристов, страна начала принимать транзитных путешественников, посещавших Китай, т.е. стала своего рода «воротами Китая»: между Гонконгом и более чем десятью китайскими городами налажены регулярные рейсы, а также проложены современные автомобильные и железнодорожные пути. Большинство же жителей Гонконга отдыхают в Таиланде (90% всех отпусков), а бизнес-туры осуществляют на Филиппины, в Индонезию и Сингапур.

Модным туристским направлением стал Таиланд, особенно после освоения им новой пляжной зоны на южном побережье и организации культурно-познавательных поездок на север страны.

Большая часть южной части Таиланда покрыта лесистыми холмами, перемежающимися с плантациями тропических фруктов и каучуковых деревьев. Начало развития туристской индустрии страны относится к 1970-м гг., когда здесь начали появляться первые бунгало, однако настоящий бум пришелся на 1990-е гг., что подхлестнула развитие отрасли в этом регионе. Сегодня основные курорты, которые специализируются на массовом туризме, находятся на островах Пхукет и Самуй, известных своим пляжами из белого песка, лагунами, водопадами, коралловыми рифами и кокосовыми пальмами. Среди самых известных и популярных среди туристов пляжей можно отметить следующие: Чавенг, Ламай, Натхон, Бопхут, Талинг-Нгам, Менам, «Большого Будды», Хуа Тханон, Банг-По, Чхоенг Мон, Банг-Као и Липа Ной.

Туристская инфраструктура Центрального Таиланда, где располагается столица страны — Бангкок, рассчитана на большое количество отдыхающих разных интересов и достатка. Большинство отелей расположено в центре Бангкока, в том числе и старейший Ориент Бангкок, построенный в 1887 г. Южнее Бангкока находится один из самых главных тайских курортов — Паттайя. Этот небольшой городок ежегодно посещают до 5,5 млн туристов из стран Европы и Восточной Азии. Практически всю прибрежную полосу занимают пляжи, на которых построены многочисленные гостиничные комплексы. Недалеко от города расположено несколько крокодиловых, тигровых, слоновьих ферм, где постоянно для туристов устраиваются всевозможные представления с участием животных. Здесь же есть ботанический сад мадам Нонг Нуч с одним из самых красивых в Юго-Восточной Азии парком орхидей. Непосредственно в городе расположен парк миниатюрных копий мировых достопримечательностей «Мини Сиам».

Север страны и часть северо-востока — это горы, покрытые лесами и испещренные мелкими озерами. Большие территории отданы под многочисленные национальные парки и заповедники. Регион интересен, прежде всего, тем, кто приезжает в Таиланд для занятия активным туризмом: трекингом, рафтингом, альпинизмом и т.д.

Провинции Северо-Восточного Таиланда достаточно бедны и практически не участвуют в индустрии массового туризма. Единственные рекреационные ресурсы, которые привлекают сюда отдыхающих и путешественников — это природные достопримечательности и культура местных жителей с их праздниками, фестивалями, народными промыслами.

В целом, согласно данным UNWTO, число туристов, посещающих страну, за 40 лет увеличилось с 400 тыс. до 14 млн человек. Средняя продолжительность пребывания иностранных гостей в среднем составляет 9 дней, при этом туристы приносят доход до 11 млрд евро. Около 55% туристов прибывают из Японии, Сингапура и Малайзии; следует также отметить, что достаточно большая группа отдыхающих приезжает из Великобритании, Германии, Скандинавии, Соединенных Штатов, а также из стран СНГ. Пик активности приходится на рождественские и новогодние каникулы. Туристов из Азии в первую очередь привлекают историко-культурные и природные достопримечательности в Бангкоке и его окрестностях, в то время как жители западных стран предпочитают южную часть Таиланда с его пляжами и островами. Для содействия и помощи иностранцам тайское правительство создало отдельную туристскую полицию с отделениями в крупных центрах рекреации.

В десятку стран региона, лидирующих по прибытию, входит Япония. Она принимает потоки посетителей с различными туристскими целями, в том числе для отдыха и развлечений. Японская индустрия развлечений занимает второе место в мире после американской. Очень популярным видом туризма в Японии является познавательный, который развит во всех крупных городах, в исторических центрах и национальных парках. К услугам туристов множество памятников истории и культуры, разнообразнейших музеев и выставок. В стране также широко развит религиозный туризм. Паломники совершают путешествия к синтоистским и буддийским храмам, а также к «священным» объектам: горам, рекам и т.д. Наиболее известный паломнический маршрут проходит по 88 храмам Сикоку. Раньше его проходили пешком в течение нескольких недель, однако сейчас многие сокращают путь, проходя не все храмы и совершая путешествие на машине. Появился даже специальный укороченный маршрут. В год Сикоку посещают около 1 миллиона пилигримов [8; 254].

Стоит отметить, что туристский бизнес в Азиатско-Тихоокеанском регионе успешно функционирует только в развитых и новых индустриальных странах. Вьетнам, Лаос, Камбоджа, Монголия, несмотря на все усилия, имеют незначительную рыночную долю в туризме АТР.

В последнее время, вследствие укрепления экономических и культурных связей между странами Восточной и Юго-Восточной Азии и Океании, растет внутрорегиональный туристский поток. Семь из каждых десяти поездок направлены внутрь региона и только три — за его пределы, преимущественно в Европу и Америку. Страны же, ориентированные на прием туристов из дальнего зарубежья, устанавливая специальные цены на туристские услуги, привлекают больше туристов из Европы и Северной Америки. Южная Корея после девальвации национальной валюты превратилась в настоящий торговый рай для шоп-туристов.

Быстрые темпы роста отрасли непосредственно сказываются на занятости в туризме и развитии человеческих ресурсов. Растет спрос на специалистов в области туризма, конкретные специальности и соответствующие учебные и образовательные учреждения. Необходимость развивать и готовить специалистов в различных секторах индустрии туризма широко признается в Азиатско-Тихоокеанском регионе [9].

В целом относительно неравномерное развитие международного туризма в Азиатско-Тихоокеанском регионе затрудняет его прогнозирование. Однако эксперты UNWTO прогнозируют оживление внутри и межрегиональных обменов туристами и считают, что в ближайшие годы Восточная и Юго-Восточная Азия и Океания удержат свои позиции как одни из быстроразвивающихся туристских регионов мира.

Список литературы

- 1 Международный туризм сохраняет темпы роста, несмотря на вызовы. — [ЭР]. Режим доступа: media.unwto.org/ru/press-release (дата обращения: 11.02.2015).
- 2 В первом полугодии международный туризм вырос на 5%. — [ЭР]. Режим доступа: www.atorus.ru/news/press-centre/new/27960.html (дата обращения: 14.02.2015).
- 3 Александрова А.Ю. География туризма. — М.: КНОРУС, 2013. — 592 с.
- 4 Демографический фактор развития туризма в Азиатско-Тихоокеанском регионе. — [ЭР]. Режим доступа: old.vlc.ru/inter/ru/events/tourism/doclady/Glushko_ATR.htm (дата обращения: 14.02.2015).
- 5 Азиатский туррынок демонстрирует рекордные показатели. — [ЭР]. Режим доступа: www.tourbus.ru/news/7053.html (дата обращения: 14.02.2015).
- 6 Maps of the Asian Highway Network — [ЭР]. Режим доступа: commons.wikimedia.org/wiki/Category:Maps_of_the_Asian_Highway_Network (дата обращения: 16.02.2015).
- 7 Предпосылки к развитию международного туризма в Азиатско-Тихоокеанском регионе. — [ЭР]. Режим доступа: 8cent-emails.com/predposylki-razvitiyu-mezhdunarodnogo-turizma-aziatsko-tihookeanskoy-regione/ (дата обращения: 17.02.2015).
- 8 Филиппова А.Г. География туризма. — М.: Аспект Пресс, 2008. — 357 с.
- 9 Азиатско-Тихоокеанский регион. — [ЭР]. Режим доступа: uchebnikonline.com/turizm/mizhnarodniy_turizm_i_sfera_poslug_-_malska_mp/aziysko-tihookeanskiy_region.htm (дата обращения: 19.02.2015).

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

Азия-Тынық мұхит аймағында туризм дамуының зандылықтары мен ерекшеліктері

Мақалада Азия және Тынық мұхит аймағында туризмді дамытудың өзекті аспектілері қарастырылды. Жеке айтқанда, аймақта туризмді дамытудың жалпыға ортақ тенденциялары, сонымен бірге туризм саласында еңбек нарығының қалыптасуына әсерін тигізетін демографиялық фактор талданды. Авторлар көліктік инфрақұрылымның даму ерекшеліктері мен оның Азия және Тынық мұхит аймағындағы туризмнің қарқынды дамуына тигізетін әсеріне ерекше назар аударған. UNWTO мәліметтері бойынша, бүгінгі күні көшбасшы орындағы – ҚХР, Тайланд, Жапония мемлекеттерде туризмнің дамуына қатысты мәселелер толық зерттелді.

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

Features and trends of the development of tourism in the Asia-Pacific region

In this article the actual aspects of tourism development in the Asia-Pacific region were discussed (APR). In particular, the general trends of the development of tourism in the region, as well as the demographic factor which takes part in the formation of the labor market in the field of tourism were analyzed. In the article the considerable attention is paid to the peculiarities of the development of transport infrastructure and its impact on the rapid development of tourism in the Asia-Pacific region. The questions, relating to the development of tourism in the countries, which today, according to the UNWTO, are leaders in the region - China, Thailand, and Japan were considered.

References

- 1 *International tourism maintains the growth rate, despite of the challenges*, [http:// media.unwto.org/ru/press-release](http://media.unwto.org/ru/press-release) (date accessed: 11.02.2015).
- 2 *In the first half of the year, international tourism grew by 5%*, [http:// www.atorus.ru/news/press-centre/new/27960.html](http://www.atorus.ru/news/press-centre/new/27960.html) (date accessed: 14.02.2015).
- 3 Aleksandrova A. Yu. *Geography of Tourism*, Moscow: KNORUS, 2013, 592 p.
- 4 *The demographic factor in the development of tourism in the Asia-Pacific region*, [http:// old.vlc.ru/inter/ru/events/tourism/doclady/Glushko_ATR.htm](http://old.vlc.ru/inter/ru/events/tourism/doclady/Glushko_ATR.htm) (date accessed: 14.02.2015).
- 5 *Asian tourist market shows the record results*, www.tourbus.ru/news/7053.html (date accessed: 14.02.2015).
- 6 *Maps of the Asian Highway Network*, [http:// commons.wikimedia.org/wiki/Category:Maps_of_the_Asian_Highway_Network](http://commons.wikimedia.org/wiki/Category:Maps_of_the_Asian_Highway_Network) (date accessed: 16.02.2015).
- 7 *Prerequisites for the development of international tourism in the Asia-Pacific region*, [http:// 8cent-emails.com/predposylki-razvitiyu-mezhdunarodnogo-turizma-aziatsko-tihookeanskom-regione/](http://8cent-emails.com/predposylki-razvitiyu-mezhdunarodnogo-turizma-aziatsko-tihookeanskom-regione/) (date accessed: 17.02.2015).
- 8 Filippova A.G. *Geography of Tourism*, Moscow: Aspect-Press, 2008, 357 p.
- 9 *Asia-Pacific region*, [http:// uchebnikionline.com/turizm/mizhnarodniy_turizm_i_sfera_poslug_-_malska_mp/aziysko-tihookeanskiy_region.htm](http://uchebnikionline.com/turizm/mizhnarodniy_turizm_i_sfera_poslug_-_malska_mp/aziysko-tihookeanskiy_region.htm) (date accessed: 19.02.2015).

ӨНДІРІСТІК ЖҮЙЕЛЕРДІ ЭКОНОМИКАЛЫҚ-МАТЕМАТИКАЛЫҚ МОДЕЛЬДЕУ ЖӘНЕ БОЛЖАУ

ЭКОНОМИКО-МАТЕМАТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ СИСТЕМ

УДК 657.372.3

Б.Г.Нурпеисов, Г.Е.Жакина

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

Сравнительная характеристика начисления амортизации для целей бухгалтерского и налогового учета применительно к различным ситуациям

Раскрываются сущность и последствия физического и морального износа основного капитала. Подчеркивается, что в современной научной литературе нет единой точки зрения относительно понятий «амортизация» и «амортизационные отчисления». Отмечается, что в зарубежной научной литературе амортизация рассматривается с четырех концепций, а амортизационные объекты подразделяются на шесть основных категорий. Дается сравнительная характеристика начисления амортизации для целей бухгалтерского и налогового учета применительно к различным ситуациям. Делается вывод, что стимулирующая роль амортизации заметно возрастает с применением методов ускоренной амортизации основных фондов. Предлагается комплексный метод начисления амортизации основных средств.

Ключевые слова: капитальные ресурсы, физический износ, моральный износ, факторы, последствия, амортизация, амортизационные отчисления, начисление, характеристика, методы, срок, стоимость.

Сущность и последствия физического и морального износа основного капитала

Весомую долю издержек составляют издержки, связанные с затратами капитальных ресурсов (основной капитал, основные фонды) — машин, оборудования, транспортных средств, производственных помещений. Использование в производстве этого вида ресурсов, а значит, и формирование соответствующих издержек имеют ряд особенностей [1–3].

Первая особенность: в отличие от таких материальных ресурсов, как топливо, энергия, материалы (т.е. предметы труда), капитальные ресурсы не расходуются за один цикл производства. Они служат годами, но подвергаются износу. Износ — это постепенная утрата капитальными благами своей ценности. Традицией отечественной экономической науки стало выделение двух видов износа — физического и морального.

Под физическим износом понимают потерю средствами труда своих потребительских качеств, т.е. технико-производственных свойств. Различают физический износ двух родов. Физический износ первого рода — изнашивание средств труда в результате их непосредственной эксплуатации в ходе изготовления продукции. Степень такого износа соответствует интенсивности применения капитальных ресурсов и растет вместе с увеличением объема производства. Таким образом, физический износ первого рода можно оценить как переменные издержки.

Физический износ второго рода — разрушение бездействующих средств труда под влиянием сил природы или в результате плохого обслуживания, неправильной эксплуатации. Эта форма не связана с выпуском продукции и может быть отнесена к числу постоянных издержек.

Физический износ первого рода — нормальное и экономически оправданное явление. В противовес этому, физический износ второго рода, хотя в каких-то размерах и абсолютно неизбежен («ничто не вечно под луной»), в целом представляет собой пример неэффективного использования ресурсов. Ведь эти издержки не связаны ни с каким полезным результатом. Подобные затраты капитального ресурса всегда имеют отрицательную отдачу.

Уменьшение ценности капитальных благ может быть и не связано с потерей ими потребительских качеств. В этом случае мы имеем дело с моральным износом. Традиционно выделяют две его формы. Моральный износ первого рода обусловлен ростом эффективности производства капитальных благ. Его вызывает появление аналогичных, но более дешевых средств труда.

Моральный износ второго рода связан с появлением новых средств труда, выполняющих схожие функции, но более совершенных, производительных. В результате ценность старых капитальных благ уменьшается.

Обе формы морального износа являются следствием технического прогресса. С позиций всей экономики они оправданны и даже необходимы, ведь в итоге устаревшее оборудование заменяется более прогрессивным, а значит, повышается общая эффективность производства. Вместе с тем для конкретной фирмы данное положительное явление имеет и негативные черты — оно оборачивается ростом издержек [4; 248, 249].

Моральный износ может быть вызван также снижением цен на рынке капитальных благ вследствие колебаний экономической конъюнктуры.

Моральный износ, обусловленный техническим прогрессом, также, в конечном счете, находит отражение в изменении цен на капитальные ресурсы. В этом смысле любой моральный износ можно рассматривать как уменьшение рыночной цены капитальных благ, не вызванное потерей последними потребительских свойств (рис. 1).

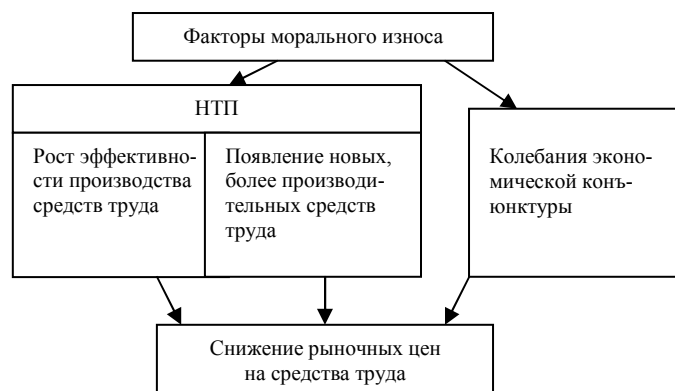


Рисунок 1. Факторы и последствия морального износа

Постепенное снашивание основных средств приводит к необходимости производить накопление средств на возмещение их износа и воспроизводство. Это осуществляется посредством их амортизации.

*О составляющих понятий «амортизация» и «амортизационные отчисления»,
их роли в финансовой политике предприятия*

Другая особенность использования капитальных ресурсов заключается в способе возмещения их затрат или воспроизводства данных ресурсов. Капитальные блага служат более одного года, их стоимость переносится на производимую продукцию постепенно, по мере износа. Поэтому издержки, связанные с износом машин, оборудования, сооружений и т.п., не могут быть возмещены сразу после реализации первой же партии произведенной продукции, как это происходит с затратами топлива или материалов. Тем не менее иметь средства для ремонта, модернизации или замены средств труда, т.е. возмещать износ, фирме абсолютно необходимо. Для этих целей фирма аккумулирует часть выручки в особом фонде — амортизационном. Проведенный нами теоретический анализ показал, что в современной научной литературе нет единой точки зрения относительно понятий «амортизация» и «амортизационные отчисления». Большинство ученых [5–7] считают амортизацию денежным выражением

физического и морального износа основных фондов, следовательно, понятия «амортизация» и «амортизационные отчисления» отождествляются.

По мнению зарубежных авторов К.Р.Макконелла и С.Л.Брю [8], амортизация представляет собой бухгалтерскую запись, предназначенную для того, чтобы дать более точный отчет о доходе в виде прибыли и, следовательно, о валовом доходе компании в каждом году. Эти авторы амортизационные отчисления называют еще отчислениями на потребление капитала.

В зарубежной научной литературе амортизация рассматривается с четырех концепций — бухгалтерской, финансовой, налоговой и экономической, а амортизационные объекты подразделяются на шесть основных категорий: амортизация основного капитала или основных средств; амортизация общественного капитала или акций; амортизация расходов по основанию предприятия; амортизация потерь и затрат; амортизация долгов; амортизация дефектных активов.

Законодательство стран СНГ (Казахстан, Россия и др.) определило статус амортизации лишь для двух категорий — бухгалтерской и налоговой.

В международном стандарте финансовой отчетности № 16 «Основные средства» (МСФО 16) амортизация определяется как «систематическое уменьшение амортизируемой стоимости актива на протяжении срока его полезной службы».

В отличие от ученых стран СНГ зарубежные экономисты понятию «амортизация» придают более широкое толкование.

Таким образом, из сказанного о составляющих понятий «амортизация» и «амортизационные отчисления» и об их роли в финансовой политике предприятия позволяют автору статьи привести обобщающие определения данных категорий: амортизация — это экономический механизм постепенного переноса стоимости основных фондов на готовый продукт, а амортизационные отчисления — это процесс накопления и целевого использования денежного фонда для замены изношенных объектов основных фондов организации, т.е. результат процесса амортизации.

На наш взгляд, такой подход более логичен и правомерен как с теоретической, так и с практической точки зрения, поскольку амортизационные отчисления предназначены на целевое использование, а следовательно, на капитальные вложения организаций в целях простого воспроизводства основных фондов.

Приведенное авторское определение амортизации и амортизационных отчислений четко определяется экономическим содержанием и функциями экономической категории «финансы».

Сравнительная характеристика различных способов начисления амортизации

Нами сделана попытка дать сравнительную характеристику начисления амортизации для целей бухгалтерского и налогового учета применительно к различным ситуациям.

Амортизация начисляется путем применения различных методов [9–11]:

- равномерного (прямолинейного);
- производственного;
- ускоренных методов (кумулятивного и уменьшающегося остатка).

При начислении амортизации *равномерным методом* в стоимость продукции каждый год включается одинаковая часть стоимости основных средств, т.е. сумма амортизационных отчислений зависит от срока их службы и определяется путем деления амортизационной стоимости (первоначальная стоимость, за минусом ликвидационной стоимости) на срок службы основных средств.

Сумма амортизационных отчислений при равномерном методе рассчитывается по формуле

$$AO = \frac{ПС - ЛС}{T_{сл}},$$

где AO — годовая сумма амортизационных отчислений; $ПС$ — первоначальная стоимость основных средств; $ЛС$ — ликвидационная стоимость основных средств; $T_{сл}$ — срок службы основных средств.

Данный метод прост в применении и нагляден, поскольку обеспечивает надлежащее соответствие расходов и доходов, когда эксплуатация объекта основных средств осуществляется более или менее равномерно в течение всего срока полезного использования. Этот метод используют примерно 70 процентов предприятий. Однако он не позволяет учесть неравномерную природу износа и уменьшить потери от морального износа.

Производственный метод — метод начисления амортизации пропорционально объему произведенной продукции или выполненным работ. Он основан на том, что износ, следовательно, и аморти-

зация, являются только результатом эксплуатации основных средств и отрезки времени не играют никакой роли в процессе ее начисления. Рассчитываются сначала амортизационные отчисления, приходящиеся на единицу продукции или работы, для чего амортизационная стоимость делится на предполагаемое число единиц работы или объем производства продукции. Затем начисляется амортизация в целом за определенный промежуток времени. Согласно этому методу накопленный износ изменяется ежегодно в прямой зависимости от единиц работы, которые определяются исходя из предполагаемого срока службы объекта основного капитала. Соответственно его следует применять, когда отдача объекта в течение срока его полезной эксплуатации может быть установлена с достаточной точностью.

Сумма амортизационных отчислений при производственном методе определяется по формуле

$$AO_i = \frac{ПС - ЛС}{\sum_{i=1}^n ВП_i} \times ВП_i,$$

где AO_i — сумма амортизационных отчислений i -го года; $ВП_i$ — предполагаемое количество выпускаемой продукции или выполняемых работ в i -м году; n — количество лет эксплуатации объекта.

При использовании данного метода основная сложность нередко связана с расчетом ожидаемого объема продукции. Когда производительность объекта существенно меняется в различные периоды, этот метод наилучшим образом обеспечивает соответствие расходов и доходов.

Суть ускоренных методов (кумулятивный метод, метод уменьшающегося остатка) заключается в том, что амортизационные отчисления, начисленные в начале эксплуатации основных средств, значительно превышают величину амортизационных отчислений в конце срока службы. Используя эти методы, исходят из того, что в начале эксплуатации машины и оборудование имеют большую производительность и полезность, используются более интенсивно, чем в конце срока службы. Следовательно, износ происходит с начала интенсивнее и, естественно, надо начислять большую сумму амортизационных отчислений (в течение первой половины срока службы можно возместить 60–75 процентов стоимости основных средств). В результате эти методы позволяют уменьшить влияние морального износа.

Кумулятивный метод — это метод списания стоимости основных средств по сумме чисел, которая определяется суммой лет срока службы объекта и называется кумулятивным числом. Кумулятивное число находится в знаменателе расчетного коэффициента, рассчитываемого для каждого года, в числителе которого стоит число лет, остающихся до конца срока службы объекта. Сумма амортизационных отчислений определяется путем умножения амортизационной стоимости на расчетный коэффициент, рассчитанный для соответствующего года.

Сумма амортизационных отчислений AO_i при кумулятивном методе рассчитывается по формуле

$$AO_i = (ПС - ЛС) \times Kp_i,$$

где Kp_i — расчетный коэффициент, определяемый для каждого (i -го) года эксплуатации по формуле

$$Kp_i = \frac{N_i}{Kч},$$

где N_i — количество лет, остающихся до конца срока службы объекта в i -м году; $Kч$ — кумулятивное число, определяемое суммой лет срока службы объекта.

Кумулятивное число можно рассчитать также по формуле

$$Kч = \frac{1 + T_{сл}}{2} \times T_{сл}.$$

Метод уменьшающегося остатка заключается в том, что берется двойная или полуторная норма амортизации, используемая при равномерном методе, и умножается на балансовую стоимость основных средств, сложившуюся в соответствующем году.

Сумма амортизационных отчислений при методе уменьшающегося остатка определяется так:

$$AO_i = \frac{BC_i \times 2Ha}{100},$$

где BC_i — балансовая стоимость основных средств соответствующего i -го года; Ha — норма амортизации основных средств (годовой процент погашения стоимости основных средств), используемая при равномерном методе начисления амортизации.

Следует отметить, что ускоренные методы амортизации имеют двоякую направленность: с одной стороны, уменьшается влияние морального износа и увеличиваются средства предприятия для обновления основного капитала, а с другой — увеличиваются издержки производства, что ведет к уменьшению размера прибыли предприятия.

К различным видам основных средств допускается применение различных методов начисления амортизации, при этом к одному виду следует применять не более одного метода (в течение отчетного года).

При выборе метода начисления амортизации необходимо учитывать влияние следующих факторов:

- соответствие доходов и затрат предприятия;
- ограничения, налагаемые на величину амортизационных отчислений налоговым законодательством;
- возможность применения одного метода по объекту основных средств в течение всего периода его полезного использования.

Фактор соответствия доходов и затрат предприятия заключается в том, что если доходы, полученные в результате эксплуатации основных средств, остаются постоянными в течение срока их полезного использования, то применяется равномерный (прямолинейный) метод начисления амортизации.

Если такие доходы больше в начале срока полезного использования, то используют один из ускоренных методов начисления амортизации. Большая часть основных средств обеспечивает получение наиболее значимых доходов в начальный период их эксплуатации, так как их производительность в этот момент максимальна, а затраты на ремонт невелики. В последующие годы производительность снижается и увеличиваются затраты на ремонт, что ведет к снижению доходности предприятия.

Ускоренную амортизацию целесообразно проводить в том случае, если предприятие прочно стоит на ногах, а издержки на производство продукции существенно ниже, чем у конкурентов.

Если же предприятие находится в тяжелом финансовом положении, то лучше отказаться от применения ускоренной амортизации.

В Республике Казахстан, согласно Национальному стандарту финансовой отчетности № 2, допустимые методы амортизации включают в себя прямолинейный метод, метод уменьшающегося остатка и метод единиц продукции (производственный).

Амортизация основных средств начинается, когда объект готов к эксплуатации, т.е. находится в том месте и состоянии, которые необходимы для того, чтобы он мог функционировать, как запланировано руководством предприятия. Начисление амортизации не прекращается, когда объект начинает простаивать или выводится из активной эксплуатации, за исключением случая, когда по объекту уже полностью начислена амортизация. Однако если используется метод амортизации на основе загрузки основных средств, амортизационные отчисления могут равняться нулю, когда производство отсутствует.

Необходимость разработки комплексного метода начисления амортизации основных средств

По нашему мнению, в целях оптимизации работы предприятий наиболее приемлемыми становятся те методы амортизационных отчислений, которые будут совпадать как в налоговом, так и в бухгалтерском учете и будут наиболее выгодными для организаций. Это требует разработки комплексного метода начисления амортизации основных средств (ОС).

Для формирования нового метода определим принципы, которые его характеризуют. Новый метод должен скорее снижать стоимость, чем линейный, при его применении стоимость объекта ОС должна быть равна нулю в конце срока полезного использования. Поскольку новый метод должен снижать стоимость неравномерно, то годовые суммы амортизаций должны отличаться друг от друга (в первый год эта сумма максимальна, в последний — минимальна). Для определенности и взаимосвязи сумм ежегодных амортизаций установим, что разница между этими суммами постоянна. Так, в последний год эксплуатации сумма амортизации равна одной части, в предпоследний — двум частям, в предшествующий предпоследнему — трем и т.д.

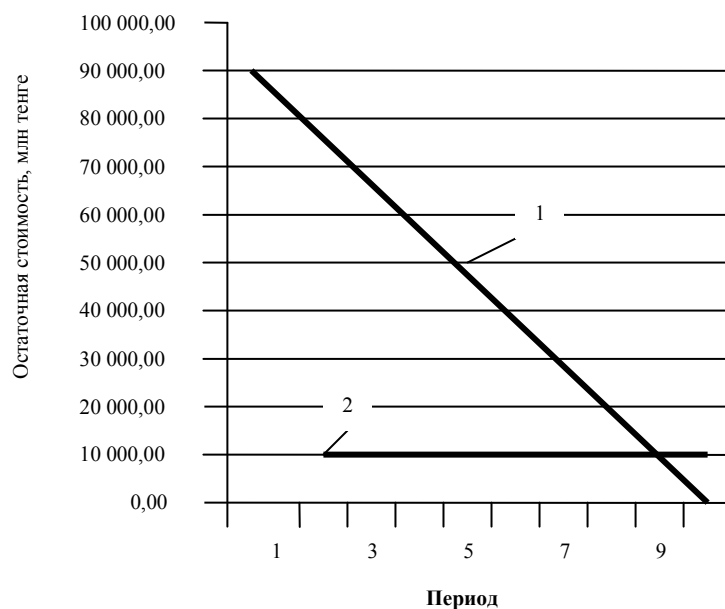
Приведем формулу для расчета годовой суммы амортизации в соответствии со сформулированными принципами:

$$A_i = P \frac{(n - i + 1)^2}{n(n + 1)},$$

где n — срок полезного использования; i — номер года начисления амортизации; P — первоначальная стоимость; A_i — сумма амортизационных начислений за i -й год.

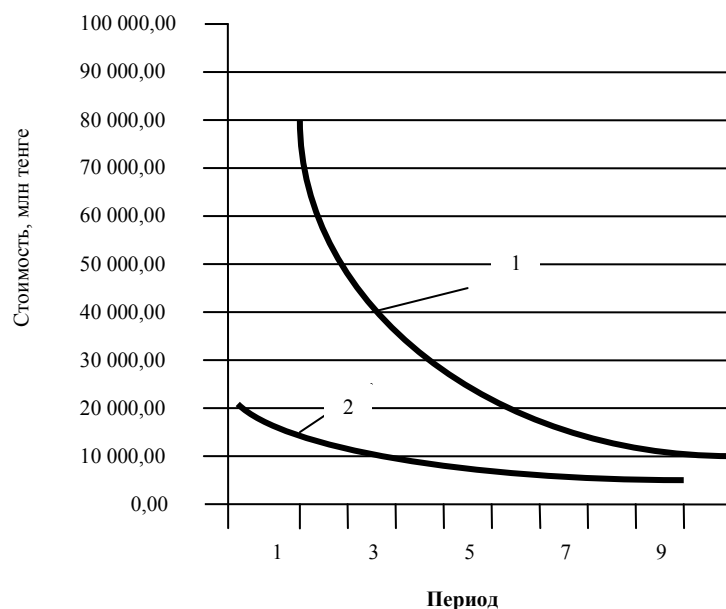
Формула отражает зависимость суммы ежегодно начисляемой амортизации от номера года, при заданном сроке полезного использования и первоначальной стоимости объекта ОС.

Графическая информация наиболее распространенных методов и комплексного метода начисления амортизации представлена на рисунках 2,3 и 4.



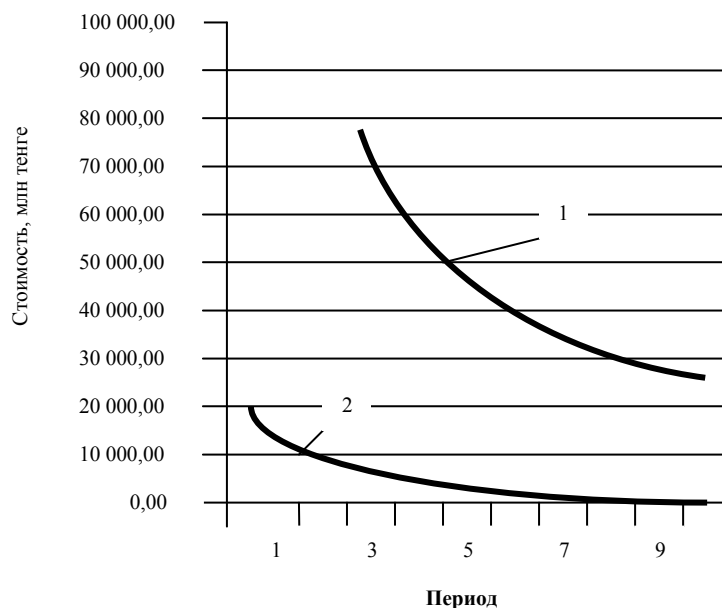
1 — остаточная стоимость; 2 — амортизационные отчисления

Рисунок 2. Динамика остаточной стоимости объекта и амортизационных отчислений при линейном способе начисления амортизации



1 — остаточная стоимость; 2 — амортизационные отчисления

Рисунок 3. Динамика остаточной стоимости объекта и амортизационных отчислений при способе уменьшаемого (уменьшающегося) начисления амортизации



1 — остаточная стоимость; 2 — амортизационные отчисления

Рисунок 4. Динамика остаточной стоимости объекта и амортизационных отчислений при комплексном методе начисления амортизации

При анализе в сравнении с другими методами амортизации (линейный, двойной амортизации) автором статьи выявлены следующие особенности применения предлагаемого метода:

- метод амортизирует имущество полностью (линейный — так же, двойной — не полностью);
- в начале срока эксплуатации амортизирует имущество больше, чем в конце (двойной — так же, но не в той мере, линейный — равномерно);
- в каждом следующем периоде амортизация меньше амортизации предыдущего периода на фиксированное значение.

Можно полагать, что рассматриваемый метод представляет собой нечто среднее между другими двумя сравниваемыми методами, т.е. этот метод — комплексный вариант метода двойной амортизации в целях достижения конкретного значения остаточной стоимости объекта в конце срока полезного использования.

Список литературы

- 1 Волков Ф.М., Кашкин И.Т. Повышение эффективности основных производственных фондов в процессе интенсификации. — М.: Изд-во МГУ, 1989. — 104 с.
- 2 Каренов Р.С. Эффективность обновления и использования основных фондов в угольной промышленности. — Алма-Ата: Наука, 1987. — 240 с.
- 3 Шеремет А.Д., Суздальцева Л.П. Факторный анализ фондоотдачи на машиностроительных предприятиях. — М.: Машиностроение, 1987. — 104 с.
- 4 Микроэкономика. Теория и российская практика: Учебник / Под ред. А.Г.Грязновой и А.Ю.Юданова. — М.: КНОРУС, 2011. — 624 с.
- 5 Большой энциклопедический словарь. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Большая Рос. энцикл.; СПб.: Норинт, 1998. — 928 с.
- 6 Веретенникова И.Н. Амортизация и амортизационная политика. — М.: Финансы и статистика, 2004. — 192 с.
- 7 Кожин В.Л. Амортизация. — М.: Экзамен, 2004. — 320 с.
- 8 Макконнелл Кэмпбелл Рю, Брю Стенли Л. Экономикс. Принципы, проблемы и политика: В 2 т.: Пер. с англ. — Т. 2. — М.: Республика, 1992. — 400 с.
- 9 Карпенко Е.А., Ларинова В.А., Ольхова Л.А. и др. Экономика отрасли: торговля и общественное питание: Учеб. пособие. — М.: ИНФРА-М, 2010. — 224 с.
- 10 Каренов Р.С. Цикл воспроизводства основных фондов угольной промышленности (в условиях рынка). — Алматы: Гылым, 1993. — 248 с.
- 11 Каренов Р.С. Методы ускоренной амортизации и стимулирование интенсивного обновления основных фондов на шахтах // Комплексное использование минерального сырья. — 1991. — № 4. — С. 82–87.

Б.Ф.Нұрпейісов, Г.Е.Жакина

Әр түрлі жағдайда бухгалтерлік және салықтық есеп жүргізу мақсаттары үшін амортизация төлемдерінің салыстырмалы сипаттамасы

Мақалада негізгі қорлардың табиғи және моральдық тозуының мәні және салдары ашылған. Заманауи ғылыми әдебиетте «амортизация» және «амортизациялық төлемдер» ұғымдары жөнінде бірыңғай көзқарас жоқ екендігі көрсетілген. Шет елдік әдебиеттерде амортизация төрт тұжырым тұрғысынан қарастырылғандығы, ал амортизациялық нысандар алты санатқа бөлінетіндігі айтылған. Әр түрлі жағдайда бухгалтерлік және салықтық есеп жүргізу мақсаттары үшін амортизация төлемдерінің салыстырмалы сипаттамасы берілген. Амортизацияның рөлі негізгі өндірістік қорлардың жеделдетілген тәсілдерін қолданғанда едәуір артатындығы туралы қорытынды жасалған. Негізгі қорлардың амортизациясы, кешенді төлеу тәсілі ұсынылған.

B.G.Nurpeiyisov, G.Ye.Zhakina

Comparative characteristic of charge of depreciation for accounting and tax accounting applicable to various situations

The essence and consequences physical and an obsolescence of fixed capital reveal. It is emphasized that in modern scientific literature there is no uniform point of view concerning the concepts «depreciation» and «depreciation charges». It is noted that in foreign scientific literature depreciation is considered from four concepts, and depreciation objects are subdivided into six main categories. The comparative characteristic of charge of depreciation for accounting and tax accounting in relation to various situations is given. The conclusion is drawn that the stimulating depreciation role considerably increases with application of methods of the accelerated depreciation of fixed assets. The complex method of charge of depreciation of fixed assets is offered.

References

- 1 Volkov F.M., Cat's I.T. *Increase of efficiency of the fixed business assets in the course of an intensification*, Moscow: MSU publishing house, 1989, — 104 p.
- 2 Karenov R.S. *Effectiveness of updating and uses of fixed assets in the coal industry*, Alma-Ata: Nauka, 1987, 240 p.
- 3 Sheremet A.D., Suzdal'tsyeva L.P. *Factor analysis of capital productivity at machine-building enterprises*, Moscow: Mashinostroyeniye, 1987, 104 p.
- 4 *Microeconomics. Theory and Russian practice*: The textbook, under A.G.Gryaznova and A.Yu.Yudanov's edition, Moscow: KNORUS, 2011, 624 p.
- 5 *Big encyclopedic dictionary. the 2nd edition processed and added*, Moscow: Big Russian encyclopedia; Saint-Petersburg: Норинт, 1998, 928 p.
- 6 Veretennikova I.N. *Depreciation and depreciation policy*, Moscow: Finance and Statistics, 2004, 192 p.
- 7 Kozhinov V.L. *Depreciation*, Moscow: Ekzamen, 2004, 320 p.
- 8 Makkonnell Campbell Ryu, Bryu Stanley L. *Economics. Principles, problems and policy. In 2 vol.:* The lane with English, vol. 2, Moscow: Republic, 1992, 400 p.
- 9 Karpenko Ye.A., Larinova V.A., Olkhova L.A. et al. *Economy of branch: trade and public catering*: Manual, Moscow: INFRA-M, 2010, 224 p.
- 10 Karenov R.S. *A cycle of reproduction of fixed assets of the coal industry (in the conditions of the market)*, Almaty: Gylym, 1993, 248 p.
- 11 Karenov R.S. *Complex use of mineral raw materials*, 1991, 4, p. 82–87.

А.С.Ахметова

Карагандинский государственный университет им. Е.А.Букетова
(E-mail: assol-11@mail.ru)

Научно-методические основы планирования и прогнозирования на отечественных предприятиях

Рассматривается сущность планирования в качестве основного инструмента преодоления неопределенности. Подчеркивается, что в экономике рыночного типа распространено планирование на уровне предприятия, которое носит индикативный характер. Анализируется схема планирования деятельности предприятия. Показывается, что процесс планирования следует разделить на две основные стадии: разработка стратегии предприятия и определение тактики реализации выбранной стратегии. Отмечается, что между планированием и прогнозированием существуют серьезные различия. Уделяется внимание видам прогнозов, которые можно классифицировать по нескольким признакам. Делается вывод, что общие методы прогнозирования желательно разделить на четыре крупные группы.

Ключевые слова: планирование, задача, схема, издержки, система, стратегическое планирование, бизнес-план, прогнозирование, типы.

Сущность и схема планирования деятельности предприятия

Известно, что предприятия не обладают всеми данными. Они не в состоянии предугадать все изменения, которые могут произойти в рыночной среде. Планирование — это основной инструмент преодоления неопределенности.

Планирование — способ осуществления действий, основанных на сознательных, волевых решениях субъектов рыночных отношений. Задача планирования на предприятиях состоит в учете требований экономических законов рынка, особенностей и закономерностей развития отрасли, достижений научно-технического прогресса, а также в повышении эффективности хозяйственной деятельности и качества работы, снижении издержек потребления и росте производительности труда [1–3].

В экономике рыночного типа распространено планирование на уровне предприятия, которое носит, как правило, индикативный, ориентирующий характер.

При этом для каждого предприятия план производства и реализации продукции является базой комплексного социально-экономического планирования всей внутрифирменной деятельности (рис. 1).

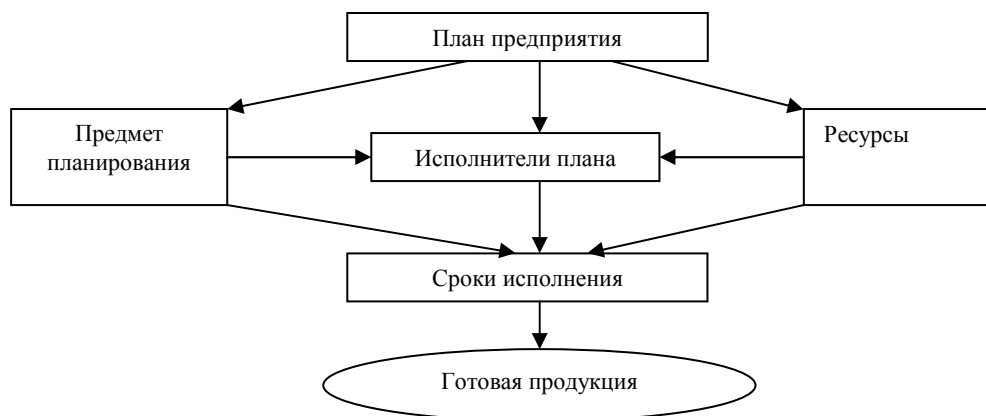


Рисунок 1. Схема планирования деятельности предприятия

На его основе разрабатываются социально-трудовые, снабженческо-сбытовые, финансово-инвестиционные и другие разделы долгосрочного и текущего планов. На современных предприятиях

количество разделов или частей плана, а также их название и перечень применяемых показателей могут различаться в зависимости от формы собственности, концентрации производства, размера предприятия, численности персонала, корпоративных особенностей, других факторов. Могут изменяться также методика и порядок планирования: на частных фирмах планы разрабатываются самостоятельно, по принципу «сверху вниз» или «снизу вверх». На государственных и муниципальных предприятиях годовые планы задаются директивным образом в виде заказов-нарядов. Однако содержание плановой работы в целом мало зависит от существующих форм собственности [4; 146,147].

В ходе внутрифирменного планирования каждое структурное подразделение, цех или отдел разрабатывают свои планы производственной деятельности, которые затем увязываются с общим планом предприятия. По уровням управления производственные планы бывают общефирменными, цеховыми, бригадными и др. На малых предприятиях разрабатывается, как правило, общий план производственно-хозяйственной деятельности.

Кстати, масштабы деятельности предприятия ограничивают (или, наоборот, расширяют) возможности планирования. Преимущества в осуществлении планирования — у крупных предприятий, так как они:

- а) имеют большие финансовые возможности;
- б) располагают высококвалифицированным персоналом и в состоянии привлекать специалистов со стороны.

Небольшим предприятиям (организациям) сложнее проводить широкомасштабную плановую работу, однако они могут: использовать некоторые формы планирования, особенно оперативного; применять известные модели стратегий и стремиться к определению собственных стратегий по мере роста организаций.

Издержки, затрачиваемые на организацию и осуществление планирования, определяют предел планирования. Минимальным результатом планирования является недопущение грубых ошибок в жизнедеятельности предприятия, т.е. обеспечение его выживания. Дополнительные затраты на планирование должны обеспечить развитие организации.

Система планов предприятия

Теоретическое обобщение литературных источников [5–7] показало, что процесс планирования можно разделить на две основные стадии — разработка стратегии предприятия (стратегическое планирование); определение тактики реализации выбранной стратегии (тактическое планирование).

Стратегическое планирование осуществляется на долгосрочную перспективу и подразумевает формулирование целей, задач, масштабов и сферы деятельности предприятия на качественном уровне.

Тактическое планирование осуществляется на среднесрочную перспективу (1–5 лет) и определяет ресурсы, необходимые предприятию для реализации задач стратегического планирования.

Результатом функционирования системы стратегического планирования является совокупность взаимосвязанных плановых документов, в которых отражены принятые стратегические решения и распределение ресурсов. Система планов служит формой материализации плановой деятельности предприятия, а главным ее результатом выступает определение целей, стратегий, программ, распределение ресурсов в свете будущих перемен. Эти перемены являются содержательным результатом стратегического планирования и могут включать планы исследований рынка, диверсификации продукции, утверждение на рынке новой продукции, сворачивание и ликвидацию нерентабельных производств и т.п.

На рисунке 2 представлена схема системы планов, которые должны разрабатывать предприятия в условиях рыночной экономики.

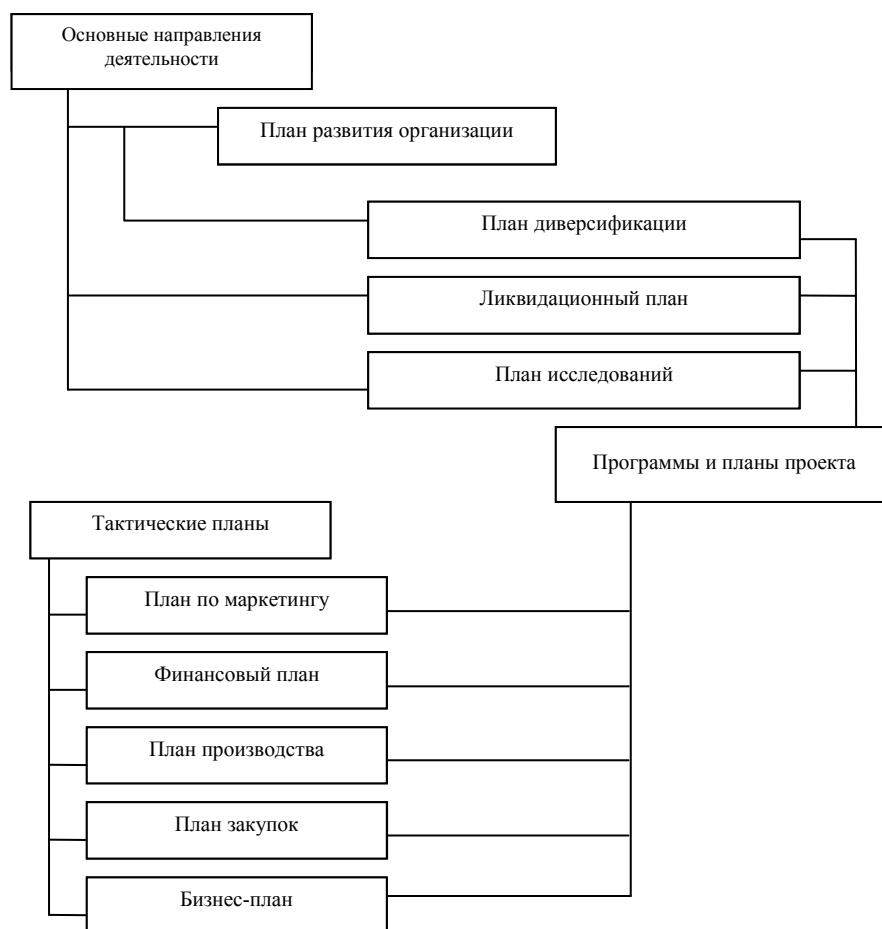


Рисунок 2. Система планов предприятия

Главная задача стратегического планирования — обеспечить гибкость и нововведения в деятельности предприятия, необходимые для достижения целей в изменяющейся среде. Стратегический план может иметь следующую структуру:

раздел 1: содержание и целевые установки предприятия — назначение и стратегическая цель предприятия, масштабы и сфера деятельности, тактические цели и задачи;

раздел 2: прогнозы и ориентиры — прогноз экономической ситуации на различных типах рынка, перспективные ориентиры по основным показателям;

раздел 3: специализированные планы и прогнозы — производство, маркетинг, финансы, кадровая политика, инновационная политика, новая продукция и рынки сбыта.

Бизнес-план — это документ, в концентрированной форме отражающий ключевые показатели, которые обосновывают целесообразность некоторого проекта, четко раскрывающий суть предполагаемого нового направления деятельности предприятия. Тактическое планирование в нашей стране чаще всего осуществляется именно в форме бизнес-планов [8–10].

Как правило, бизнес-план включает следующие разделы: резюме, виды товаров и услуг, рыночные исследования и анализ сбыта, оценка конкуренции на рынках сбыта, маркетинг, план производства.

Сущность прогнозирования и методические подходы к разработке экономических прогнозов

Прогнозирование является органической частью и начальной стадией процесса планирования. Сущность прогнозирования состоит в определении совокупности аргументированных вероятностных оценок возможного развития экономики в будущем на основе познания тенденций и закономерностей, обусловленных действием объективных законов рынка. По своему составу прогнозирование шире планирования, так как включает не только показатели деятельности предприятия, но и разнообразные данные о его внешней среде [11–13].

Известны два методических подхода к разработке экономических прогнозов — генетический и нормативный, или целевой.

Генетический подход характеризуется оценкой развития системы на основе установленных в ходе исследования причинно-следственных связей процессов и явлений экономического характера. В соответствии с причинно-следственными связями определяются объективная логика развития системы и последовательность наступления событий. Генетический подход исходит из возможностей формирования любых правдоподобных и научно обоснованных общих и частных гипотез, количественных и качественных параметров развития системы.

Нормативный, или целевой, подход в прогнозировании экономических процессов принимает за основу результат, цель развития объекта, которая может быть достигнута в будущем. При генетическом методе развитие системы рассматривается как движение от настоящего к будущему, при нормативном — от будущего к настоящему. Для достижения желаемого результата выстраивается система мер, событий, условий, при которых он может быть получен.

При существенных различиях в указанных подходах они оба исходят из вероятности наступления событий, результатов, основываются на результатах ретроспективного анализа развития объекта.

Классификация методов прогнозирования

Различия в характере прогнозируемых объектов, а также в сроках прогнозирования, степени полноты и достоверности исходных данных предопределяют использование различных методов прогнозирования. Специфика методов отражается на последовательности и содержании работ по составлению прогноза [14–16].

В настоящее время для разработки прогнозов экономических систем используются следующие конкретные методы (рис. 3).

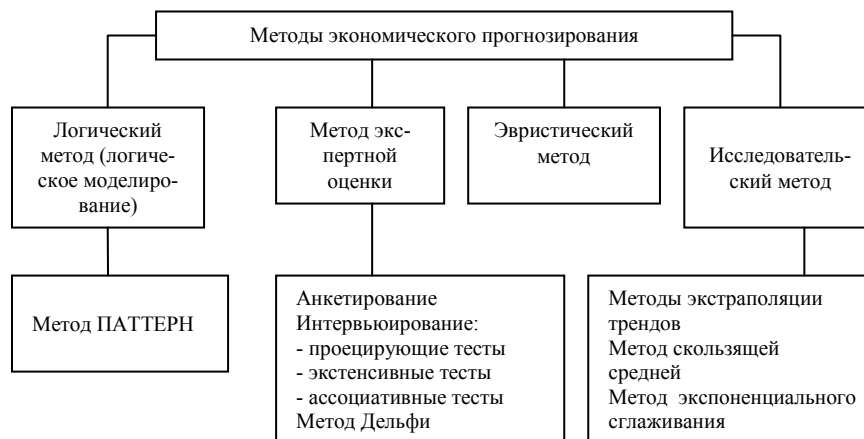


Рисунок 3. Методы экономического прогнозирования

Как видно из рисунка 3, всю совокупность методов экономического прогнозирования можно укрупненно разделить на методы.

1. Логический — предполагает теоретическое описание (моделирование) цели, условий, факторов и этапов развития предприятия или отрасли в перспективе. К логическому моделированию (логический метод) относится метод ПАТТЕРН — обоснование планирования посредством научно-технической оценки количественных данных. Прогноз осуществляется на базе сценария — конспективного обзора определенного числа моделируемых тенденций развития реально возможных событий. Схема работ включает несколько этапов [17; 351]:

- построение прогностического сценария;
- разработка поисковых прогнозов основных характеристик объекта прогнозирования;
- морфологический анализ;
- разработка «дерева целей»;
- оценка элементов уровней «дерева целей» по критериям относительной важности, полезности, состояния, разработки и др.;

– разработка вариантов оптимального распределения ресурсов по элементам уровней «дерева целей».

В сценарии делается попытка проанализировать без количественных оценок цели предприятия, направление усилий и задачи. Полученные выводы используются для создания «дерева целей» и установления коэффициентов значимости.

2. Экспертные (интуитивные) методы основаны на использовании знаний специалистов-экспертов об объекте прогнозирования и обобщении их мнений о развитии (поведении) объекта в будущем. Такие методы в большей мере соответствуют нормативному прогнозированию динамических процессов развития [17; 345].

На практике распространены следующие методы экспертной оценки:

– анкетирование — письменный опрос экспертов с помощью анкет;

– интервьюирование — устный опрос экспертов в форме беседы — интервью. В интервьюировании выделяются два типа тестов: а) проецирующие и экстенсивные, когда экспертам предлагаются листы с изображением (рисунки, фотографии, схемы), но без текста. Рисунок должен отобразить суть проблемы, по которой ведется опрос, и вызвать ответную реакцию опрашиваемого, заставить его высказать определенную точку зрения; б) ассоциативные тесты, когда исследователь наводит эксперта на желаемую проблему, воздействуя на его эмоции, вызывая свободные ассоциации, в том числе словесные (метод изучения мотиваций, когда эксперту показывают или произносят наводящее слово, и он должен произнести слово, с ним ассоциирующееся);

– метод Дельфи — форма опроса экспертов, когда в течение нескольких туров собираются их анонимные прогнозы и в результате формируется групповой прогноз.

3. Эвристический метод основан на умении строить догадки на базе логических рассуждений, интуиции и прошлого опыта. Предприниматели прибегают к эвристике чаще, чем сами предполагают, поскольку вынуждены принимать решения в условиях неполной информации, когда о последствиях решения можно только догадываться, но с уверенностью судить нельзя.

4. Исследовательский метод включает следующие подходы:

– Методы экстраполяции трендов — основаны на статистическом наблюдении динамики конкретного показателя, определении тенденции (тренда) его развития и продолжении этой тенденции на будущий период, иначе говоря, при помощи методов экстраполяции трендов закономерности прошлого развития объекта переносятся в будущее. Обычно эти методы применяются в краткосрочном прогнозировании, когда число изменяющихся параметров в среде минимально.

В прогнозировании методы экстраполяции трендов дополняются методами корреляции трендов, в рамках которых исследуется связь между различными тенденциями в целях установления их взаимного влияния и, следовательно, повышения качества прогнозов.

– Метод скользящей средней — исходит из простого предположения, что значение следующего во времени показателя равно среднему, рассчитанному за последние три месяца.

– Метод экспоненциального сглаживания — представляет собой прогноз показателя на будущий период в виде суммы фактического показателя за данный период и прогноза на данный период, который определяется с использованием специальных коэффициентов.

Так, при составлении прогноза продаж на следующий месяц получим

$$F(t+1) = aX(t) + (1-a)F(t),$$

где $X(t)$ — продажи в месяце t (фактические данные); $F(t)$ — прогноз продаж на месяц t ; $F(t+1)$ — прогноз продаж на месяц $t+1$; a — специальный коэффициент (0; 1), определяемый статистическим путем.

Основная тенденция в развитии науки и практики прогнозирования в настоящее время состоит в создании полностью интегрированных систем на основе информационных технологий, содержащих службы прогнозирования, которые предоставляют широкие возможности для гибкого управления предприятием. В функции такой системы должны входить [17; 352,353]:

- 1) автоматизированный выбор и обновление информации;
- 2) автоматический учет, оценка в экстраполяции тенденций;
- 3) автоматическая корректировка в случае появления расхождений с действительностью;
- 4) исследование всех прогнозируемых вариантов;
- 5) анализ «затраты — доходы» и их изменения во времени;
- 6) наблюдения за изменением целей;
- 7) обновление весовых множителей и коэффициентов связи при введении изменения;

- 8) ранжирование проектов в соответствии с критериями оптимизации и поступавшей информацией;
- 9) учет эффектов обратной связи.

Но даже такая всеобъемлющая система информации не может уменьшить роль оценки экспертов. Процесс прогнозирования будет представлять диалог человека и машины, в результате которого появится квалифицированное суждение о будущем.

Список литературы

- 1 *Егоров Ю.Н., Варакута С.А.* Планирование на предприятии. — М.: ИНФРА-М, 2001. — 176 с.
- 2 *Горемыкин В.А., Бугулов Э.Р., Богомолов А.Ю.* Планирование на предприятии: Учебник. — М.: Информ.-изд. дом «Филинь», 1999. — 328 с.
- 3 *Алексеева М.М.* Планирование деятельности фирмы: Учеб.-метод. пособие. — М.: Финансы и статистика, 1997. — 248 с.
- 4 *Бухалков М.И.* Внутрифирменное планирование: Учебник. — М.: ИНФРА-М, 2000. — 400 с.
- 5 *Ильин А.И., Синица Л.М.* Планирование на предприятии: Учеб. пособие: В 2 ч. Ч. 2: Тактическое планирование. — Минск: ООО «Новое знание», 2000. — 416 с.
- 6 *Горемыкин В.А., Богомолов А.Ю.* Планирование предпринимательской деятельности предприятия: Метод. пособие. — М.: ИНФРА-М, 1997. — 334 с.
- 7 *Стратегическое планирование / Под ред. Э.А.Уткина* — М.: Ассоциация авторов и издателей «ТАНДЕМ»; Изд-во «ЭКМОС», 1998. — 440 с.
- 8 *Бизнес-план: Методические материалы / Под ред. Р.Г.Маниловского.* — М.: Финансы и статистика, 1997. — 160 с.
- 9 *Уткин Э.А., Котляр Б.А., Рапопорт Б.М.* Бизнес-планирование. — М.: Ассоциация авторов и издателей «ТАНДЕМ». Изд-во «ЭКМОС», 2001. — 320 с.
- 10 *Бизнес-планирование: Учебник / Под ред. В.М.Попова, С.И.Ляпунова.* — М.: Финансы и статистика, 2001. — 672 с.
- 11 *Басовский Л.Е.* Прогнозирование и планирование в условиях рынка: Учеб. пособие. — М.: ИНФРА-М, 2001. — 260 с.
- 12 *Морозова Т.Г., Пикулькин А.В., Тихонов В.Ф. и др.* Прогнозирование и планирование в условиях рынка: Учеб. пособие. — М.: ЮНИТИ – ДАНА, 1999. — 318 с.
- 13 *Черныш Е.А., Молчанова Н.П., Новикова А.А., Салтанова Т.А.* Прогнозирование и планирование в условиях рынка: Учеб. пособие. — М.: ПРИОР, 1999. — 176 с.
- 14 *Каренов Р.С.* Экономическое прогнозирование: Учебник. — Караганда: Изд-во КарГУ, 2003. — 377 с.
- 15 *Егоров В.В., Парсаданов Г.А.* Прогнозирование национальной экономики: Учеб. пособие. — М.: ИНФРА-М, 2001. — 184 с.
- 16 *Гамбаров Г.М., Журавель Н.М., Королев Ю.Г. и др.* Статистическое моделирование и прогнозирование: Учеб. пособие. — М.: Финансы и статистика, 1990. — 383 с.
- 17 *Каракеян В.И.* Экономика природопользования: Учебник. — М.: Изд-во «Юрайт; ИД Юрайт», 2012. — 576 с.

Ә.С.Ахметова

Отандық кәсіпорындардағы жоспарлау мен болжаудың ғылыми-әдістемелік негіздері

Мақалада анықсыздықты жоюдың негізгі құралы ретіндегі жоспарлаудың мәні қарастырылған. Нарықтық типтегі экономикада кәсіпорындар деңгейінде индикативті сипаты бар жоспарларды пайдалану кең таралған. Кәсіпорын қызметін жоспарлау сызбасы талданған. Жоспарлау үдерісін екі кезеңге бөлу қажеттігі көрсетілген, яғни кәсіпорын стратегиясын жасау және тандалған стратегияны жүзеге асыру үшін қажетті тактиканы анықтау. Жоспарлау және болжау арасында едәуір айырмашылық бар екендігі айтылған. Болжаудың бірнеше белгі түрлеріне көңіл бөлінген. Болжаудың жалпы тәсілдерін ірі төрт топқа бөлуге болатындығы туралы қорытынды жасалған.

A.S.Ahmetova

Scientifically — methodical bases of planning and forecasting at the domestic enterprises

The essence of planning as the main instrument of overcoming of uncertainty is considered. It is emphasized that planning at the level of the enterprise which has indicative character is widespread in economy of market type. The scheme of planning of activity of the enterprise is analyzed. It is shown that process of planning should be divided into two main stages: development of strategy of the enterprise and definition of tactics of realization of the chosen strategy. It is noted that between planning and forecasting there are serious distinctions. The attention to types of forecasts which can be classified by several signs is paid. The conclusion is drawn that it is desirable to divide the general methods of forecasting into four large groups.

References

- 1 Yegorov Yu.N., Varakuta S.A. *Planning at the enterprise*, Moscow: INFRA–M, 2001, 176 p.
- 2 Goremykin V.A., Bugulov E.R., Bogomolov A.Yu. *Planning at the enterprise*, textbook, Moscow: «Filin» information publishing house, 1999, 328 p.
- 3 Alekseyeva M.M. *Planning of activity of firm*: Educational and methodical grant., Moscow: Finance and statistics, 1997, 248 p.
- 4 Bukhalkov M.I. *Intra firm planning*, textbook, Moscow: INFRA–M, 2000, 400 p.
- 5 Il'in A.I., Sinitsa L.M. *Planning at the enterprise*, manual, in 2 parts, p. 2: Tactical planning, Minsk: ООО «Novoye znaniye», 2000, 416 p.
- 6 Goremykin V.A., Bogomolov A.Yu. *Planning of business activity of the enterprise*, methodical grant, Moscow: INFRA–M, 1997, 334 p.
- 7 *Strategic planning* / Under Utkin E.A. edition, Moscow: Association of authors and publishers «TANDEM», EKMOS publishing house, 1998, 440 p.
- 8 *Business — the plan*: Methodical materials, under edit. R.G.Manilovsky's edition, Moscow: Finance and statistics, 1997, 160 p.
- 9 Utkin E.A., Kotlyar B.A., Rapoport B.M. *Business planning*, Moscow: Association of authors and publishers «Tandem». EKMOS publishing house, 2001, 320 p.
- 10 *Business — planning*, Textbook, under edit. V.M.Popov, S.I.Lyapunov's edition, Moscow: Finance and statistics, 2001, 672 p.
- 11 Basovsky L.Ye. *Forecasting and planning in the conditions of the market*, manual, Moscow: INFRA–M, 2001, 260 p.
- 12 Morozova T.G., Pikulkin A.V., Tikhonov V.F. et al. *Forecasting and planning in the conditions of the market*: Manual, Moscow: UNITY-DANA, 1999, 318 p.
- 13 Chernysh Ye.A., Molchanova N.P., Novikova A.A., Saltanova T.A. *Forecasting and planning in the conditions of the market*, Manual, Moscow: PRIOR, 1999, 176 p.
- 14 Karenov R.S. *Economic forecasting*, textbook, Karaganda: Publishing house HAG, 2003, 377 p.
- 15 Yegorov V.V., Parsadanov G.A. *Forecasting of national economy*, manual, Moscow: INFRA–M, 2001, 184 p.
- 16 Gambarov G.M., Zhuravel N.M., Korolyov Yu.G. et al. *Statistical modeling and forecasting*, manual, Moscow: Finance and statistics, 1990, 383 p.
- 17 Karakeyan V.I. *Economics of environmental management*, textbook, Moscow: Publishing house of Yurayt; IDES of Yurayt, 2012, 576 p.

А.С.Муканова

*Карагандинский государственный университет им. Е.А.Букетова
(E-mail: as_ardashka_89@mail.ru)*

Научно-методический подход к обеспечению информацией, необходимой для принятия решения по управлению природопользованием

Отмечается, что воздействие человека на биосферу сводится в целом к четырем главным формам. Изучается структура информационного механизма управления природопользованием. Подчеркивается, что информацию о деятельности природопользователей обеспечивает процедура оценки воздействия на окружающую среду (ОВОС). Раскрываются содержание, цели и этапы процесса ОВОС. Доказывается, что среди мероприятий по дальнейшему улучшению экологической обстановки в Казахстане особое место должно отводиться формированию системы экологического мониторинга. Анализируется блок-схема системы мониторинга. Делается вывод о том, что информация о состоянии природной среды и тенденциях ее изменения должна быть положена в основу разработки мер по охране природы и учитываться при планировании развития экономики.

Ключевые слова: биосфера, воздействие, формы, классификация, управление природопользованием, информация, обеспечение, структура, блоки, мониторинг.

Классификация загрязнений экологических систем

Вмешательство людей в естественные природные процессы способствует изменению режима грунтовых и подземных вод в целых регионах, поверхностного водостока, структуры почв, интенсификации эрозионных процессов активизации геохимических и химических процессов в атмосфере, гидросфере, литосфере, изменению микроклимата и т.д.

Воздействие человека на биосферу сводится к четырем главным формам [1; 36]:

- изменение структуры земной поверхности (распашка степей, вырубка лесов, мелиорация, создание искусственных озер и морей и другие изменения режима поверхностных вод и т.д.);
- изменение состава биосферы, круговорота и баланса слагающих ее веществ (изъятие ископаемых, создание отвалов, выброс различных веществ в атмосферу и водные объекты, изменение влагооборота);
- изменение энергетического, в частности теплового, баланса отдельных районов и всей планеты в целом;
- изменения, вносимые в биоту (совокупность живых организмов) в результате истребления некоторых видов, создание новых пород животных и сортов растений, перемещение их на новые места обитания.

Непосредственными объектами загрязнения (акцепторами загрязняющих веществ) служат основные компоненты экотопа (местообитание биотического сообщества): атмосфера, вода, почва. Косвенными объектами загрязнения (жертвы загрязнения) являются составляющие биоценоза — растения, животные, микроорганизмы. Источники загрязнения весьма разнообразны. К ним относятся не только промышленные предприятия и теплоэнергетический комплекс, но и бытовые отходы, отходы животноводства, транспорта, а также химические вещества, намеренно вводимые человеком в экосистемы для защиты полезных продуцентов от вредителей, болезней и сорняков.

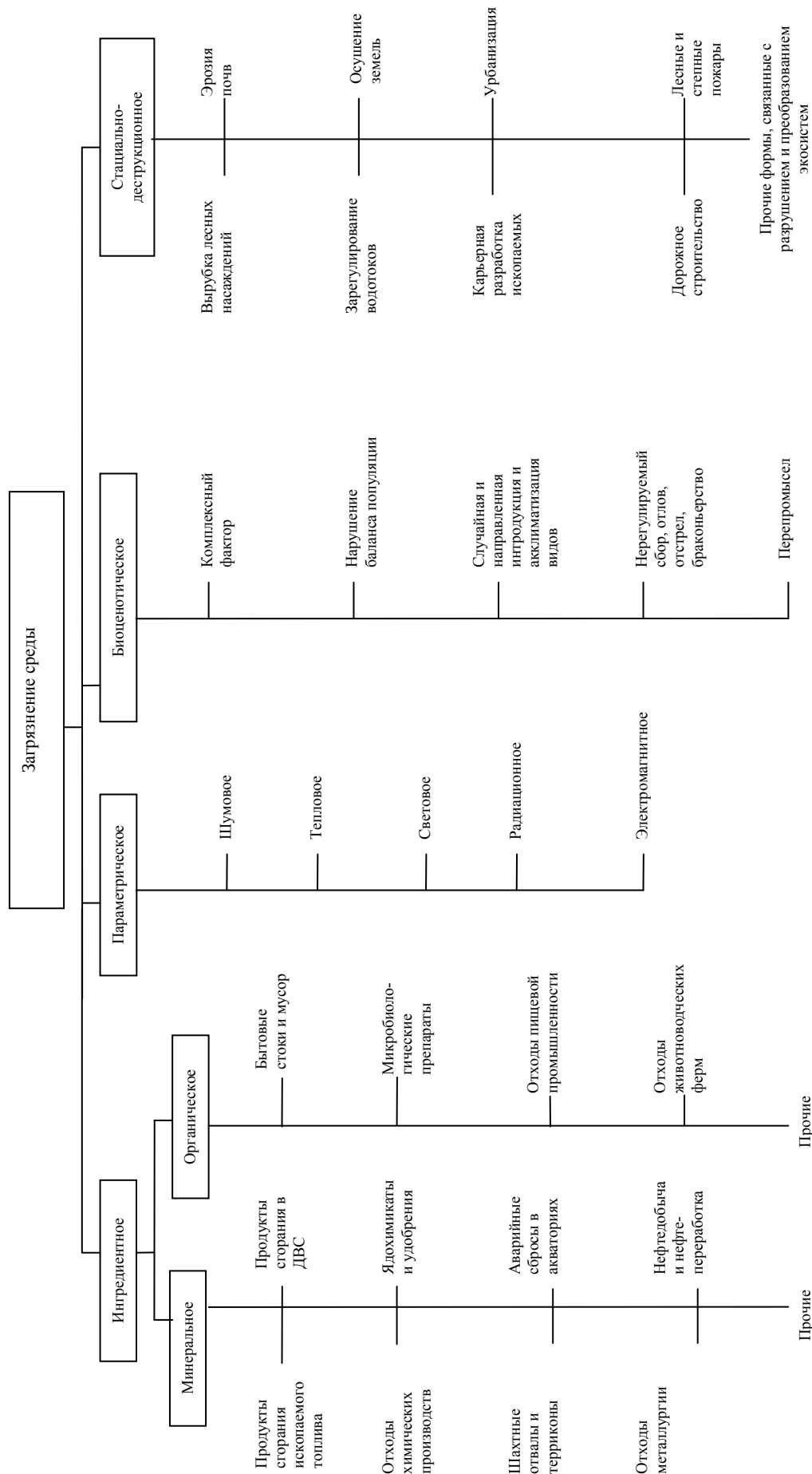


Рисунок 1. Классификация загрязнений экологических систем (данные работы [1; 39])

Таким образом, загрязнение среды — сложный и многообразный процесс. При рассмотрении данного процесса в широком смысле его можно классифицировать следующим образом (рис. 1):

- ингредиентное загрязнение как совокупность веществ, количественно или качественно чуждых естественным биогеоценозам;
- параметрическое загрязнение, связанное с изменением качественных параметров окружающей среды;
- биоценотическое загрязнение, заключающееся в воздействии на состав и структуру популяций живых организмов;
- стационально-деструкционное загрязнение, представляющее собой изменение ландшафтов и экологических систем в процессе природопользования и в связи с оптимизацией природы в интересах человека.

Структура информационного механизма управления природопользованием

Активное участие общественности в природоохранной деятельности признается в Казахстане необходимым условием для достижения экологической безопасности и устойчивого развития современного общества. При этом общественность может эффективно участвовать в решении экологических проблем только в условиях, когда она осведомлена в полном объеме о существующих угрозах окружающей среде и здоровью граждан. Весьма важно обеспечить условия для получения информации из государственных органов, а также организаций и предприятий, деятельность которых оказывает или может оказать негативное воздействие на экологическую ситуацию.

Вопросы обеспечения публичного доступа к экологической информации получили отражение в ряде международных экологических конвенций, ратифицированных Республикой Казахстан. Важнейший из этих документов — Конвенция Европейской экономической комиссии ООН о доступе к информации, участии общественности в процессе принятия решений и доступе к правосудию по вопросам, касающимся окружающей среды, — Орхусская конвенция, принятая в 1998 г. [2]. Казахстан ратифицировал данный международно-правовой документ в 2000 г. К настоящему времени участниками Орхусской конвенции являются 44 государства, включая все страны-члены ЕС (кроме Ирландии) и сам Евросоюз как субъект международного права.

Орхусская конвенция — это не только природоохранное соглашение, она предусматривает также подотчетность правительств, прозрачность их деятельности и оперативность при принятии решений. Основные положения конвенции [3; 34]:

- право каждого человека на получение экологической информации, имеющейся в распоряжении государственных органов (доступ к экологической информации);
- право на участие общественности в принятии экологически значимых решений, затрагивающих интересы населения;
- право на доступ к правосудию, т.е. возможность общественности и неправительственных организаций требовать судебного пересмотра решений государственных органов, которые приняты без соблюдения двух указанных выше прав.

В силу сказанного выше особую значимость приобретают вопросы, касающиеся информационного обеспечения управления природопользованием. Информационное обеспечение управлением — это совокупность информации, главным образом, о природных ресурсах, природных условиях, а также деятельность природопользователей (рис. 2).

Обеспечение информацией, необходимой для принятия решения по управлению, предваряет применение тех или иных методов. В то же время информационное обеспечение должно создаваться в соответствии с требованиями и запросами систем управления природопользованием.

Информация о природных ресурсах сосредоточена в отраслевых кадастрах, а также в комплексном территориальном кадастре природных ресурсов (КТКПР), в который введены экологические регламентации и ограничения. Именно КТКПР является базой территориально-отраслевого управления природопользованием.

Информацию о деятельности природопользователей обеспечивает процедура оценки воздействия на окружающую среду (ОВОС).

Получение объективной информации о состоянии окружающей природной среды и характере антропогенного воздействия на нее требует создания системы наблюдения и контроля за состоянием окружающей среды — организации системы мониторинга окружающей среды.

Содержание, цели и этапы процесса ОВОС

Термин «оценка воздействия на окружающую среду» означает деятельность, направленную на выявление и прогнозирование ожидаемого влияния на среду обитания, на здоровье и благосостояние людей со стороны различных мероприятий и проектов, а также последующую интерпретацию и передачу полученной информации.

Основным содержанием этого процесса является всесторонний учет экологических интересов при принятии решений относительно того или иного проекта. Проект при этом может подразумевать как новую деятельность, так и расширение или изменение уже существующей. ОВОС должна разрабатываться совместно с техническими, экономическими и социально-политическими оценками [5; 151,152].

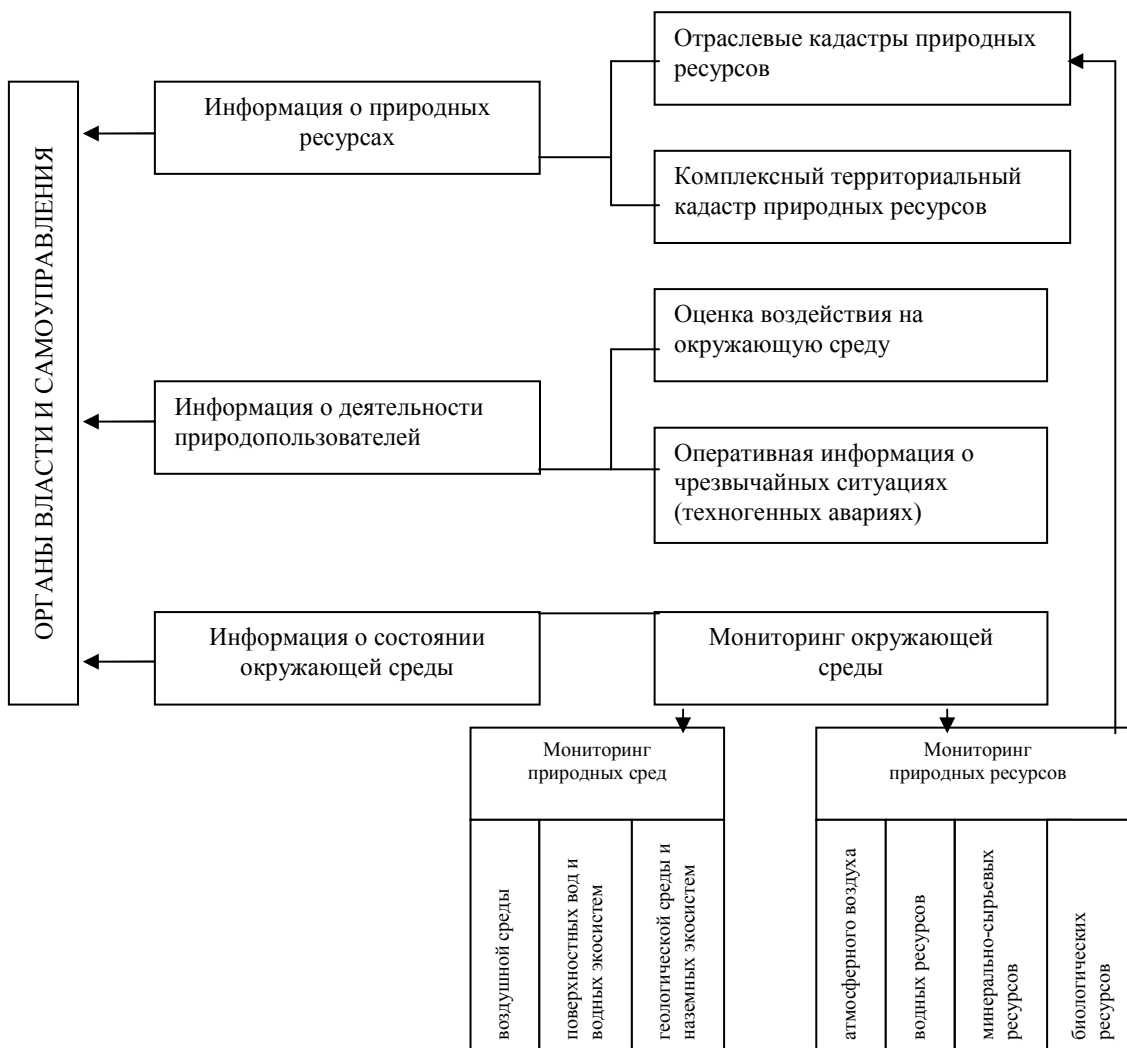


Рисунок 2. Структура информационного механизма управления природопользованием (данные работы [4; 47])

Цели ОВОС [4; 48]:

- определение масштаба и возможной потенциальной угрозы окружающей среде в результате планируемой деятельности;
- сравнение проекта с его альтернативами, включая «нулевую» альтернативу — сохранение существующего положения;
- выявление возможных контрмер по уменьшению вероятного ущерба в результате предполагаемой деятельности.

ОВОС рассматривает влияние предполагаемой деятельности на:

- качество вод, воздуха, почвенного покрова;
- радиационную безопасность;
- здоровье людей;
- экосистемы и отдельные виды растений и животных;
- здания и памятники, являющиеся частью культурного наследия.

Основные этапы ОВОС классифицируются по времени и масштабу. Опыт экономически развитых и развивающихся стран свидетельствует о том, что влияние крупных региональных проектов (строительство электростанций, магистралей, создание водохранилищ) должно рассматриваться в трех временных интервалах [5; 152,153]:

- в период строительства, когда окружающая среда нарушается тяжелой землеройной техникой, временными сооружениями и дорогами. При этом качество среды обитания деградирует за счет пыли и шума; происходят и социальные сдвиги;

- после завершения строительства; несмотря на возможную рекультивацию, озеленение и восстановление путей сообщения, окружающая среда, несомненно, изменится в результате затопления речной долины, отведения речного русла, перемещения сети дорог или сброса загрязняющих веществ в воду и воздух;

- спустя несколько десятилетий здесь могут возникнуть отрасли обрабатывающей промышленности, что приведет к существенному росту населения и породит целый ряд неожиданных видов деятельности людей. Лет через 50, когда первоначальные сооружения, предусматриваемые проектом, возможно, обветшают, местные изменения природной среды могут оказаться намного более существенными, чем это представлялось авторам проекта.

В дополнение к временным этапам ОВОС необходимо рассмотреть и некоторые пространственные масштабы, среди которых можно выделить [5; 153,154]:

- территории непосредственного воздействия (например, пространство внутри заводской ограды или местность, в пределах которой осуществляются меры по борьбе с вредителями сельского хозяйства);

- территория непосредственного соседства (например, отрезок реки ниже плотины или местность вокруг высокой заводской трубы);

- более обширные области; в особых случаях целый континент или вся Земля.

В первую очередь проведение ОВОС относится к крупномасштабным объектам (добывающие предприятия, нефтепереработка, энергетические установки, АЭС, хранение и переработка радиоактивных отходов, военные объекты, металлургические и химические предприятия, транспортные объекты, мусороперерабатывающие установки, полигоны для бытовых и производственных отходов). Однако в настоящее время наблюдается тенденция к расширению спектра подлежащих ОВОС проектов и программ.

Формирование системы экологического мониторинга

Среди мероприятий по стабилизации и дальнейшему улучшению экологической обстановки в Казахстане особое место отводится формированию системы экологического мониторинга, основной задачей которого являются информационное обеспечение и поддержка процедур принятия решений в области природоохранной деятельности и экологической безопасности. Мониторингом окружающей среды называют регулярные, выполняемые по заданной программе наблюдения природных сред, природных ресурсов, растительного и животного мира, позволяющие выделить их состояния и происходящие в них процессы под влиянием антропогенной деятельности [5; 120].

Объектами мониторинга могут быть антропогенные и природно-антропогенные экосистемы. Цель мониторинга — не только пассивная констатация фактов, но и проведение экспериментов, моделирование процессов в качестве основы прогнозирования. Организация мониторинга должна решать как локальные задачи наблюдения за состоянием отдельных экосистем или их фрагментов (например, биоты — совокупности живых организмов), так и задачи планетарного порядка, т.е. предусматривать систему глобального мониторинга (СГМ), базой которой является космическая и вычислительная техника.

Экологический мониторинг должен включать звенья разного уровня [1; 48]:

- 1) глобальный (биосферный) мониторинг, осуществляемый на основе международного сотрудничества;
- 2) национальный мониторинг, организуемый в пределах государства специально созданными органами;
- 3) региональный мониторинг, действующий в пределах отдельных крупных районов, интенсивно осваиваемых народным хозяйством;
- 4) локальный (биоэкологический) мониторинг, учитывающий изменения качества среды в пределах населенных пунктов, промышленных центров, непосредственно на предприятиях.

Наиболее универсальным подходом к определению структуры системы мониторинга антропогенных изменений природной среды является его разделение на блоки: «Наблюдения», «Оценка фактического состояния», «Прогноз состояния», «Оценка прогнозируемого состояния» (рис. 3).

Информационная система (мониторинг) Управление

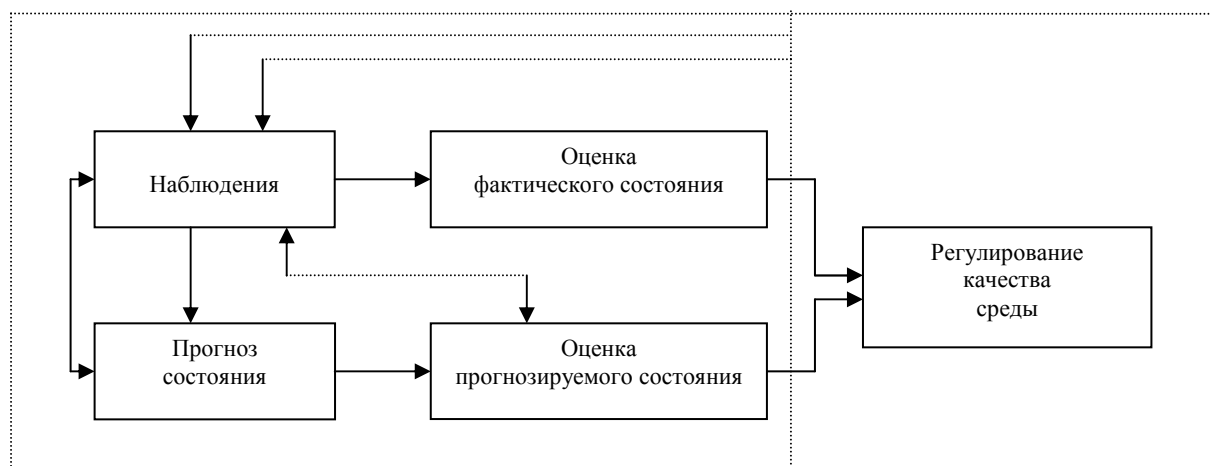


Рисунок 3. Блок-схема системы мониторинга (данные работы [5; 122])

Блоки «Наблюдения» и «Прогноз состояния» тесно связаны между собой. Построение прогноза, с одной стороны, подразумевает знание закономерностей изменения состояния природной среды, наличие схемы и возможностей численного расчета, с другой — направленность прогноза в значительной степени должна определять структуру и состав в наблюдательной сети (обратная связь).

Информационная система мониторинга антропогенных изменений является составной частью системы управления, взаимодействия человека с окружающей средой, поскольку информация о существующем состоянии природной среды и тенденциях ее изменения должна быть положена в основу разработки мер по охране природы и учитываться при планировании развития экономики. Результаты оценки существующего и прогнозируемого состояния биосферы, в свою очередь, дают возможность уточнить требования к системе наблюдений.

Список литературы

- 1 *Каракеян В.И.* Экономика природопользования: Учебник. — М.: Изд-во «Юрайт»; ИД «Юрайт», 2012. — 576 с.
- 2 Конвенция о доступе к информации, участии общественности в процессе принятия решений и доступе к правосудию по вопросам, касающимся окружающей среды. — [ЭР]. Режим доступа: www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/orhus.shtml.
- 3 *Богатырев М., Богатырев А.* Экологическая информация в Казахстане // Промышленность Казахстана. — 2012. — № 5 (74). — С. 34–37.
- 4 *Макар С.В.* Основы экономики природопользования. — М.: Ин-т междунар. права и экономики им. А.С.Грибоедова, 1998. — 192 с.
- 5 *Экология: Учеб. пособие.* — М.: Знание, 1999. — 288 с.

А.С.Мұқанова

Табиғатты пайдалануды басқару бойынша шешім қабылдау үшін қажетті ақпаратпен қамтамасыз етуге ғылыми-әдістемелік тұрғыдан қарау

Мақалада адамның биосфераға ықпал етуінің төрт түрі болатындығы айтылған. Табиғатты пайдалануды басқарудың ақпараттық механизмінің құрылымы зерттелген. Табиғатты пайдаланушылардың қызметі туралы ақпаратпен қоршаған ортаға ықпал етуді бағалау (ҚОББ) үдерісі қамтамасыз ететіндігі көрсетілген. ҚОББ үдерісінің мазмұны, мақсаттары және кезеңдері ашылып көрсетілген. Қазақстандағы экологиялық жағдайды одан әрі жақсарту бойынша жүргізілетін іс-шаралар ішінде экологиялық мониторинг жүйесін қалыптастыруға ерекше орын беру қажеттігі дәлелденген. Мониторинг жүйесінің блок-сызбасы талданған. Табиғи ортаның жай-күйі және оның өзгеру үрдісі туралы ақпарат табиғатты қорғау бойынша жасалатын іс-шаралар негізіне жатқызылуы және экономиканың дамуын жоспарлауда ескерілуі тиіс екендігі туралы қорытынды жасалған.

A.S.Mukanova

Scientifically — methodical approach to providing with information necessary for decision-making on management of environmental management

It is noted that impact of the person on the biosphere is reduced in general to four main forms. The structure of the information mechanism of management of environmental management is studied. It is emphasized that information on activity of users of nature is provided by procedure of an assessment of impact on environment (EIA). The contents, the purposes and stages of process of EIA reveal. It is proved that among actions for further improvement of an ecological situation in Kazakhstan the special place has to be allocated for formation of system of environmental monitoring. The flowchart of system of monitoring is analyzed. The conclusion is drawn that information on a condition of environment and tendencies of its change has to be the basis for development of measures for conservation and be considered when planning development of economy.

References

- 1 Karakeyan V.I. *Ekonomika of environmental management*, textbook, Moscow: Publishing house of Yurayt; IDES of Yurayt, 2012, 576 p.
- 2 *The convention on access to information, participation of the public in decision-making process and access to justice on the questions concerning environment*, www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/orhus.shtml.
- 3 Bogatyrev M., Bogatyrev A. *Industry of Kazakhstan*, 2012, 5 (74), p. 34–37.
- 4 Makar S.V. *Environmental management bases of the economy*, Moscow: An Institute of International Law and Economy of A.S.Griboyedov, 1998, 192 p.
- 5 *Ecology: Manual*, Moscow: Znaniye, 1999, 288 p.

ҚАРЖЫ-НЕСИЕ ЖҮЙЕСІ

ФИНАНСОВО-КРЕДИТНАЯ СИСТЕМА

УДК 336. 71

Е.Т.Акбаев

*Карагандинский государственный университет им. Е.А.Букетова
(E-mail: erbolsyn.2011@mail.ru)*

Факторинговое обслуживание и форфейтинговые операции банков

В статье отмечается, что одним из методов финансового обеспечения предпринимательской деятельности и регулирования денежного оборота предприятий и коммерческих организаций выступает факторинг. Подчеркивается, что факторинг включает в себя: взыскание (инкассирование) дебиторской задолженности покупателя; предоставление ему краткосрочного кредита; освобождение его от кредитных рисков по операциям. Показывается, что основной целью факторинга является получение средств немедленно или в срок, определенный договором. Делается вывод, что форфейтинг представляет собой кредитование экспортера путем покупки векселей, акцептованных импортером. Указывается, что форфейтирование, как правило, применяется при поставках машин, оборудования на крупные суммы, с длительной рассрочкой платежа.

Ключевые слова: факторинг, сущность, виды, типы услуг, преимущества, компания, этапы, форфейтирование, форфейтинг, механизм, отличия.

Экономическое содержание факторинга

Факторинг (от англ. *factoring* — фактор, комиссионер, агент) представляет собой операцию банка или специализированной компании, связанную с покупкой у клиентов платежных требований к покупателям их продукции на условиях немедленной оплаты части ее стоимости (обычно 80–85 % стоимости поставок) и оплаты оставшейся части, за вычетом комиссионного вознаграждения, в установленные договором сроки [1–3].

Факторинг можно рассматривать как своеобразную форму кредитования поставщика факторинговой фирмой (банком), однако он не является в полном смысле кредитным продуктом. Существует ряд отличий факторинга от кредитования. Так, при факторинге вся сумма комиссии относится на себестоимость; процедура его оформления менее трудоемка, нежели при получении кредита; нет дополнительных затрат на страхование и оформление залога ввиду его отсутствия.

Кредит, предоставляемый при факторинге, отличается и от коммерческого кредита: продавец товара за проданный посредством факторинга товар получает «живые» деньги, а при продаже в кредит — только вексель.

Сущность факторинга правильнее характеризовать как комплекс услуг, объединяющий финансирование оборотного капитала, инкассацию задолженности клиента, страхование финансовых рисков, если это предусмотрено сторонами.

Факторинг первоначально (с XVI–XVII вв.) появился как операция специализированных торговых посредников, а позднее его стали проводить торговые банки. В 1960 г. факторинговые операции пришли на смену коммерческому кредиту. Их стали широко применять торговые и промышленные предприятия для обслуживания процесса реализации продукции.

Существуют различные виды факторинга. Открытый факторинг представляет собой операцию, когда компания ставит в известность своего должника об участии банка (факторской компании) в оплате сделок. При этом на счетах-фактурах делается соответствующая отметка, а все платежи на-

правляются факторской компании. При закрытом факторинге должники не осведомлены о посреднической роли факторской компании.

Преимущества факторинга

В факторинге предполагается участие трех сторон — коммерческого банка или специализированной факторинговой компании, которые выполняют функцию фактор-посредника между поставщиками продукции и их контрагентами — покупателями этой продукции. Схема их взаимодействия приведена на рисунке.

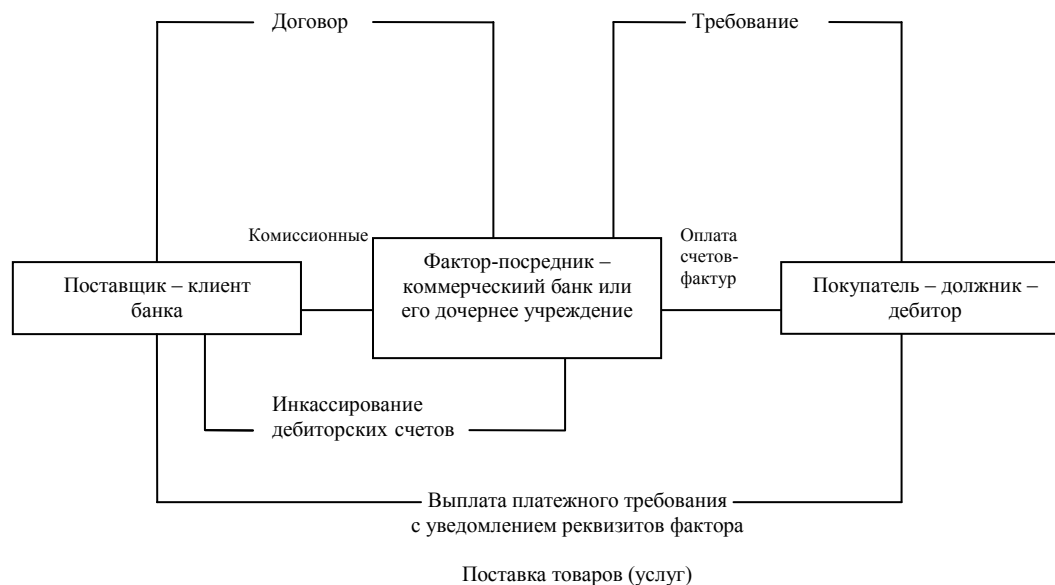


Рисунок. Схема взаимоотношений участников сделки при открытом факторинге

Фактор-посредник может предоставлять четыре типа услуг:

а) оценка кредитоспособности каждого из клиентов — участников сделки, которая позволяет оценить уровень риска, сумму средств и сроки их предоставления;

б) определение по результатам оценки кредитоспособности, можно ли застраховать кредит на основании ожидаемого от клиента уровня заказов. В случае положительного решения с клиентом заключается договор, где определяются сумма сделки и срок выполнения обязательств сторон. Как правило, фактор-посредник осуществляет факторинговые операции на условиях открытия клиенту кредитной линии, устанавливая сумму лимита;

в) выдача аванса в размере установленного процента суммы по счетам, выставленным клиентам; при этом остаток суммы выплачивается только после оплаты клиентом–покупателем счета-фактуры. Аванс может быть предоставлен наличными на основе «регресса» или «нерегресса». По условиям «нерегресса» клиент-поставщик при выставлении счета клиенту получает от факторинговой компании аванс аналогично условиям «регресса». Если клиент не в состоянии произвести выплату в срок, факторинговая компания сама выплачивает остаток по счету в согласованный срок;

г) ведение книги продаж клиента, где отслеживается его дебиторская задолженность. В этом случае оценка кредитоспособности клиентов осуществляется параллельно с ведением книги.

Преимущества факторинга можно свести в основном к следующим:

– факторинг — это беззалоговое финансирование, что выгодно отличает его от обыкновенного кредита;

– сотрудничество предприятия с фактор-посредником не накладывает на него дополнительных обязательств (открытие в банке счета, переход на полное банковское обслуживание);

– в рамках факторингового обслуживания банк финансирует клиента под его будущие доходы;

– заключая договор факторинга, клиент одновременно получает право воспользоваться услугами по управлению дебиторской задолженностью и страхованию связанного с ней риска.

Обобщение опыта факторинговых операций в коммерческих банках Запада

На Западе факторинговые компании, кроме собственно факторинга, оказывают обычно еще и ряд сервисных услуг, таких как постановка бухгалтерского учета для предприятий-клиентов, ведение дебиторской бухгалтерии, аудит, подготовка разнообразной статистики (обзоров, сводок и т.п.).

Факторинговые компании в странах с развитой рыночной экономикой чаще всего представляют собой дочерние фирмы при крупных банках. Это связано с тем, что факторинговые операции требуют привлечения крупных денежных средств, которыми сами факторинговые компании изначально не обладают, а получают их от «родительского банка» на условиях льготного кредитования. Собственные средства факторинговых компаний обычно составляют не более 30 % всех их ресурсов [4; 134].

В коммерческих банках США — родины факторинга — эти операции рассматриваются не просто как одна из форм кредитования: банк покупает у своего клиента дебиторские счета (чаще всего без права обратного требования с него) и, помимо предоставления денежных средств, оказывает ряд услуг, пока счета не будут окончательно погашены. В число этих услуг входят изучение кредитоспособности, ведение конторских книг, инкассация и принятие на себя риска. Банк оценивает кредитоспособность сегодняшних и потенциальных должников клиента и заранее устанавливает предельный размер аванса поставщику по его платежным требованиям, в порядке предварительной оплаты. Дебиторы получают указание осуществлять платежи непосредственно банку (в который поступают копии счетов-фактур), а проценты за кредит и комиссионные удерживаются с поставщика. Обычно банк оплачивает одновременно 80–90 % от стоимости счета-фактуры. Резервные 10–20 % необходимы на случай возврата, или недопоставки товаров, либо иной критической ситуации. В конце каждого месяца банк подсчитывает причитающиеся ему комиссионные и проценты, а также выявляет остаток неинкассированных фактур, на который выписывается счет и передается клиенту [4; 136].

Американские банки, покупающие право на взыскание долга, получают вознаграждение в виде комиссионных за услуги плюс ссудный процент с ежедневного остатка выплаченного клиенту аванса против неинкассированных счетов. Процент взимается со дня выдачи аванса до дня погашения задолженности. Комиссионные зависят от торгового оборота клиента, степени риска и объема необходимой конторской работы. На степень риска, принимаемого на себя банками, оказывает влияние платежеспособность должников клиента, тогда как объем конторской работы связан, при данном торговом обороте, в основном со средней величиной фактурных сумм. И если, например, ставка комиссионного вознаграждения составляет 1,5 %, а период оборачиваемости дебиторских счетов 30 суток, то комиссионные достигают 18 % годовых от величины задолженности ($1,5 \% \times 12 \text{ мес.} = 18 \%$).

Сегодня факторинг завоевывает все более прочные позиции и на нашем денежном рынке, развиваясь преимущественно как банковская операция.

Этапы организации факторингового обслуживания клиентов

Выделяется ряд этапов организации факторингового обслуживания клиентов.

1. Организуется предварительное собеседование, по результатам которого происходит отбор потенциальных клиентов. На этом этапе осуществляется сбор информации о сфере деятельности клиента, порядке осуществления им платежей. Одновременно потенциальные клиенты знакомятся с требованиями, условиями и порядком факторингового обслуживания.

2. Потенциальный клиент предоставляет все необходимые документы для решения вопроса о возможности факторингового обслуживания его дебиторской задолженности.

3. Проводится анализ полученной информации. Изучением информации о клиенте и его дебиторах занимаются работники юридической службы и службы безопасности, которые проверяют достоверность предоставленной информации и юридической чистоты их договорных отношений, и работники отдела факторинговых операций. Последние проводят финансовый анализ деятельности клиента и его дебиторов на основе финансовой отчетности клиента за ряд отчетных периодов, данных по объемам отгрузки и оплате продукции за определенное время, оценки качества товара с точки зрения возможных отказов должников от платежа из-за претензий к товару.

4. Организуются дополнительные встречи с потенциальным клиентом, запрашивается дополнительная информация с целью уточнения неясных моментов.

5. Выполняется анализ риска по факторинговым операциям и принимаются решения по результатам предварительной работы. Основным риском, который принимает на себя фактор-посредник,

является риск неплатежа со стороны дебиторов. Поэтому особое внимание уделяется способности должников своевременно и в полном объеме погашать свои обязательства, возникающие из договоров поставки;

6. Оформление документов после принятия положительного решения о факторинговом обслуживании. Правовой основой отношений факторинговой компании с клиентом считается договор, определяющий обязательства сторон и рассматривающий вид факторинга, сумму кредита и процентную ставку за этот кредит, комиссионное вознаграждение по всем видам комиссионно-посреднических услуг, гарантии выполнения взаимных обязательств и ответственность за их невыполнение, оформление документов и другие условия, оговоренные заранее. Договор на факторинговое обслуживание заключается на срок не менее одного года;

7. Организуется мониторинг факторинговой сделки, который представляет собой совокупность действий по контролю за выполнением клиентами и должниками своих обязательств перед банком. Информационной базой мониторинга факторинговых операций служит факторинговое досье, где сосредоточена вся необходимая документация по факторинговой сделке и все нужные сведения о клиенте и должниках: юридические, финансовые документы, переписка и т.д.

Возможности факторинга весьма привлекательны для интенсивно развивающихся предприятий, деятельность которых осуществляется в условиях острой конкуренции. Факторинг может обеспечить им стабильное получение средств, необходимых для дальнейшего развития, а возможность получения отсрочки платежа станет их главным конкурентным преимуществом.

Для поставщиков потребительских товаров финансирование поставок фактор-посредником будет служить надежным источником оборотных средств для предоставления покупателям кредита в товарной форме. Факторинговое обслуживание позволяет предприятиям закупать товар у своих поставщиков по более низким ценам, так как клиент, пользующийся услугами фактор-посредника, получает значительную часть суммы поставки в день ее осуществления. Это исключает зависимость от соблюдения его дебиторами платежной дисциплины, и появляется возможность получения от поставщиков лучших ценовых условий на закупаемый товар.

Факторинговое финансирование позволяет поставщику постоянно держать на складе расширенный ассортимент товаров и своевременно выполнять заказы покупателей, тем самым повышая свои конкурентные преимущества. Факторинговое финансирование отражается в бухгалтерском учете предприятия, поскольку оно выглядит как уменьшение дебиторской задолженности, что является положительным моментом.

Сущность форфейтинга, его механизм и достоинства

Форфейтирование — один из альтернативных подходов в финансировании международной торговли, покупка экспортных требований форфейтером (коммерческим банком или специализированной компанией по финансированию), с исключением права «регресса» на экспортера (форфейтиста) в случае неуплаты [5–7].

Форфейтинг — это покупка долга, выраженного в оборотном документе (переводной или простой вексель), у кредитора на безоборотной основе. Покупатель долга (форфейтер) принимает на себя обязательство об отказе — форфейтинге — от права на обращение регрессивного требования к кредитору при невозможности получения удовлетворения у должника. Покупка оборотного обязательства происходит со скидкой.

Механизм форфейтинга используется в сделках двух видов:

- в финансовых сделках — в целях быстрой реализации долгосрочных финансовых обязательств;
- в экспортных сделках — для содействия поступлению наличных денег экспортеру, предоставившему кредит иностранному покупателю.

Основными оборотными документами, используемыми в качестве форфейтинговых инструментов, являются векселя. Объектом форфейтинга могут стать и другие виды ценных бумаг. Важно, чтобы эти бумаги были «чистыми», т.е. содержащими абстрактное обязательство.

Достоинства форфейтинга делают его привлекательной формой среднесрочного финансирования: форфейтер берет на себя все риски, связанные с операцией; в некоторых странах нет фиксированных процентных ставок; во многих развивающихся странах существует хронический недостаток валюты для оплаты импортируемых товаров; растут политические риски.

Основные этапы совершения форфейтинговой сделки

Срок форфейтирования составляет от 180 дней до пяти лет, в некоторых случаях — до семи лет.

Договоры на форфейтирование заключаются преимущественно в евро или долларах США (форфейтер при менее ходовых на рынках валютах будет испытывать трудности с рефинансированием).

Совершение форфейтинговой сделки происходит в несколько этапов. На предварительном этапе (подготовка сделки) экспортер, банк экспортера или импортер выступает инициатором сделки. Для экспортера важно определить требования форфейтера к гарантиям и примерный размер дисконта до заключения сделки с импортером. Без учета этой информации экспортер не в состоянии точно определить цену контракта и в результате может обнаружить, что маржа за финансирование, включенная им в цену контракта, необоснованна. Далее на этом этапе рассматривается заявка экспортера форфейтеру. Последний определяет характер сделки (финансовая или товарная), поскольку в случае продажи финансовых бумаг обязательно предварительное уведомление.

Следующий шаг — сбор иной информации о предполагаемой сделке: валюта, срок финансирования, импортер, экспортер, их местонахождение и т.д. Затем форфейтер проводит кредитный анализ и называет экспортеру твердую цену. По достижении предварительной договоренности о заключении сделки оформляются документы. После этого экспортер готовит серии переводных векселей или подписывает соглашение о принятии простых векселей от покупателя. Экспортер также должен получить гарантию или аваль на свои векселя.

Отличия форфейтинга от лизинга и от кредитования по обороту

Хотя форфейтинговая сделка предполагает длительную подготовку, форфейтинг получает всё большее распространение.

Финансирование в процессе форфейтирования дает экспортеру преимущества — улучшение ликвидности и вида баланса наряду с сокращением риска, а именно:

- исключение валютного и других рисков с момента купли требований форфейтером;
- превращение операции поставки с предоставлением срока (отодвинутого) платежа в операцию за наличный расчет (экспортер получает средства сразу по поставке продукции);
- фиксированная процентная ставка дает четкую основу для калькуляции;
- простота документации и быстрота ее оформления;
- форфейтер получает больший доход, чем при операции по кредитованию.

От лизинга форфейтинг отличается более простым документальным оформлением. Если в договор лизинга от имени экспортера вступает финансовая компания, она требует сохранения права регресса на экспортера, т.е. экспортер несет на себе риски банкротства импортера. При использовании же форфейтирования риски полностью берет на себя форфейтер. То же относится к факторингу, при котором финансовые дома оставляют за собой право регресса на экспортера. Простота документооборота и освобождение экспорта от риска выгодно отличают форфейтинг и от кредитования по обороту.

Но, с точки зрения форфейтера, риск все же высок. Поэтому большое внимание при использовании этого метода финансирования уделяется хеджированию и минимизации рисков.

Список литературы

- 1 Каренов Р.С., Раимбеков Б.Х., Акжолов А.М. Факторинг и инжиниринг в рыночной экономике // Финансово-кредитная система в условиях рыночной экономики: Межвуз. сб. науч. тр. — Караганда: Изд-во КарГУ, 1994. — С. 196–204.
- 2 Каренов Р.С., Смаилов Т.Х. Факторинговое обслуживание // Казахстан: Экономика и жизнь. — 1995. — № 10. — С. 67–69.
- 3 Павлова Л.Н. Финансовый менеджмент в предприятиях и коммерческих организациях. Управление денежным оборотом. — М.: Финансы и статистика, 1993. — 160 с.
- 4 Финансовый менеджмент: Учеб.-практ. руководство. — М.: Перспектива, 1993. — 268 с.
- 5 Ковалев В.В. Введение в финансовый менеджмент. — М.: Финансы и статистика, 1999. — 768 с.
- 6 Балабанов И.Т. Основы финансового менеджмента. Как управлять капиталом? — М.: Финансы и статистика, 1994. — 384 с.
- 7 Банковское дело. Экспресс-курс: Учеб. пособие / Под ред. О.И.Лаврушина. — М.: КНОРУС, 2012. — 352 с.

Е.Т.Ақбаев

Банктердің факторингтік қызмет көрсетуі және олардың форфейтингтік операциялары

Мақалада кәсіпкерлік қызметті қаржылық жағынан қамтамасыз ету және кәсіпорындар мен коммерциялық ұйымдардың ақша айналымын реттеу тәсілдерінің бірі факторинг болып табылатындығы айтылған. Факторинг сатып алушының дебиторлық борыштарын өндіріп алуды, оған қысқа мерзімде несие беруді, оны операциялар бойынша несиелік тәуекелдерден босатуды қамтитындығы көрсетілген. Факторингтің негізгі қызметі қаржыны дереу алу немесе келісім-шартта көрсетілген мерзімде алу екендігі айтылған. Форфейтинг импорттаушының келісімі берілген векселдерді сатып алу арқылы экспорттаушыға несие беру болып табылатындығы туралы қорытынды жасалған. Форфейттеу, әдетте, машиналар мен жабдықтарды ірі сомаға қайтарылуын созып, ұзақ мерзімге арнап жеткізіп беруде қолданылатындығы көрсетілген.

Ye.T.Akbayev

Factoring service and forfeitingovy operations of banks

It is noted that as one of methods of financial security of business activity and regulation of a monetary turn of the enterprises and the commercial organizations factoring acts. It is emphasized that factoring includes: collecting (encashment) receivables of the buyer; granting short-term credit to it; release it from credit risks on operations. Is shown that a main objective of factoring the phenomenon receiving means immediately or in time, determined by the contract. The conclusion is drawn that the forfeiting represents crediting of the exporter by purchase of the bills accepted by the importer. It is specified that the forfeitirovaniye is, as a rule, applied by deliveries of cars, the equipment to the large sums with long payment by installments of payment.

References

- 1 Karenov R.S., Raimbekov B.Kh., Akzholov A.M. *Financially-Credit System in the conditions of Market Economy the Inter-university collection of scientific works*, Karaganda: Publ. KarSU, 1994, p. 196–204.
- 2 Karenov R.S., Smailov T.Kh. *Kazakhstan: Economy and life*, 1995, 10, p. 67–69.
- 3 Pavlova L.N. *Financial management in the enterprises and the commercial organizations. Management of a monetary turn*, Moscow: Finance and statistics, 1993, 160 p.
- 4 *Financial management: Educational practical guidance*, Moscow: Prospect, 1993, 268 p.
- 5 Kovalyov V.V. *Introduction to financial management*, Moscow: Finance and statistics, 1999, 768 p.
- 6 Balabanov I.T. *Bases of financial management. How to operate the capital?* Moscow: Finance and statistics, 1994, 384 p.
- 7 *Banking. Express course*, manual, Under O.I.Lavrushin's edition, Moscow: KNORUS, 2012, 352 p.

Г.М.Кожабатчина

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

Содержание, место и роль финансового анализа в управлении деятельностью коммерческих банков

В статье выделяется многообразная роль банков в современной экономике. Рассматриваются место и значение анализа в банковском менеджменте. Отмечается, что сфера банковского менеджмента подразделяется на такие два блока, как финансовый менеджмент и управление персоналом банка. Подчеркивается, что в современном коммерческом банке финансовый анализ представляет собой не просто элемент финансового менеджмента, а его основу, поскольку финансовая деятельность является преобладающей в банке. Уделяется особое внимание содержанию финансового анализа, его роли и значению в управлении коммерческим банком. Раскрывается состав методов и приемов анализа.

Ключевые слова: банк, анализ, управление, организация, роль, особенность, информационное обеспечение.

Многообразная роль банков в современной экономике

Многие полагают, что банки играют в современной экономике всего одну и достаточно ограниченную роль — принимают вклады на депозиты и выдают кредиты. Однако любой современный банк для сохранения своей конкурентоспособности и удовлетворения общественных потребностей вынужден осваивать новые роли.

По мнению крупного специалиста в области банковского менеджмента Питера Роуза [1; 6], сегодня основные из них таковы:

- роль посредника — трансформация сбережений, принимаемых главным образом от частных лиц, в кредиты (займы) производственным и другим фирмам, которые инвестируют полученные средства в новые здания, оборудование и другие средства производства;
- роль в осуществлении платежей — осуществление платежей за товары и услуги по поручению клиентов банка (например, путем выписки и клиринга чеков с помощью электронной системы платежей и автоматов для выдачи наличных средств с банковских счетов);
- роль гаранта — поддержка своих клиентов, выражающаяся в уплате их долгов, когда клиенты не могут погасить их сами (например, путем выдачи аккредитива);
- роль организации, предоставляющей агентские услуги — управление собственностью и ее защита, выпуск и погашение ценных бумаг клиента по поручению последнего (обычно осуществляется через трастовый отдел банка);
- политическая роль — выполнение функции проводника политики государства, направленной на регулирование развития экономики и достижение социальных целей.

Место и значение анализа в банковском менеджменте

В современный период одним из наиболее важных факторов развития финансовых рынков, непосредственно влияющих на эффективность их функционирования, является банковский менеджмент. Он отличается высокой организацией руководства банком в постоянно меняющихся условиях, служит основным инструментом устойчивости и надежности банка, помогает обеспечить его высокий имидж в любых неблагоприятных условиях [2; 5].

Известно, что банковский менеджмент включает в себя: планирование, анализ, регулирование, контроль. Особенно велика роль анализа, который помогает:

- дать оценку деятельности банка;
- сопоставить фактические результаты работы банка с прогнозной оценкой;
- сопоставить текущие результаты банка с прошлым периодом и с результатами других банков.

Анализ позволяет выявить плюсы и минусы в деятельности банка, потери, неиспользованные резервы. Производится он по ряду направлений.

Анализ динамики объемных показателей деятельности банка включает анализ:

- активов;
- депозитов;
- собственного капитала;
- кредитов;
- прибыли.

При оценке эти показатели сопоставляются с показателями других банков и определяется рейтинг банка (место).

Результаты анализа используются для выработки стратегии развития банка.

При оценке ресурсной базы определяются следующие показатели:

- объем;
- структура;
- тенденции развития собственного капитала, кредитов, прибыли.

Анализ производится путем классификации отдельных статей ресурсов банка: расчета структурных показателей, сравнения этих статей в динамике и с данными других банков.

Такой анализ применяется в основном для разработки депозитной политики банка.

При оценке состояния активов банка устанавливаются:

- объем;
- структура;
- основные тенденции развития активов, в частности, кредитов, инвестиций, депозитов.

Анализ основывается на классификации активов банка, расчете структурных показателей, которые сравниваются с данными других банков.

Итоги анализа позволяют выработать кредитную и инвестиционную политику банка.

Оценка ликвидности банка производится на основе определения финансовых коэффициентов.

При этом коэффициенты сравниваются с другими факторами и определяются в динамике, в сравнении.

Анализ материальной базы банка позволяет разработать стратегию и тактику банка в управлении ликвидностью, дать оценку доходности банка, его прибыльности, согласно отчету о прибылях и убытках.

При анализе рассчитываются:

– количественные и качественные показатели, которые отражают доходность и прибыльность банка;

- эффективность использования активов;
- структура доходов и расходов банка.

Подобный анализ необходим для разработки механизма управления прибыльностью банка.

Кроме этого, банки производят анализ:

- кредитного портфеля банка;
- портфеля ценных бумаг;
- кредитоспособности клиента;
- достаточности собственного капитала;
- процентной маржи (вознаграждения).

Результаты такого анализа используются для выработки политики банка в области управления банковскими рисками.

Организация финансового анализа в банке

По мнению Н.Н.Хамитова [2; 9, 10], сфера банковского менеджмента подразделяется на два блока: финансовый менеджмент; управление персоналом банка. Содержание этих блоков можно проследить по данным таблицы.

Схема банковского менеджмента

Финансовый менеджмент	Управление персоналом
1. Банковская политика	1. Мотивация труда
2. Маркетинг	2. Организационная структура банка
3. Управление активами и пассивами	3. Расстановка кадров
4. Управление ликвидностью	4. Система подготовки и переподготовки кадров
5. Управление доходностью и прибыльностью	5. Система оплаты труда, стимулирования
6. Управление собственным капиталом	6. Организация контроля
7. Управление кредитным портфелем	7. Система повышения в должности
8. Управление банковскими рисками (валютным, процентным)	8. Принципы общения в коллективе
9. Создание информационной системы	

Финансовый менеджмент представляет собой управление движением денежных средств, их формированием, размещением. В финансовом менеджменте финансовый анализ вместе с финансовым планированием рассматривается в качестве самостоятельного раздела этой научной дисциплины, а также как инструмент финансового управления, используемый на всех его этапах и во всех видах (при управлении активами, источниками средств, капиталом, финансовыми инвестициями), в специальных разделах финансового управления. На практике финансовый анализ является элементом управления, его составной частью.

Как считают авторы учебного пособия [3; 71,72], содержание, место и роль финансового анализа в банковском бизнесе во многом зависят от специфики деятельности кредитных учреждений, связанной с производством услуг финансового характера, посредничеством между экономическими агентами, высокой степенью зависимости от клиентской базы, возможностью отсрочки неплатежеспособности по своим обязательствам путем повышения объемов заимствования.

Роль финансового анализа в управлении деятельностью коммерческих банков, повышении надежности и качества управления является не только ответственной, но и определяющей жизнеспособность как отдельных коммерческих банков, так и банковской системы страны в целом. Содержание финансового анализа, его роль и значение в управлении коммерческим банком представлены на рисунке 1.

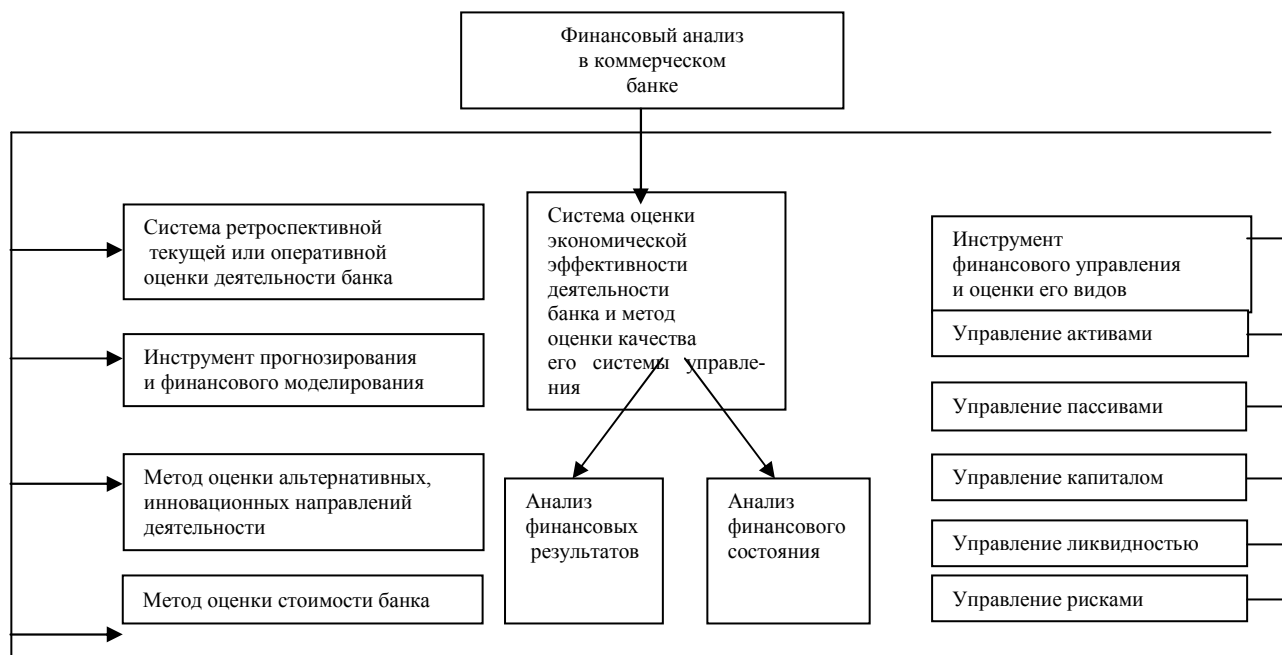


Рисунок 1. Основные элементы и важнейшие направления реализации финансового анализа в управлении коммерческим банком

Важной особенностью финансового анализа в банках является то, что их деятельность неразрывно связана с процессами и явлениями, происходящими в той среде, где они функционируют. Поэтому проведению финансового анализа в банке должен предшествовать анализ окружающей его финансово-политической, деловой и экономической среды, суть которого состоит в изучении и оценке уровня планируемых поступлений инвестиций в банковский сектор, доступа банка к существующим инструментам рефинансирования, в анализе индикаторов состояния денежно-кредитной сферы, таких как уровень номинальных и реальных процентных ставок, динамика валютного курса, кривые доходности различных финансовых инструментов.

Оценка роли и места анализа в научном управлении сегодня весьма противоречива. Анализ косвенно упоминают как вид управленческой деятельности, но в перечне ее видов не приводят. Анализ относят к функциям управления, но в составе основных функций не упоминают, а включают в функцию «контроль».

Объекты финансового анализа в банке

Сущность финансового анализа во многом определяется его объектами, которые в коммерческом банке отражают в совокупности содержание всей финансовой деятельности кредитного учреждения [3; 77,78].

Объектами финансового анализа в банке, прежде всего, могут быть показатели финансовых результатов, результативности и финансового состояния банка, показатели эффективности системы финансового управления, банковских услуг, операций, технологий, систем финансовой безопасности и др. По мере углубления анализа объекты его детализируются (рис. 2).

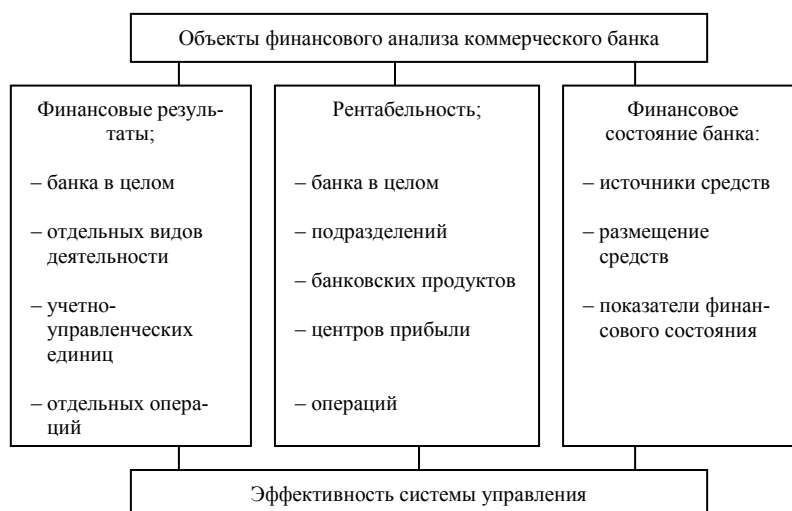


Рисунок 2. Состав основных объектов финансового анализа в банке

Известно, что одной из основных целей коммерческого банка, как и любого другого хозяйствующего субъекта, является получение приемлемых для него финансовых результатов при соблюдении определенных ограничений. В свою очередь, финансовое состояние — обобщающая, комплексная характеристика банка — отражает уровень соблюдения банком в своей деятельности ограничений (минимального размера абсолютной и относительной величины капитала, уровня присущих активам рисков и ликвидности, стоимости приобретения пассивов, общего риска и т.д.).

Целью управления банком в этой связи является обеспечение условий для получения им желаемых финансовых результатов при поддержании одновременно необходимого уровня его финансового состояния. Финансовый анализ позволяет оценить степень достижения целей управления, т.е. его эффективность. При этом финансовое состояние банка больше характеризует эффективность его финансового управления, чем управления в целом.

Методика анализа — совокупность методов и приемов, применяемых для обработки экономической информации и дающих возможность достигнуть целей анализа [4–6].

В состав методов и приемов анализа входят:

- 1) традиционные методы:
 - а) группировка;
 - б) сравнение:
 - трендовый метод,
 - индексный метод,
 - балансовый метод;
 - в) факторный анализ:
 - элиминирование,
 - способ разниц,
 - цепная подстановка;
 - г) анализ относительных показателей (коэффициентов);
 - д) графический метод;
- 2) математические методы.

Группировка позволяет выделить среди изучаемых явлений характерные группы по тем или иным признакам, адаптировать их для анализа, определить степень детализации группировок по балансовым и внебалансовым счетам, в зависимости от целей анализа. Правильная группировка позволяет глубже и точнее понять изучаемые процессы. Сгруппированные данные оформляются в виде аналитических таблиц.

Сравнение позволяет количественно оценить влияние изменения различных факторов на финансовое состояние банка. Применение этого метода требует сопоставимости показателей и их однородности по составу объектов.

Сравнение, в свою очередь, может осуществляться различными способами. Это может быть трендовый способ, который, по сути, похож на индексный и подразумевает сравнение каждой позиции отчетности с рядом предшествующих периодов. При этом расчет может осуществляться на основе базового индекса, т.е. определяться изменение анализируемых показателей по отношению к показателю, выбранному за базу сравнения, или цепного индекса, когда сравнение осуществляется по отношению к предыдущему периоду. Расчет цепного индекса позволяет проследить динамику изменения анализируемого показателя за периоды, которые выбираются внутри периода при анализе способом базового индекса. Балансовый метод дает возможность установить взаимосвязь показателей с использованием различных балансовых сопоставлений и увязок. Например, общая сумма отклонений от плана должна быть равна итогу частных сумм каждого фактора.

При рассмотрении методов анализа банка следует отдельно остановиться на факторном анализе, поскольку именно он наиболее часто используется аналитиками банка. Факторный анализ может быть прямым (собственно анализ), т.е. заключающимся в раздроблении результативных показателей на составные части, или обратным (синтез), при котором отдельные элементы соединяются в общий результативный показатель.

Факторный анализ позволяет определить влияние отдельных факторов на обобщающий показатель с помощью элиминирования, способа цепных подстановок или способа разниц.

Метод коэффициентов позволяет выявить количественную взаимосвязь между различными группировками, т.е. определить долю отдельных групп счетов или статей в общем объеме активов или пассивов баланса банка. Этот метод может использоваться для оценки достаточности капитала, доходности, прибыльности, качества активов или пассивов и т.п.

Графический прием используется наряду с составлением таблиц и является средством наглядной иллюстрации и методом исследования.

Если необходимо установить зависимость анализируемых показателей от нескольких факторов, то используются методы математической статистики, в частности теория корреляции, которая позволяет определить зависимость между изучаемыми параметрами, установить форму и оценить тесноту связи между ними. Другим математическим методом является метод линейного программирования. Этот метод предполагает составление системы линейных уравнений, решение которых позволяет определить оптимальное соотношение количественных показателей работы, например цен за проведе-

ние операции и т.д. Могут использоваться и другие методы математического моделирования, однако в практике банковского анализа эти модели представляют больше теоретический, чем практический интерес.

Список литературы

- 1 Роуз Питер С. Банковский менеджмент: Пер. с англ. — М.: Дело, 1997. — 768 с.
- 2 Хамитов Н.Н. Банковский менеджмент: Учеб. пособие. — Алматы: Экономика, 2007. — 232 с.
- 3 Сейткасимов Г.С., Ильяс А.А. Банковский менеджмент: Учеб. пособие. — Астана: КазУЭФимТ: ИПЦ, 2008. — 223 с.
- 4 Банковские дело. Экспресс-курс: Учеб. пособие / Под ред. О.И.Лаврушина. — М.: КНОРУС, 2012. — 352 с.
- 5 Любушин Н.П., Лещева В.Б., Дьякова В.Г. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия: Учеб. пособие. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 1999. — 471 с.
- 6 Жарковская Е.П. Финансовый анализ деятельности коммерческого банка. — М.: Изд-во «Омега-Л», 2011. — 325 с.

Г.М.Қожабатчина

Коммерциялық банктер қызметін басқарудағы қаржылық талдаудың мазмұны, орны және рөлі

Мақалада заманауи экономикадағы банктердің алуан түрлі рөлі талданған. Банктік менеджменттегі талдаудың орны мен маңызы қарастырылған. Банктік менеджмент саласы қаржылық менеджмент және банк персоналын басқару секілді екі блоктан тұратындығы айтылған. Заманауи коммерциялық банкте қаржылық талдау қаржылық менеджменттің қарапайым элементі ғана емес, оның негізі болып келетіндігі көрсетілген. Коммерциялық банкті басқару мазмұнына айрықша көңіл бөлінген.

G.M.Kozhabatchina

The contents, place and role of the financial analysis in management of activity of commercial banks

The diverse role of banks in modern economy is allocated. The place and value of the analysis in bank management are considered. It is noted that the sphere of bank management is subdivided into such two blocks as financial management and human resource management of bank. It is emphasized that in modern commercial bank financial management and human resource management of bank. It is emphasized that in modern commercial bank the financial analysis represents not simply an element of financial management, and its basis as financial activity is prevailing in bank. The special attention to the contents is paid by commercial bank. The structure of methods and receptions of the analysis reveals.

References

- 1 Rose Petter S. *Bankovsky management*, trans. with English, Moscow: Delo, 1997, 768 p.
- 2 Hamitov N.N. *Bankovsky management*, manual, Almaty: Economy, 2007, 232 p.
- 3 Seytkasimov G.S., Ilyas A.A. *Bankovsky management*, manual, Astana: KazUEFiMT: IPTs, 2008, 223 p.
- 4 *Bank put. Express course*, manual, under O.I.Lavrushin's edition, Moscow: KNORUS, 2012, 352 p.
- 5 Lyubushin N.P., Leshcheva V.B., Dyakova V.G. *Analysis of financial and economic activity of the enterprise*, manual, Moscow: UNITY-DANA, 1999, 471 p.
- 6 Zharkovskaya Ye.P. *Financial analysis of activity of commercial bank*, Moscow: Publ. «Omega-L», 2011, 325 p.

А.А.Абаев, А.Б.Тульева

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

Прибыль как основной финансовый показатель результативности деятельности банка

Отмечается, что прибыль является основным финансовым показателем результативности деятельности банка; размер прибыли банка важен для всех, кто имеет отношение к этой деятельности. Делается вывод, что объем прибыли в целом по банковской системе обеспечивает ее надежность, гарантирующую безопасность вкладов и наличие источников кредита, от которых зависят потребители банковских услуг. Доказывается, что уровень прибыльности банка нуждается в постоянном количественном и качественном анализе. Подчеркивается, что прибыль по видам деятельности должна оцениваться «по горизонтали» — в динамике за исследуемые периоды и по вертикали — в плане структуры прибыли. Рассматривается система финансовых коэффициентов для оценки уровня доходности банка. Уделяется внимание способам проведения факторного анализа прибыли. Изучаются динамика и структура нормы прибыли на капитал.

Ключевые слова: прибыль, уровень, формирование, распределение, управление, элементы, контроль, маржа, система, финансовые коэффициенты, факторный анализ, динамика, структура.

Получение прибыли — одна из основных целей в сфере банковского бизнеса

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 [1; 90,91].

Из изложенного следует, что прибыль является обобщающим (конечным) показателем анализа и оценки эффективности всей деятельности коммерческого банка.

В общем виде размер прибыли зависит от трех глобальных компонентов: а) доходов; б) расходов; в) налогов и иных обязательных платежей банка. В соответствии с этим модель формирования и в определенной мере использования (расходования) прибыли может быть представлена следующим образом (рис. и табл. 1).

$$\begin{aligned} & \text{Доходы от пассивных операций} + \text{Доходы от активных операций} \\ & [\text{операционные доходы (процентные} + \text{непроцентные)} + \text{прочие доходы}] - \\ & - \text{Расходы операционные (процентные} + \text{непроцентные)} - \\ & - \text{Прочие расходы} = \text{Прибыль (чистый доход)} \end{aligned}$$

Рисунок. Общая схема формирования прибыли банка

Т а б л и ц а 1

Формирование и распределение прибыли банка

№	Доходы	Квартал	Квартал	Итого
1	Доходы, всего			
	Из них льготированные			
2	Расходы, всего			
	Из них неотнесимые на себестоимость			
3.1	Валовая прибыль (доходы минус расходы)			
3.2	Налогооблагаемая прибыль			
3.3	Налоги из прибыли			
3.4	Суммы, списанные в убыток			
3.5	Чистая прибыль (убыток)			
3.6	Используемая чистая прибыль			
	Отчисления в резервный фонд			
	Отчисления в фонды накопления			
	Отчисления в фонды специального назначения			
3.7	Чистая прибыль нераспределенная			

Управление процентным доходом банка

Составные элементы управления прибылью банка таковы:

- 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 [2; 59–61]:

- 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.

$$\text{Средняя рыночная или номинальная стоимость ресурсов} = \frac{\text{\%, уплаченный за год}}{\text{Средняя величина кредитных ресурсов (платных и бесплатных)}}$$

Удорожание рыночной стоимости ресурсов происходит под влиянием нормы обязательных резервов и действующей системы налогообложения.

$$\text{Реальная стоимость кредитных ресурсов} = \frac{\text{Рыночная стоимость кредитных ресурсов} \times 100}{\text{Норма обязательных резервов}}$$

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 общепанковских расходов и активов, приносящих доход.

Основная цель процентной маржи — покрыть издержки банка.

$$\text{Процентная маржа} = \frac{\text{Операционные расходы} - \text{Проценты уплаченные} \pm \text{Расходы на содержание аппарата управления} - \text{Доходы прочие}}{\text{Активы, приносящие доходы}}$$

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:

- срока ссуды;
- кредитоспособности клиента;
- вида кредита;
- качества залога, гарантий;
- ожидаемой инфляции.

Контроль за формированием прибыли является составной частью управления прибылью.

Оценка уровня доходов и расходов коммерческого банка

Основные способы оценки доходов и расходов коммерческого банка — структурный анализ; анализ динамики доходов и расходов, в том числе по видам, расчет финансовых коэффициентов, характеризующих относительный уровень доходов и расходов. В совокупности они позволяют дать количественную и качественную оценку доходов и расходов банка [3; 102,103].

Цель структурного анализа доходов банка — выявление основных их видов для оценки стабильности источников дохода и сохранения их в будущем. Анализ проводится на основе фактических данных за прошлые годы. Для оценки стабильности доходы делятся на две группы:

- 1) стабильные операционные доходы;
- 2) нестабильные (спекулятивного характера) доходы от операций на рынке, от переоценки активов, неординарные, носящие разовый характер и прочие разовые доходы.

По результатам структурного анализа исследуется динамика доходов и расходов банка. Особое внимание при анализе расходов уделяется соотношению процентного и непроцентного расхода, доле расходов, связанных с затратами на обеспечение работы банка (административно-хозяйственных и др.) и с покрытием рисков, а также причинам изменения величины отдельных видов расходов.

Для оценки уровня доходов и расходов банка могут использоваться следующие финансовые коэффициенты (табл. 2).

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	Процентная маржа плюс	Активы	-
7	Дивиденды выплаченные	Стабильная часть доходов	32–65

Примечание. Несоответствие нормативного уровня первого и второго коэффициента объясняется определением его на основе средних данных, относящихся к разным периодам.

Предусматривается использование достаточно информативных финансовых коэффициентов путем сравнения фактических значений либо с нормативными данными, либо с данными за другие периоды, либо с аналогичными данными других банков, групп банков, банковской системы региона или страны в целом. Здесь можно использовать такие коэффициенты:

$$\text{Соотношение } K_1 = \frac{\text{Прибыль}}{\text{Активы}};$$

$$\text{Соотношение } K_2 = \frac{\text{Прибыль до налогообложения}}{\text{Активы}};$$

$$\text{Соотношение } K_3 = \frac{\text{Прибыль}}{\text{Собственный капитал}};$$

$$\text{Соотношение } K_4 = \frac{\text{Прибыль}}{\text{Уставный фонд}};$$

$$\text{Соотношение } K_5 = \text{Прибыль на одного работника}.$$

Коэффициентный анализ позволяет выявлять количественные взаимосвязи между различными разделами и группами статей баланса банка и тем самым оценивать конкретные аспекты его деятельности. Число финансовых коэффициентов (соотношений), которые могут быть здесь использованы, ограничивается только числом счетов в балансе и отчете о прибылях и убытках. Такие соотношения, выраженные в процентах, обычно рассчитываются на год или иной период. Но в течение этого периода могут проявиться новые важные факторы, характеризующие, например, изменение состояния рынка, финансовой и экономической политики государства, правил регулирования и нормативов учета и т.п., задающие новые условия работы и новые тенденции (иной необходимый уровень финансовых коэффициентов). Этим и обусловлен тот факт, что не существует универсальных нормативов, с которыми банк мог бы уверенно сравнивать числовые значения показателей, характеризующих эффективность его работы. Поэтому коэффициентный анализ следует вести как процедуру качественной интерпретации экономического содержания финансовых коэффициентов на основе тенденций их изменения [4; 205].

Финансовая устойчивость банка подтверждается аудиторам, 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.

Способы проведения факторного анализа прибыли

Суммарная прибыль отражает общий финансовый результат коммерческой деятельности банка, но этот результат формируется под воздействием целого комплекса факторов, которые могут

действовать в разных направлениях, вот почему факторы прибыльности нуждаются в «персональном» анализе.

Формула факторного анализа прибыли имеет следующий вид:

$$\text{Прибыль} = \text{Собственный капитал} \times (\text{Доход/Активы}) \times \\ \times (\text{Активы/Собственный капитал}) \times (\text{Прибыль / Доход}).$$

Как показано в работе [3; 108], факторный анализ прибыли банка может проводиться двумя способами.

1. Основные факторы рентабельности банка связаны с содержанием числителя и знаменателя коэффициента прибыльности (прибыль к активам). Методом подстановки выявляется фактор, определивший динамику коэффициента, — изменение абсолютной величины прибыли и активов. В зависимости от этого определяются повышающие или понижающие факторы размера прибыли или активов.

2. Прием факторного анализа уровня прибыли банка является разложение коэффициентов прибыльности на множители.

Динамика объема и структуры прибыли по видам деятельности

Используемая структура прибыли предназначена для выявления изменений в структуре и объеме совокупной прибыли и прибыли по основным видам деятельности банка.

При оценке прибыли банка может быть использовано деление совокупной прибыли на три направления ее получения [5; 124]:

- операционная прибыль (убыток) — прибыль (убыток), создаваемая на основе процентных доходов по кредитам за вычетом уплаченных процентов;
- прибыль (убыток) от операций с ценными бумагами — разница между доходами от операций с ценными бумагами и расходами на осуществление этих операций;
- прибыль (убыток) от неоперационной деятельности — разница между прибылью, получаемой в результате формирования доходов по комиссии, плате за доставку ценностей и дивидендов, полученным штрафам и т.д., и расходами по обеспечению функциональной деятельности (расходы на содержание АУП, хозяйственные расходы, амортизационные отчисления и расходы на ремонт основных фондов), а также прочими расходами (уплаченная комиссия, уплаченные штрафы, почтовые и телеграфные расходы, прочие расходы и убытки).

Прибыль (убытки) от неоперационной деятельности, как правило, имеет отрицательный результат и сленговое наименование «время».

Оценка прибыли по видам деятельности производится:

- по горизонтали — в динамике по исследуемым периодам, что позволяет оценить текущие изменения совокупной прибыли и прибыли по видам деятельности;
- по вертикали — изменения динамики структуры прибыли по видам деятельности банка.

Сопоставление темпов роста всех указанных компонентов позволяет выявить, какой из факторов оказал позитивное (негативное) влияние в абсолютных величинах на совокупную прибыль.

Динамика и структура нормы прибыли на капитал

Норма прибыли на капитал банка — обобщающий показатель результативности деятельности банка, который включает компоненты, позволяющие выяснить зависимость размера нормы прибыли на капитал от влияния каждого из компонентов [5; 125].

Норма прибыли на капитал — результирующий фактор коммерческой деятельности банка, это отношение прибыли к капиталу.

Мультипликатор капитала — факторный показатель, оказывающий влияние на результирующий фактор за счет изменения структуры капитала, определяется как отношение всего совокупного капитала к собственному капиталу. Модель расчета нормы прибыли на капитал:

$$(\text{Прибыль} / \text{Собственный капитал}) = (\text{Прибыль} / \text{Доход}) \times \\ \times (\text{Доход} / \text{Активы}) \times (\text{Активы} / \text{Собственный капитал}).$$

При сравнении изменений параметров, входящих в состав модели расчета нормы прибыли на капитал, по структуре изменений (вертикальный анализ) и в динамике (горизонтальный анализ) выясняется, за счет каких факторов изменялся результирующий факторный признак — норма прибыли на капитал — и какой именно из приведенных ниже факторов привел к изменению соотношения прибыли на капитал:

- изменение размеров прибыли на каждый тенге дохода;
- изменение уровня эффективности совокупных активов;
- изменение финансовой структуры банка.

Список литературы

- 1 Сейткасимов Г. С., Ильяс А.А. Банковский менеджмент: Учеб. пособие. — Астана: КазУЭФиМТ: ИПЦ, 2008. — 223 с.
- 2 Хамитов Н.Н. Банковский менеджмент: Учеб. пособие. — Алматы: Экономика, 2007. — 232 с.
- 3 Банковское дело. Экспресс-курс / Под ред. О.И.Лаврушина. — М.: КНОРУС, 2012. — 352 с.
- 4 Тавасиев А.М., Мехряков В.Д., Эриашвили Н.Д. Банковское дело. Управление и технологии: Учебник. — М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2012. — 671 с.
- 5 Никитина Т.В. Банковский менеджмент: Учеб. пособие. — СПб.: Питер, 2002. — 160 с.

А.А.Абаев, А.Б.Тульева

Пайда банк қызметі нәтижелігінің негізгі қаржылық көрсеткіші ретінде

Мақалада пайданың банк қызметі нәтижелігінің негізгі қаржылық көрсеткіші болып табылатындығы айтылған; банктің пайдасының мөлшері бұл қызметке қатысты барлық тұлғалар үшін маңызды. Тұтастай алғандағы барлық банктік жүйе бойынша пайда көлемі оның салымшылардың қауіпсіздігіне және банк қызметінің тұтынушылары тәуелді болып келетін несие көздерінің сенімділігін қамтамасыз ететіндігі туралы қорытынды жасалған. Банктің пайдасының деңгейі сандық және сапалық тұрғыдан ұдайы талданып тұруы қажеттігіне көңіл бөлінген. Пайда қызмет түрлері бойынша «көлденең», яғни зерттемекші кезеңдегі өзгеру динамикасы бойынша, және «тік», яғни пайда құрылымы бойынша, бағалануы тиіс екендігі көрсетілген. Банк табысының деңгейін бағалау үшін қажет қаржылық коэффициенттер жүйесі қарастырылған. Пайданы факторлық талдау тәсілдеріне көңіл аударылған. Капиталдан түсетін пайда нормасының динамикасы және құрылымы зерттелген.

A.A.Abayev, A.B.Tul'yeva

Profit as main financial indicator productivity of activity of bank

It is noted that the profit is the main financial indicator of productivity of activity of bank; the size of profit of bank is important for all who is related to this activity. The conclusion is drawn that profit volume in general on a banking system ensures its reliability guaranteeing safety of deposits and existence of sources of the credit on which consumers of banking services depend. It is proved that the level of profitability of bank needs the constant quantitative and qualitative analysis. It is emphasized that the profit on kinds of activity has to be estimated «across» — in dynamics for the studied periods and down — in respect of structure of profit. The system of financial coefficients for an assessment of level of profitability of bank is considered. The attention to ways of carrying out the factorial analysis of profit is paid. Dynamics and structure of rate of return on the capital is studied.

References

- 1 Seytkasimov G.S., Ilyas A.A. *Bank management*, manual, Astana: KazUEFiMT: IPTs, 2008, 223 p.
- 2 Hamitov N.N. *Bank management*, manual, Almaty: Economy, 2007, 232 p.
- 3 *Banking. The express-course*, under O.I.Lavrushin's edition, Moscow: KNORUS, 2012, 352 p.
- 4 Tavasiyev A.M., Mekhryakov V.D., Eriashvili N.D. *Banking. Management and technologies*, textbook, Moscow: UNITY – DANA, 2012, 671 p.
- 5 Nikitina T.V. *Bankovsky management*, manual, Saint-Petersburg: Peter, 2002, 160 p.

М.Б.Кадырова, Г.А.Джунусбекова, А.С.Есенгельдина

*Академия государственного управления при Президенте Республики Казахстан, Астана
(E-mail: Margarita.Kadyrova@apa.kz)*

Современные подходы к управлению бюджетными процессами в Республике Казахстан

В статье исследуются вопросы функционирования бюджетной системы в Республике Казахстан, эффективность реализации основных этапов бюджетного процесса. Особое внимание уделяется вопросам внедрения бюджетирования, ориентированного на результат, как важного фактора совершенствования бюджетных процессов в системе государственного управления Республики Казахстан.

Ключевые слова: бюджетный процесс, эффективность управления бюджетными средствами, бюджетирование, ориентированное на результат.

На сегодняшний день проблемы реформирования бюджетной системы и бюджетного процесса с особой остротой проявляются в части осуществления управления бюджетным процессом. В этой связи появилась необходимость для регламентирования на законодательном уровне принципов государственного менеджмента в части планирования, рассмотрения и утверждения республиканского бюджета. В силу сложившейся в Республике Казахстан социально-экономической ситуации актуальны вопросы необходимости применения к бюджетному процессу основных принципов научного управления — планирования, организации, руководства, мотивации и контроля, обеспечивающих достижение его целей.

В своем Послании народу Казахстана «Стратегия «Казахстан — 2050»: Новый политический курс состоявшегося государства» Президент Республики Казахстан Н.А.Назарбаев одним из важных приоритетов модернизации макроэкономической политики назвал совершенствование бюджетной политики: «...даже самые современные объекты становятся бременем для бюджета, если требуют расходов на поддержание, но не приносят доходов и не решают проблем граждан страны» [1].

В 2007 г. была начата работа по выстраиванию качественно новой модели государственного управления на принципах корпоративного управления, результативности, транспарентности и подотчетности обществу. В целях формирования целостной и эффективной системы государственного планирования, ориентированного на достижение стратегических целей и реализацию приоритетных задач социально-экономического развития страны, в декабре 2007 г. была утверждена Концепция по внедрению системы государственного планирования, ориентированного на результаты. На основе Концепции в 2008 г. был принят новый Бюджетный кодекс Республики Казахстан, который заложил законодательную основу перехода к бюджетированию, ориентированному на результат [2].

Основой новой модели бюджетного планирования стал трехлетний бюджет. Таким образом, с момента обретения независимости в Казахстане были сформированы основы современной системы управления бюджетными средствами. Создана целостная система регулирования бюджетных правоотношений, установлены единые принципы бюджетной системы, внедрен механизм сбережения нефтяных доходов, выстроена система межбюджетных отношений.

Вместе с тем в управлении бюджетными процессами существуют проблемы и негативные тенденции.

Несмотря на то, что в Казахстане динамично проходят процессы реформирования бюджетной системы, необходимо отметить, что действующая на сегодняшний день модель управления бюджетными средствами не в полной мере соответствует требованиям времени и не ориентирована на конечный результат. Все еще имеют место: обоснование и выделение бюджетных средств на основе утвержденных лимитов; определение объема бюджетных ресурсов на базе объема расходов прошлого периода, увеличенного на уровень инфляции; оценка эффективности использования бюджетных средств организациями путем сопоставления в абсолютных и относительных показателях фактических расходов и сумм, предусмотренных планами финансирования.

В этой связи перед государством стоит задача перехода к более прогрессивной модели государственного менеджмента, позволяющей измерять и оценивать как результаты конкретных

программных мероприятий, так и достижение запланированного социально-экономического эффекта программ.

В Республике Казахстан начаты бюджетные преобразования с целью переориентации на результативность и эффективность государственных расходов. В новых условиях перед государственными органами ставится задача обосновывать свои бюджетные заявки не с точки зрения затрат, как это делалось до сих пор, а исходя из результатов их деятельности. Бюджетная программа должна четко демонстрировать связь «задача — затраты — прямой результат (объем оказанных бюджетных услуг)». При этом бюджетные программы формируются на уровне услуг и должны отражать связь планируемых расходов государственного органа, показателей качества и количества оказываемых им услуг и его стратегических целей. Таким образом, достигается переориентация деятельности государственных органов с формального исполнения своих функций и освоения бюджетных средств на оказание качественных услуг гражданам, юридическим лицам, Правительству, Парламенту и достижение конечных результатов.

Особенностью внедрения бюджетирования, ориентированного на результат (БОР), в Казахстане в настоящее время является то, что оно охватывает все этапы бюджетного процесса. Если старый Бюджетный кодекс включал в понятие «бюджетный процесс» процедуры планирования, рассмотрения, утверждения, исполнения, уточнения, корректировки, финансового контроля, то новый, помимо перечисленного, содержит процедуры по бухгалтерскому и бюджетному учету и отчетности, а также бюджетному мониторингу и оценке результатов [2].

Новые технологии бюджетирования и управления расходами в Республике Казахстан во многом заимствованы из зарубежной практики. Бюджетирование с элементами ориентированности на конечный результат в органах власти зародилось в XX в. и с тех пор приобрело широкую популярность во многих странах мира. Само понятие бюджетирования, ориентированного на результат, постоянно эволюционирует, и международная практика характеризуется многообразием форм его применения.

Интегрирование элементов ориентированности на результат в бюджетный процесс происходило в разных условиях:

1) в составе глубинных реформ государственного сектора (Австралия, Великобритания, Новая Зеландия);

2) в рамках отдельных программ по частичной модернизации системы управления государственными финансами, не затрагивая фундаментальных основ системы управления (Дания, Ирландия, Канада, США, Нидерланды, Финляндия, Франция, Швеция);

3) в рамках ограничений инициатив по совершенствованию системы управления государственными финансами (Германия, Норвегия, Швейцария).

Анализ опыта США по внедрению бюджетирования, ориентированного на результат, показал, что программно-целевое бюджетирование — это средство повышения эффективности государственных расходов в условиях, когда большая часть национального дохода перераспределяется государством. Международный опыт свидетельствует о том, что повысить эффективность государственных расходов, не затрагивая при этом бюджетный процесс, невозможно. Хотя повышение эффективности государственных расходов важно как в периоды благополучного развития экономики, так и в периоды финансовых трудностей. Опыт стран, применявших программно-целевое бюджетирование, в частности опыт США, показывает, что решиться на использование программно-целевого бюджетирования легче в периоды финансовых трудностей, когда размеры дефицита государственного бюджета принимают угрожающие масштабы. Все основные приемы программно-целевого бюджетирования основаны на управленческих принципах частного бизнеса (формулировка миссии и стратегии, бюджетирование от нуля, применение метода учета по начислению, использование индикаторов социальной и экономической эффективности как аналогов результатов хозяйственной деятельности, учет рисков и др.). Данный опыт может быть полезен для Казахстана.

Важным нововведением в повышении эффективности управления бюджетным процессом в Казахстане является то, что в настоящее время анализ результатов деятельности государственного органа проводится через внедряемую систему внутреннего мониторинга и оценки результативности их деятельности. Для повышения эффективности мониторинга создана соответствующая методологическая база, закрепленная таким документом, как «Методические инструкции по проведению мониторинга стратегических и программных документов, стратегических планов государственных органов, включающих форму и порядок составления оперативной отчетности» [3]. Особенностью проводимого внутреннего мониторинга и оценки является то, что он основывается на

определенной системе показателей, которая позволяет оценивать качество управления, предоставления государственных услуг, эффективность принимаемых программ, степень достижения стратегических целей, а в конечном итоге, эффективность управления бюджетным процессом в целом.

Вместе с тем до сих пор мониторинг и оценка еще далеко не полностью вошли в управленческий арсенал центральных и местных государственных органов власти. В настоящее время требуется переход от теоретико-нормативных разработок к практическому управлению по результатам, т.е. осуществление полного цикла управленческих действий, состоящих из определения требуемых корректных и измеримых результатов, разработки и реализации мероприятий для их достижения, замера фактических результатов и принятия тех или иных управленческих решений, реально повышающих результативность.

При системе бюджетирования, ориентированного на результат, важными являются не только вопросы достижения целей, которые ставит перед собой государственный орган, но также вопрос о выборе приоритетов для финансирования, особенно в условиях жестких ресурсных ограничений. К таким вопросам, например, относятся: на какие из существующих программ должны выделяться бюджетные средства в первую очередь, какие программы можно безболезненно сократить, на какие требуется увеличить расходы и чем надо пожертвовать, чтобы выделить средства на такое увеличение? Очевидно, что только обоснованные ответы на все эти вопросы позволят сформулировать стратегию и тактику деятельности государственных органов, оказывающих услуги населению. В этих условиях мониторинг становится элементом повседневной деятельности государственных органов управления. Анализ данных мониторинга, при условии правильной организации этой системы, позволяет госорганам не только избежать неэффективного расходования бюджетных средств, но и получить качественную аргументацию в пользу той или иной программы (или отказа от нее) для представления в уполномоченные органы.

При переходе на технологию бюджетирования, ориентированного на результаты, ключевым фактором эффективного управления бюджетными процессами является требование по обеспечению прозрачности бюджета и открытости информации о результатах.

С 2012 г. в Казахстане запущен новый сайт Министерства финансов, который отвечает новым требованиям оценки эффективности деятельности министерства в сети Интернет. Это дает возможность проведения форумов с обсуждением актуальных вопросов, в том числе по исполнению бюджета и бюджетных приоритетов социального направления.

Республика Казахстан по индексу «открытости бюджета» оценивается с 2006 г. и с каждым годом повышает свой рейтинг (2008 г. — 35 баллов, 2010 г. — 38 баллов, 2012 г. — 48 баллов).

В 2012 г. Казахстан набрал 48 баллов из 100 возможных, что превышает среднюю оценку в 43 балла по 100 исследуемым странам.

Основным достижением в открытости бюджета является формирование Гражданского бюджета, который предназначен для ознакомления граждан с основными направлениями государственного бюджета с использованием адаптированных форматов и доступного языка, при этом любому пользователю становится понятно, каким образом Правительство Республики Казахстан осуществляет аккумуляцию, распределение и использование общественных ресурсов.

Современные системы управления эффективностью деятельности носят весьма стратегический характер и концентрируются преимущественно на показателях влияния, функционируют децентрализованным образом, когда каждый отдельный правительственный департамент отчитывается о результатах своей деятельности и позволяет правительственному органу выступать в качестве учебной организации, поскольку изучаемые уроки быстро включаются в модель, повышая ее общую эффективность. Казахстан начал внедрять эту модель в 2007 г., пилотные проекты были проведены в 2010 г., а следом за успешными пилотными проектами в трех правительственных организациях данная модель была внедрена в остальных учреждениях Правительства, как на национальном, так и на местном уровне. Модель имеет шесть направлений, одним из которых является эффективность управления бюджетом. В рамках этого направления, нацеленного на оценку эффективности управления бюджетом, Министерство финансов, как уполномоченный орган, оценивает 5 параметров — от бюджетного распределения до отсутствия кредиторской задолженности [4]. Хотя цель заключается в измерении эффективности, процесс на самом деле измеряет экономию и эффективность использования ресурсов и последующих процессов в ходе исполнения бюджета. Это обычная практика во всех системах раннего управления эффективностью деятельности, где в первую очередь внимание обращается на кате-

гории, которые могут быть легко охвачены (т.е. измерены), на процессы, а не результаты процессов, и организационное выполнение финансовых и иных правовых норм и правил.

В целом по итогам оценки эффективности за 2012 г. можно судить о наличии ряда положительных тенденций по данному направлению. Следует отметить, что центральные госорганы в 2012 г., а также на протяжении последующих 3 лет проведения оценки признаны более эффективными в части управления бюджетными средствами по сравнению с акиматами. Несмотря на то, что количество проверок и объем охваченных контролем средств в 2012 г. увеличились в 2 раза, средняя доля нарушений, выявляемых органами госфинконтроля, сократилась. Улучшено исполнение пунктов годовых планов госзакупок (с 95,9 % в 2010 г. до 99,2 % в 2012 г.), а также исполнение объемов средств планов госзакупок (с 97,7 в 2011 г. до 98,2 % в 2012 г.).

Вместе с тем анализ опыта оценки эффективности использования бюджетных ресурсов государственными органами выявил некоторые системные проблемы по управлению бюджетными средствами.

1. Некачественное формирование бюджета. В практике бюджетного планирования государственных органов Казахстана допускается включение администраторами бюджетных программ необоснованных и завышенных расходов в процессе формирования бюджета на предстоящий период. При рассмотрении бюджетных заявок не регламентирован порядок учета результатов исполнения бюджета прошлых лет, достижения результатов, итогов проведенных проверок и т.д. О некачественном планировании свидетельствует факт ежегодного увеличения объема перераспределенных средств (10,0 % от бюджета).

2. Низкая ориентированность бюджетных расходов на результаты, а также слабая организация исполнения бюджета. В 2012 г. при фактически полном освоении средств (98,8 %) показатели прямых результатов 173 бюджетных программ (15 %) государственных органов Казахстана были достигнуты менее чем наполовину. Уровень достижения показателей бюджетных программ снизился с 89,4 % в 2010 г. до 86 % в 2012 г. (в 9 госорганах — менее 80 %).

Актуальным направлением повышения эффективности управления бюджетным процессом выступает совершенствование межбюджетных отношений между республиканским бюджетом и местными бюджетами. В последние годы многими странами, в том числе Казахстаном, приложены значительные усилия по модернизации методов бюджетного регулирования, которые направлены на обеспечение прозрачности, устойчивости бюджетной сферы и эффективности бюджетной политики. В настоящее время в казахстанской бюджетной практике применяются следующие формы регулирования межбюджетных отношений: трансферты, бюджетные кредиты и нормативы распределения доходов. Анализ регулирования межбюджетных отношений в Республике Казахстан показал: имеет место проблема чрезмерной зависимости местных бюджетов от трансфертов вышестоящего бюджета. Так, если в 2005 г. из республиканского бюджета местным бюджетам выделено целевых трансфертов на сумму 138 млрд тенге, субвенций — 133 млрд тенге, то в 2013 г. целевые трансферты составили 889,3 млрд тенге, субвенции — 865,8 млрд тенге (в среднем 61,7 % в общем объеме доходов местных бюджетов) [5].

При этом необходимо отметить, что решения о распределении целевых трансфертов принимаются местными исполнительными органами не самостоятельно, а по согласованию с центральными исполнительными органами. Эти процедуры требуют значительного времени и затрат, что в результате приводит к размыванию ответственности и позднему поступлению денег. Об этом свидетельствуют многочисленные факты нецелевого и несвоевременного освоения бюджетных средств, выделяемых из республиканского бюджета на строительство объектов образования, здравоохранения, инфраструктуры, выявляемые ежегодно контролирующими органами. Недостаточная самостоятельность в планировании и осуществлении расходных полномочий и, соответственно, в принятии решений районным (городским) уровнем власти, непосредственно оказывающим услуги населению, отражается на качестве и эффективности реализации в целом государственных задач.

Анализ международной практики регулирования межбюджетных отношений показал, что имеет место применение гибких механизмов. К примеру, при определении объемов бюджетных изъятий в некоторых странах используется прогрессивная шкала, которая позволяет сохранять часть полученных сверхдоходов местных бюджетов. В Латвии финансовое выравнивание регионов производится через Фонд выравнивания, поступления в него образуют взносы самоуправлений и дотация государственного бюджета. Взносы в фонд должны производить те самоуправления, база доходов которых на 10 процентов превышает рассчитанную финансовую необходимость (они должны вкладывать 45 % от сверхнормативного остатка).

Интересен подход Австралии в межрегиональном выравнивании уровня развития через предоставление «особого бюджетного режима» отдельным регионам. Проблемному региону предоставляются полномочия по осуществлению сбора определенных налогов, что дает необходимую самостоятельность в формировании бюджетных доходов. Для Казахстана подобный опыт мог бы стать весьма полезным.

Тема бюджетирования, ориентированного на результат, остается до сих пор недостаточно исследованной не только в Казахстане, но и во всем мире. Существует много примеров и описаний того, как правительства различных стран стремились увязать бюджетный процесс и планирование результатов деятельности, целым рядом исследователей показаны болевые точки традиционной системы управления финансами. Но вместе с тем сохраняется сильный дефицит критического и сравнительного анализа, который показал бы достоинства и недостатки накопленного практического опыта.

Особое значение приобретает отбор проектов для финансирования из бюджета. Так, считаем целесообразным производить отбор по следующим приоритетным критериям:

- на макроуровне с учетом:
 - приоритетов развития отраслей экономики,
 - эффекта влияния на развитие отраслей,
 - устранения межрегиональных дисбалансов,
 - отсутствия альтернативы бюджету (стратегические объекты);
- на проектном уровне с учетом:
 - высокой социально-экономической отдачи,
 - возможности вовлечения частных инвестиций.

Таким образом, необходимо отметить, что вопросы эффективного управления бюджетным процессом все еще остаются актуальными для Казахстана. Существуют значительные методологические трудности в измерении результатов деятельности правительства, министерств, ведомств, эффективности реализации бюджетных расходов, а также сложности в более тесной интеграции планирования результатов и бюджетного процесса.

В современных условиях, прежде чем государство сможет действительно эффективно управлять бюджетными процессами и начать внедрение новых методов бюджетирования, нужно сначала выделить и описать весь перечень бюджетных, в том числе социальных, услуг, которые предоставляются государственными органами. Для этого надо не только сформировать реестр бюджетных услуг в разрезе каждого органа, но и определить стандарты их предоставления. В частности, в рамках социальной модернизации общества и повышения качества государственных услуг необходимы:

- поэтапное внедрение минимальных социальных стандартов, внедрение подушевого финансирования в системе образования и здравоохранения;
- постепенный переход к гарантированию государством минимального объема пенсионного обеспечения, совершенствование системы оплаты труда в бюджетной сфере;
- адресная поддержка отдельных категорий граждан, обеспечение устойчивой продуктивной занятости.

С целью формирования бюджетных программ в соответствии с принципами бюджетирования, ориентированного на результаты, должна быть усовершенствована Единая бюджетная классификация, правила составления бюджетной заявки. Реализация мер по совершенствованию процесса бюджетного планирования положительно отразится и на процедурах исполнения бюджета, т.е. для администраторов бюджетных программ дается больше самостоятельности в рамках бюджетных программ, чтобы достичь заданных результатов, усилится мониторинг за выполнением индикаторов, предусмотренных в бюджетных программах.

Для получения более объективной оценки работы министерств объектом контроля, в том числе со стороны контрольных органов, должна быть не деятельность как таковая, а предоставление государственных услуг и соответствующие результаты от достижения целей и решения задач. Таким образом, государственный бюджет и его расходная часть должны быть направлены на финансирование предоставляемых обществу услуг (в сфере образования, здравоохранения, правопорядка, обороны и т.п.) со стороны государства. Целью государства в лице государственных органов должно быть предоставление качественных, своевременных и экономичных услуг населению.

Разработка методологии проведения оценки государственных расходов и проведение ежегодной оценки наиболее значимых бюджетных программ на республиканском и местном уровне позво-

лят повысить не только эффективность использования бюджетных ресурсов, но и качество управления бюджетным процессом в целом.

Список литературы

- 1 Послание Президента Республики Казахстан народу Казахстана от 14 декабря 2012 г. Стратегия «Казахстан — 2050»: Новый политический курс состоявшегося государства». — [ЭР]. Режим доступа: www.akorda.kz/
- 2 Бюджетный кодекс Республики Казахстан (2008): Закон Республики Казахстан от 4 декабря 2008 года № 95-IV, с изменениями по состоянию на 23.11.2012 г. // БД «Ориент». — [ЭР]. Режим доступа: www.zakon.kz. — 4 декабря.
- 3 Приказ Министра экономического развития и торговли Республики Казахстан от 1 июля 2010 года № 100 «Методические инструкции по проведению мониторинга стратегических и программных документов, стратегических планов государственных органов, включающих форму и порядок составления оперативной отчетности». — [ЭР]. Режим доступа: <http://www.minplan.kz>.
- 4 Приказ Министра финансов Республики Казахстан от 30 декабря 2010 года № 673 «Методика оценки эффективности деятельности государственного органа по управлению бюджетными средствами». — [ЭР]. Режим доступа: www.minplan.kz.
- 5 Отчет Счетного Комитета (2012) об исполнении республиканского бюджета за 2012 год (заключение к отчету Правительства Республики Казахстан)». — [ЭР]. Режим доступа: <http://www.esep.kz>.

М.Б.Қадырова, Г.Ә.Жүнісбекова, А.С.Есенгелдина

Қазақстан Республикасында бюджеттік үдерістерді басқарудың заманауи әдістері

Мақалада Қазақстан Республикасының бюджеттік жүйесінің қызмет атқарылуы және бюджеттік үдерістің негізгі кезеңдерінің жүзеге асырылу тиімділігі туралы мәселелер зерттелді. Қазақстан Республикасындағы мемлекеттік басқару жүйесіндегі бюджеттік үдерістерді жетілдіру маңызды факторы болып табылатын нәтижеге бағытталған бюджеттендіруді енгізу мәселесіне айрықша көңіл бөлінді.

M.B.Kadyrova, G.A.Zhunusbekova, A.S.Yessengeldina

Modern approaches to management of the budgetary processes in the Republic of Kazakhstan

The article examines questions of the budget system functioning in the Republic of Kazakhstan, efficiency of the main stages of the budget process implementation. Special focus is on the implementation of result-oriented budgeting as an important factor of the budgetary processes' improvement in the public administration system of the Republic of Kazakhstan.

References

- 1 *Address by the President of the Republic of Kazakhstan, Leader of the nation, N.A.Nazarbayev of December, 14, 2012. Strategy «Kazakhstan-2050»: New political course of the established state // www.akorda.kz*
- 2 *Budget code of the Republic of Kazakhstan (2008). Law of the Republic of Kazakhstan, № 95-IV of December, 4, 2008 // www.zakon.kz*
- 3 *Order of the Minister of economic development and trade of the Republic of Kazakhstan № 100 of July, 1, 2010 «Methodological instructions on monitoring of strategic and program documents, strategic plan of government bodies, including form and preparation procedure of routine reporting» // www.minplan.kz*
- 4 *Order of the Minister of Finance of the Republic of Kazakhstan № 673 of December, 30, 2010 «Effectiveness of government body activities estimation technique on badget funds management» // www.minplan.kz*
- 5 *Accounts committee report (2012) on administration of budget for 2012 // www.esep.kz.*

Д.З.Айгужинова, Р.Б.Сартова, А.Р.Салихова

Павлодарский государственный университет им. С.Торайгырова
(E-mail: sartova2010@mail.ru)

Вопросы повышения стабильности банковского сектора Республики Казахстан в современных условиях

В настоящей статье выявлены проблемы развития банковской системы Республики Казахстан, обозначены государственные меры улучшения ее состояния и предложены рекомендации по повышению стабильности ее функционирования.

Ключевые слова: банковская система, стабильность банковской системы, финансовый кризис, просроченная задолженность, восстановление кредитования, реструктуризация задолженности, ставка рефинансирования, налогообложение банков, ликвидность банков, кредитование экономики.

Глобальные изменения, произошедшие в мире за последние десятилетия, вынуждают корректировать понимание сущности стабильности банковской системы. До мирового финансового кризиса 2008 г. считалось, что любой кризис цикличен и может быть преодолен за счет конструктивных мер. Однако глобальный финансовый кризис, который длится уже несколько лет, с переменным успехом затухает и вновь проявляется, является прямой угрозой банковской системе — как отдельной страны, так и мировой финансовой системе. Аналитики предупреждают о возможном начале следующей волны глобального финансового кризиса, что может крайне негативным образом сказаться на банковской системе в целом.

На сегодняшний день банковская система РК в очередной раз столкнулась с серьезными вызовами. Девальвация тенге в феврале 2014 г. спровоцировала значительный рост валютных рисков: банки столкнулись с тенговым удорожанием части своих обязательств, номинированных в иностранной валюте.

Циклически повторяющиеся кризисы в банковском секторе подтверждают отсутствие системы раннего реагирования на возникающие негативные явления в банковской деятельности. Существующие в настоящее время проблемные аспекты предупреждения и защиты банков от внешних и внутренних угроз определяют возможности своевременного обнаружения кризисных очагов в банковской практике и разработку механизмов гибкой адаптации кредитной деятельности к новым условиям хозяйствования.

Анализ отчета о финансовой стабильности Казахстана показывает, что на сегодняшний день существуют следующие проблемы в развитии банковской системы:

- незначительный рост активов банков и кредитного портфеля по причине слабой экономической активности предприятий и их неспособности качественно обслуживать кредитные обязательства;
- внешние источники фондирования для казахстанских банков ограничены, а ресурсов внутреннего рынка не хватает. Основным источником кредитных ресурсов для отечественных банков за анализируемый период стал внутренний рынок;
- депозитная база банков остаётся неустойчивой, хотя в последние годы наблюдался существенный рост вкладов населения за счет увеличения максимального размера возмещения вкладов Фондом гарантирования и страхования вкладов;
- низкое качество кредитного портфеля банков второго уровня, высокий удельный вес безнадежных активов банков в общей их структуре;
- рост просроченной задолженности и резервов снижают капитал банков, что ограничивает возможность кредитования и обуславливает несоблюдение норматива достаточности капитала;
- низкая ликвидность казахстанских финансовых инструментов;
- недостаточность и неэффективное использование средств фондирования;
- недостаточная эффективность системы управления рисками.

Кроме того, увеличение доли неработающих займов, неоптимальная структура активов и недостаточный уровень фондирования отечественных банков могут вызвать резкий спад реального уровня доходности банков.

Оценивая ситуацию в банковской системе РК, можно сделать вывод, что на протяжении рассматриваемого периода ряд острейших проблем финансового рынка, особенно в сфере краткосрочной ликвидности, удалось решить. Однако отечественная банковская система находится в неудовлетворительном состоянии, что оказывает негативное воздействие на экономику и социальную сферу страны.

Текущая ситуация в банковском секторе Казахстана остается сложной. Качество банковских активов продолжает ухудшаться, хотя и замедляющимся темпом, а объем безнадежных ссуд остается на очень высоком уровне. Это накладывает ограничения на расширение кредитной активности, что сдерживает рост экономики.

На современном этапе экономического развития, кроме внесенных существенных изменений в денежно-кредитную политику Казахстана, на государственном уровне принят ряд нормативных актов, в которых четко определены перспективы и направления развития отечественной банковской системы, основными из которых являются «Пошаговый план улучшения качества активов банков второго уровня» и Закон РК «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты РК по вопросам регулирования банковской деятельности и финансовых организаций в части минимизации рисков».

В рамках «Пошагового плана улучшения качества активов банков второго уровня» намечена реализация мер по следующим направлениям [1]:

- очистка балансов банков второго уровня (БВУ) от «плохих долгов»;
- содействие реструктуризации задолженности заемщиков банка;
- совершенствование налогообложения банков второго уровня;
- совершенствование пруденциального регулирования банков второго уровня;
- привлечение зарубежных инвесторов.

По первому направлению — очистка балансов банков второго уровня от «плохих долгов» — предусмотрены следующие меры:

- рассмотрение возможности разработки и продолжения реализации программ (акций) по реструктуризации кредитов, в том числе путем снижения бремени заемщика за счет конвертации части долга в акции (долю участия в капитале) заемщиков, возможного списания БВУ начисленной неустойки (штрафов и пеней), а в отдельных случаях по усмотрению БВУ списания части обязательств заемщиков в пределах сумм, сформированных БВУ провизии по таким кредитам;
- постоянный мониторинг деятельности должников по проблемным долгам со стороны БВУ, с обязательным составлением мониторингового отчета по проблемным долгам.

Второе направление — содействие реструктуризации задолженности заемщиков банка — включает следующие меры:

- реализация механизма выкупа проблемных активов БВУ АО «ФСА», а также рассмотрение вопроса создания альтернативной АО «ФСА» структуры для выкупа проблемных активов с частичным участием банков и частных инвесторов;
- реализация мероприятий по оздоровлению бизнеса в рамках Программы «Дорожная карта бизнеса 2020»;
- рефинансирование ипотечных займов в рамках Постановления Правительства Республики Казахстан от 17 февраля 2009 г. № 179.

К третьему направлению — совершенствование налогообложения — отнесены:

- анализ положений действующего налогового законодательства в части непризнания доходом от снижения размеров провизии (резервов) суммы снижения провизии (резервов) в результате списания с баланса безнадежной задолженности по кредитам, по которым прекращена претензионно-исковая работа;
- выработка предложений по внесению изменений в Налоговый кодекс в части непризнания доходом от снижения размеров провизии (резервов), созданных налогоплательщиком, имеющим право на вычет суммы расходов по созданию провизии (резервов), суммы снижения провизии (резервов) в результате прощения безнадежной задолженности по кредиту в пределах размера соотношения общей суммы прощенной безнадежной задолженности по кредитам за налоговый период к агрегированному показателю для расчета такого соотношения, определенному налогоплательщиком в порядке, установленном КФН по согласованию с МФ и НБ РК и соблюдении определенных условий.

В рамках четвертого направления — совершенствование пруденциального регулирования БВУ — предложены следующие меры:

- поэтапное ужесточение порядка формирования банками минимального размера провизии по кредитам, выданным с 1 сентября 2009 г. в иностранной валюте заемщикам, не имеющим соответствующей валютной выручки с увеличением уровня провизирования;
- повышение достаточности собственного капитала БВУ;
- рассмотрение вопроса о снижении левереджа, рассчитанного как отношение капитала первого уровня к активам и условным и возможным обязательствам банка (kl-1), с применением поэтапного ужесточения значений нормативов;
- рассмотрение вопроса о принятии мер раннего реагирования для поэтапного снижения доли займов, срок просроченной задолженности которых по основному долгу и начисленному вознаграждению составляет свыше 90 календарных дней до уровня 10 % (2011–30 %; 2012–25 %; 2013–20 %; 2014–15 %; 2015–10 %);
- рассмотрение вопроса о принятии мер по повышению прозрачности заемных операций БВУ, в частности, установление ограничения на выдачу банком кредитов и гарантий лицам, имеющим непрозрачные структуры собственности и связанным с банком особыми отношениями;
- рассмотрение возможности установления запрета на предоставление банковских займов лицам, зарегистрированным в оффшорных зонах, перечень которых устанавливается уполномоченным органом.

Пятое направление — привлечение зарубежных инвесторов — предполагает выработку следующих мер:

- работа по получению и улучшению рейтингов Standard&Poor's, Moody's и FitchRatings БВУ;
- продолжение работы по привлечению льготного займа Азиатского Банка развития для АО «Даму» под гарантию Правительства Республики Казахстан для последующего кредитования малого и среднего бизнеса через БВУ;
- проработка вопроса создания условий для развития рынка проблемных активов в Казахстане и привлечения на данный рынок зарубежных инвесторов.

В конце 2011 г. Президентом РК подписан Закон «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты РК по вопросам регулирования банковской деятельности и финансовых организаций в части минимизации рисков», предполагающий три механизма оздоровления банковской системы:

- создание АО «Фонд проблемных кредитов»;
- отмена «налога на списание», со сроком действия 2012–2018 гг. В результате банкам будет предоставляться налоговый вычет на доходы, полученные от восстановления провизий при списании безнадежных займов;
- возможность создания (покупки) банками компаний (special purpose vehicle), которые будут покупать у банков проблемные активы и заниматься их управлением и оздоровлением. Помимо объектов недвижимости и незавершенного строительства, служившими залогом, банк может передать этой компании доли участия в капитале компаний, перешедшие к нему в результате невыплаты кредита. Все полученные доходы дочерняя организация должна перечислять материнскому банку.

В 2012 г. за счет средств Национального банка Казахстана создано АО «Фонд проблемных активов», деятельностью которого является выкуп безнадежных и сомнительных активов у банков второго уровня.

Кроме того, на законодательной основе банкам второго уровня предоставляется возможность открыть собственные организации по управлению сомнительными и безнадежными требованиями и активами (ОУСА) для оздоровления своих активов путем передачи более широкого перечня неработающих активов, включая обеспеченные недвижимостью кредиты, а также кредиты, выданные физическим лицам.

Более действенная мера, по мнению банковского сообщества, — отмена «налога на списание». Речь также идет об изменениях и дополнениях, вносимых в Налоговый кодекс по инициативе АФН и Нацбанка. В частности, ст. 90 Налогового кодекса должна дополниться пунктом 2–1, где расширяются основания для непризнания доходом снижения сумм провизий (резервов), ранее отнесенных на вычеты, при уменьшении размера требований к должнику. Эта поправка снизит налоговые затраты

для банков при списании либо реструктуризации сумм безнадежной задолженности и ускорит процесс очищения банков от проблемных кредитов.

Предполагается, что эти меры будут способствовать улучшению качества ссудного портфеля банков второго уровня.

Таким образом, в рамках стабилизации банковского сектора НБ РК определил ряд приоритетов:

- ускорение процессов оздоровления балансов банков и их «очистка» от некачественных активов;
- выработка комплекса мер, которые простимулируют кредитную активность банков на посткризисном этапе развития;
- переход к контрциклическому регулированию и усовершенствование системы риск-менеджмента в финансовых институтах;
- выработка комплекса мер, снижающих уровень экономических дисбалансов и системных рисков.

Несмотря на предпринятые меры, в РК основная проблема не решена — не изменилась структура экономики, остаются нерешенными задачи капитализации банковской системы, однобокости экспорта, нагромождения долгов заемщиков и корпораций и их неэффективного использования и др.

На сегодняшний день сложившийся низкий уровень кредитования, сдерживает развитие экономики. Так, с 2008 г. отношение активов к ВВП продолжает медленно снижаться, достигнув на 1 января 2014 г. уровня 45,1 %; отношение ссудного портфеля к ВВП в 2007 г. достигло 69 %, а в 2013 г. — 38,9 %, уровень собственного капитала банков по отношению к ВВП в 2007 г. составил 11 %, в 2012 г. — 6,6 %; отношение вкладов клиентов к ВВП в 2007 г. достигло почти 50 %, в 2013 г. — 28,7 %. Сокращение активов банковского сектора по отношению к ВВП в два раза говорит о заметном снижении роли банков в экономике Казахстана [2].

Восстановление кредитования в рамках специальной кредитной политики государства и расширение на этой основе платёжеспособного спроса — необходимое условие выхода из кризиса и модернизации экономики РК.

Приоритетом политики НБ РК на ближайшие 2–3 года, по нашему мнению, должна стать не столько антиинфляционная политика, сколько стимулирование кредитной активности банковской системы. Для ускоренного возврата отечественной экономики к докризисному уровню развития объём кредитования необходимо увеличивать на 20–30 % ежегодно.

Один из важнейших рычагов влияния на процесс кредитования — это ставка рефинансирования. Следует отметить как позитивное явление то, что за последнее время НБ РК последовательно снизил официальную ставку рефинансирования до исторически минимального значения — с 7,5 % в феврале 2012 г. до 5,5 % в августе 2012 г. Однако само по себе снижение ставки рефинансирования не сможет оживить кредитование и снизить ставки по кредитным операциям. Данный процесс должен сопровождаться сохранением прежних объёмов рефинансирования.

Проблема значительного ухудшения качества активов банков характерна для экономик всех стран, пострадавших от экономического кризиса. Основной удар кризиса пришёлся на торговые ценные бумаги и кредитные портфели банков.

По результатам анализа видно, что просроченная задолженность на начало 2013 г. составила 29,8 % от совокупного размера кредитного портфеля отечественных банков. Создаваемые в связи с этим резервы негативно сказываются на финансовом состоянии банков и не позволяют им возобновить кредитование. Рост просроченной задолженности влечёт необходимость докапитализации банков.

На сегодняшний день происходят перемещение проблемной задолженности на внебалансовые счета или её продажа. Проводятся интенсивные переговоры по реструктуризации кредитов, однако успешность реструктуризации проявится только в среднесрочном периоде, в случае отсутствия повторных дефолтов.

Рассмотренные в настоящей статье схемы по введению программ выкупа «плохих» активов, в том числе со стороны государства, недостаточно развиты. В частности, созданный Нацбанком РК «Фонд проблемных кредитов» не изменил принципиально ситуацию.

Невостребованность механизма можно объяснить, по мнению отдельных специалистов, несколькими причинами. Во-первых, банкам сложно соблюсти все условия, для того чтобы продать свои нерабочие кредиты фонду; во-вторых, фонд скупает кредиты не во всех отраслях, в частности, не берёт в разработку кредиты в проблемной сфере строительства и недвижимости; в-третьих, фонд

предлагает банкам продавать проблемные кредиты с настолько существенным дисконтом, что предложение становится неинтересным [3].

Таким образом, вопрос о просроченной задолженности остается сложным и при отсутствии комплексного решения может повлечь системную дестабилизацию.

Решение вопроса «плохих» активов, по нашему мнению, требует решений со стороны обоих участников кредитной сделки, а именно:

- стимулирование реструктуризации кредитов;
- расчистка балансов банков от «временно плохих» активов;
- расширение политики государственной поддержки заёмщиков для предотвращения их возможного банкротства.

Учитывая прогнозируемое длительное (3–4 года) восстановление экономического положения предприятий, необходимо совершенствовать механизмы управления проблемной ссудной задолженностью, дополнив их мерами НБ РК по стимулированию кредиторов и добросовестных должников к её реструктуризации.

По нашему мнению, неготовность банков реструктурировать задолженность в значительной мере обусловлена различием подходов разных кредиторов к возможным условиям реструктуризации долга, а также необходимостью формирования повышенных резервов на возможные потери в соответствии с требованиями НБ РК.

Упорядочение рынка проблемных активов возможно посредством таких мер:

- формирование единой системы классификации проблемных активов и обеспечение их вывода с помощью государства с баланса банков. Создание единой площадки для торговли ими;
- решение проблемы накопленных «плохих» долгов и обеспечение в будущем страхования рисков, связанных с изменением конъюнктуры рынка на основе системы страхования банковских активов;
- создание и реализация программы выкупа государством «плохих» долгов и повышение возможности кредитных организаций по кредитованию экономики на разумных условиях и по доступным ставкам;
- проведение анализа причин возникновения проблем банков, попавших под процедуру санации или отзыва лицензии вследствие кредитования бизнеса своих собственников;
- введение повышенных коэффициентов риска при расчете достаточности капитала по некоторым видам активов: по кредитам, выданным на покупку ценных бумаг, на предоставление займов третьим лицам, по кредитам оффшорным компаниям и т.д.;
- формирование единой системы учета (регистрации) залога движимого имущества, создание механизма обязательного ареста имущества должников по искам банков, ввод упрощенного порядка судебного рассмотрения.

Список литературы

- 1 Пошаговый план улучшения качества активов банков второго уровня // Распоряжение Премьер-Министра Республики Казахстан от 15 декабря 2010 г. № 156-р. — [ЭР]. Режим доступа: <http://adilet.zan.kz>
- 2 Текущее состояние банковского сектора РК по состоянию на 1 января 2014 г.: Комитет по контролю и надзору финансового рынка и финансовых организаций НБ РК. — [ЭР]. Режим доступа: www.afn.kz
- 3 Фонд проблемных кредитов не помогает казахстанским банкам. — [ЭР]. Режим доступа: <http://finance.nur.kz>

Д.З.Айгужинова, Р.Б.Сартова, А.Р.Салихова

Қазіргі жағдайдағы Қазақстан Республикасы банктік секторының тұрақтылығын арттыру мәселелері

Мақалада Қазақстан Республикасы банк жүйесін дамыту мәселелері анықталған, оның жағдайын жақсартуға байланысты мемлекеттік шаралар бойынша талдау жүргізілді. Банк жүйесінің тұрақтылығын арттыру үшін мәселелі активтердің нарығын реттеу бойынша ұсыныстар жасалды.

D.Aiguzhinova, R.Sartova, A.Salikhova

The issues of increasing banking sector of the RK stability under current conditions

In this paper the problems of banking sector of the RK development were disclosed, analysis of government measures of its status improvement in the modern world is conducted. In order to improve the stability of the banking system proposals to streamline the market for distressed assets are made.

References

- 1 *Step Plan quality improvement of banks' assets* / Ordinance of the Prime Minister of the Republic of Kazakhstan dated December 15, 2010 № 156-p., <http://adilet.zan.kz>
- 2 *The current state of the banking sector of Kazakhstan on January 1, 2014*: Committee for Control and Supervision of Financial Market and Financial Organizations of the National Bank of Kazakhstan, www.afn.kz
- 3 *Problem loans fund does not help Kazakh banks*, <http://finance.nur.kz>.

ЖАС ҒАЛЫМ МІНБЕСІ

ТРИБУНА МОЛОДОГО УЧЕНОГО

УДК 338.2:504.03

А.Т.Интымакова

*Академия государственного управления при Президенте Республики Казахстан, Астана
(E-mail: asele4ka@bk.ru)*

Республика Казахстан в индексе экологической эффективности. Проблемы и перспективы

В статье рассмотрена методология расчета индекса экологической эффективности, проанализированы данные Республики Казахстан по 10 категориям данного индекса, представлена существующая методика определения целевых показателей устойчивого развития Республики Казахстан и даны рекомендации по улучшению национальной системы экологических показателей с целью максимальной корреляции с показателями индекса экологической эффективности.

Ключевые слова: индекс экологической эффективности, устойчивое развитие, зеленый рост.

В Послании Президента Республики Казахстан Н.Назарбаева «Стратегия «Казахстан – 2050» масштабно и объемно раскрывается стратегический курс государственной политики, ориентированной на международные стандарты уровня жизни. «Стратегия-2050» дает мощный импульс переходу страны на «зеленый» путь развития, усилит данный процесс международная выставка «ЭКСПО-2017» [1].

В настоящее время в Казахстане, как и во всем мире, вопросам охраны окружающей среды и природопользования уделяют много внимания. Однако принимаемые государством меры, способствующие отдельным положительным тенденциям внутри страны, тем не менее не подтверждаются позициями показателей в глобальном рейтинге. Одним из таких рейтингов является рейтинг по индексу экологической эффективности.

Целью данной статьи являются анализ индекса экологической эффективности, как показателя уровня развития страны, определение Республики Казахстан в данном рейтинге и составление рекомендаций по улучшению казахстанской системы целевых показателей устойчивого развития.

Индекс экологической эффективности (The Environmental Performance Index, далее — EPI) — это комбинированный показатель состояния охраны окружающей среды и эффективности управления природными ресурсами, рассчитываемый Центром экологической политики и права при Йельском университете.

При составлении рейтинга учитывается качество воды и воздуха, влияние окружающей среды на здоровье человека, эмиссия парниковых газов, площади лесов и другие субиндикаторы. В рейтинг входят 178 стран, наиболее идеальное соотношение всех экологических параметров наблюдается в Швейцарии. В 2014 г. следом за ней идут: Люксембург, Австралия, Сингапур, Чехия, Германия, Испания, Австрия, Швеция и Норвегия. Казахстан в рейтинге 2014 г. занимает 84 место.

Отчёт Йельского университета 2014 г., как и предыдущие, базируется на двух больших группах показателей: жизнеспособности экосистемы (управление природными ресурсами) и экологическом здоровье, оценивающим влияние окружающей среды на здоровье человека. В этих группах распределены десять направлений или политических категорий:

- экологическое здоровье;
- загрязнение воздуха, влияющее на здоровье человека;

- загрязнение воздуха, влияющее на состояние экосистем;
- вода (влияющая на здоровье человека);
- водные ресурсы (влияющая на экосистему);
- биоразнообразии;
- лес;
- рыбная ловля;
- сельское хозяйство;
- изменение климата и энергетика.

Каждая политическая категория состоит из одного или нескольких субиндикаторов. Все критерии оценивания могут быть представлены таблицей. В скобках указан относительный вес (вклад) показателя в итоговом результате [2].

Т а б л и ц а

Индикаторы в EPI (Республика Казахстан)

Наименование индикатора	Балл	Место в ранжировании	Изменения за 10 лет, %
Влияние на здоровье человека (15 %)	66,8	98	9,94
Детская смертность	66,8	98	9,94
Качество воздуха (16,25 %)	95,92	44	1,49
Качество воздуха в помещении	91	81	7,57
Средний уровень воздействия пыли	100	1	0
Средний уровень превышения пыли	96,76	82	-2,18
Вода и санитарные условия (7,5 %)	63,48	65	-0,3
Доступ к питьевой воде	56,33	81	-4,17
Доступ к санитарии	70,62	48	3
Водные ресурсы (8,75 %)	30,5	53	
Очистка сточных вод	30,5	53	
Сельское хозяйство (5,83 %)	37,13	165	34,04
Сельскохозяйственные субсидии	22,26	138	95,26
Регулирование пестицидов	52	125	18,18
Лес (5,83 %)	74,82	19	
Изменение площади лесов	74,82	19	
Рыбная ловля (5,83 %)			
Рыболовство на прибрежном шельфе			
Эксплуатация рыбных ресурсов			
Биоразнообразие (17,5 %)	14,11	160	0
Охрана среды обитания			
Защита национального биома	14,11	149	0
Защита глобального биома	19,58	144	0
Морские охраняемые районы			
Изменение климата и энергетика (17,5 %)	43,49	87	
Карбоновая интенсивность	29,46	105	
Изменения в карбоновой интенсивности	39,81	60	
Доступ к электричеству	100	1	2,46
Количество CO ₂ на кВт-час.	59,37	44	
ИТОГО	51,07	84	2,57

Таким образом, Республика Казахстан по EPI относится к странам с низким уровнем экологического развития. Среди стран СНГ страна уступает Белоруссии, Армении, Азербайджану и России, позади лишь Украина, Таджикистан, Киргизстан и Туркмения.

В соответствии с Концепцией по переходу Республики Казахстан к «зеленой экономике» зеленое развитие позволит Казахстану обеспечить достижение поставленной цели по вхождению в число 30-ти наиболее развитых стран мира.

По расчетам, к 2050 г. преобразования в рамках «зеленой экономики» позволят дополнительно увеличить ВВП на 3 %, создать более 500 тысяч новых рабочих мест, сформировать новые отрасли

промышленности и сферы услуг, обеспечить повсеместно высокие стандарты качества жизни для населения.

В целом объем инвестиций, необходимый для перехода на «зеленую экономику», составит порядка 1 % ВВП ежегодно, что эквивалентно 3–4 млрд долларов США в год [3].

Однако для этого необходимо выявить тенденции развития общества, его потребности, способности к развитию, спрогнозировать сценарии и варианты событий. В Стратегическом плане Министерства энергетики Республики Казахстан на 2014–2018 гг. одним из приоритетных стратегических направлений выделена «Стабилизация и улучшение качества окружающей среды». Анализ данного документа показал, что прогнозно-аналитическая работа Министерства в рамках Стратегического плана осуществляется не на должном уровне: не обеспечивается выявление текущих и потенциальных проблем, что позволило бы как самому Министерству, так и любым заинтересованным лицам оперативно оценивать эффективность проводимой политики и в целом определить дальнейшее развитие экологических направлений.

Для дальнейшего мониторинга необходимы не просто индикаторы, но именно целевые показатели, нужно не просто измерять процессы, но и знать, в какую сторону следует стремиться. В связи с этим это должны быть объективно измеримые и статистически доступные показатели. Очень важно для таких показателей быть международно-сопоставимыми [4].

Однако статистика не только в Казахстане, но и в большинстве стран мира отличается крайней степенью несистематичности. Измеряются и регистрируются не просто разные показатели, но и вкладываются различные значения в одни и те же индикаторы. Одной из проблем является разноликость статистических показателей в разных странах, что существенно затрудняет международный рейтинг и не позволяет достоверно представить рейтинговую картину стран. Даже при сравнении статистических показателей России и Казахстана выявляются значительные несоответствия и разный подход к статистике одних и тех же показателей. В связи с этим казахстанская статистика также требует своих преобразований и дополнений.

Нужно отметить, что в мировой практике давно ведется работа по поиску индикаторов устойчивости. Так, разработкой подобных критериев занимаются крупнейшие и авторитетнейшие международные организации: специальное подразделение Экологического директората ОЭСР, ООН, Всемирный Банк, Йельский и Колумбийский университеты, Дубнинская российская школа устойчивого развития и др. [5].

На мой взгляд, главный недостаток всех разрабатываемых в Казахстане индикаторов и показателей — это бессистемность их создания. При их создании не используются принятые международные методики, перед показателями не ставятся конкретные цели, которые они должны решить. Индикаторы не решают те цели, которые государство ставит перед органами, уполномоченными в области охраны окружающей среды.

Для создания жизнеспособных показателей необходимо следующее:

- связь с национальными экологическими приоритетами;
- связь с международной экологической политикой;
- важность (как средства коммуникации) информирования общественности о состоянии окружающей среды;
- измеряемость;
- наличие временных рядов (регулярного потока) данных;
- предсказуемость;
- приоритетность.

Таким образом, необходимо включить на национальном уровне все индикаторы, учитываемые при формировании индекса экологической эффективности. Причем использование таких индикаторов должно сопровождаться точным использованием разработанных для него методик оценки [6].

Некоторые из индикаторов, которые входят в ЕРІ, казалось бы, наблюдаются в Казахстане, например, % изменения площади лесов. Но принятая в Казахстане методика его оценки в корне отличается от методики, принятой в ЕРІ.

В Казахстане уполномоченные органы оценивают % изменения площади лесов по результатам отчетов организаций, которые осваивают государственный бюджет, занимаясь лесовосстановлением или лесоохраной, и тем самым являются весьма заинтересованными лицами в выборе методики подсчета и изменении величины индикатора в положительную сторону. В материалах Комитета лесного

и охотничьего хозяйства Республики Казахстан имеются только цифры по площади ежегодно высаживаемых лесов (в гектарах).

Напротив, для формирования индекса экологической эффективности оценивается индикатор уменьшения площади лесов в % от всей площади лесов по данным космических спутников.

Такой индикатор позволяет объективно и документально оценить реальное изменение площади лесов. Согласно индексу EPI 2014 Казахстан теряет в год 0,27 % своих лесов, т.е. общая площадь сведенных за год лесов составляет 212 кв.км.

В республиканской статистической отчетности применяется «Валовой выброс загрязняющих веществ на единицу территории». Однако для Казахстана этот индикатор не пригоден, так как дает искаженную информацию. Известно, что в Казахстане заселена только малая часть территории, на которой и происходит большинство выбросов от размещенной там индустрии. Для упомянутого индикатора количество выбросов делят на всю территорию Казахстана, включая сотни тысяч квадратных километров полностью безлюдных земель. Таким образом, происходит искусственное занижение величины показателя.

На мой взгляд, необходимо внедрять такие относительные показатели, как «Валовой выброс загрязняющих веществ на одного человека» или «Валовой выброс загрязняющих веществ на единицу ВВП», которые будут адекватно отражать экологическую нагрузку на население и экологическую эффективность экономики.

Весьма показательно, что при расчете индекса экологической эффективности отмечена устойчивая положительная связь между значениями индекса противодействия коррупции и показателя экологической эффективности. Страны с более высоким значением индекса противодействия коррупции экологически эффективнее стран с низкой оценкой противодействия коррупции.

Наблюдается также прямая связь между EPI и степенью прозрачности и подотчетности при противодействии коррупции в общественном секторе. Чем прозрачней противокоррупционная деятельность, тем экологически эффективнее действует общество [7].

В заключение хотелось бы отметить, что амбициозная цель вхождения в 30 наиболее развитых стран мира сулит не только повышение экономического роста и конкурентоспособности страны, но и повышение экологической эффективности государства, включая рациональное использование природных ресурсов, гармонизацию национального законодательства с наилучшими мировыми практиками, снижение антропогенной нагрузки на окружающую среду и применение малоотходных и безотходных технологий. В первую очередь необходимо внедрение индикативного планирования, максимально коррелирующего с международнопризнанными показателями EPI.

Список литературы

- 1 Послание Нурсултана Назарбаева народу Казахстана от 14 декабря 2012 года «Стратегия «Казахстан – 2050»: Новый политический курс состоявшегося государства». — [ЭР]. Режим доступа: adilet.zan.kz
- 2 Полный отчет и анализ. Индекс экологической эффективности 2014. Йельский центр экологической политики и права при Йельском университете. — [ЭР]. Режим доступа: <http://epi.yale.edu/epi/country-profile/kazakhstan>
- 3 О Концепции по переходу Республики Казахстан к зеленой экономике: Указ Президента Республики Казахстан от 30 мая 2013 года № 577. — [ЭР]. Режим доступа: strategy2050.kz
- 4 Приказ Министра энергетики Республики Казахстан от 28.10.2014 года № 79 «О Стратегическом плане Министерства энергетики Республики Казахстан на 2014–2018 годы». — [ЭР]. Режим доступа: energo.gov.kz
- 5 Chess C. et al. (2005). Communicating About Environmental Indicators. *Journal of Risk Research* 8 (1):63–75.
- 6 Ahmad Jafari Samimi (2008) Environmental Performance Index and Economic Growth: Evidence From Some Developing Countries. The University of Mazandaran, Babolsar, Iran.
- 7 Отчет Министерства охраны окружающей среды Республики Казахстан о научно-исследовательской работе «Научное обоснование системы индикаторов (целевых показателей) устойчивого развития для всех регионов (отраслей) Республики Казахстан» 2010 г.

Ә.Т.Ынтымакова

Қазақстан Республикасының экологиялық тиімділік индексындағы орны. Мәселелері және болашағы

Мақалада экологиялық тиімділік индексі есебінің әдіснамасы қарастырылған. Аталмыш индекстің 10 категориясы бойынша Қазақстан Республикасының деректері талқыланған. Автормен Қазақстан Республикасының төзімді даму бойынша нысаналы көрсеткіштерін айқындау әдістемесі және экологиялық тиімділік индексі көрсеткіштерімен максималды корреляциялау мақсатымен экологиялық көрсеткіштер ұлттық жүйесін жақсарту бойынша ұсыныстар берілген.

A.T.Intymakova

The Republic of Kazakhstan in the environmental performance index. Problems and prospects

In this paper has been described the methodology for calculating the Environmental Performance index, has been analyzed the data of the Republic of Kazakhstan on 10 categories of the index, has been represented the current method of determining the targets of sustainable development of the Republic of Kazakhstan and has been given recommendations for improvement of the national system of environmental indicators in order to maximize the correlation with indicators of The Environmental Performance index.

References

- 1 *Message of President Nursultan Nazarbayev to the people of Kazakhstan from December 14, 2012 «Strategy» Kazakhstan – 2050»: new political course held state», adilet.zan.kz*
- 2 *The full report and analysis. Environmental Performance Index 2014 Yale Center for Environmental Policy and Law at Yale University, <http://epi.yale.edu/epi/country-profile/kazakhstan>*
- 3 *On the Concept of the Republic of Kazakhstan for the transition to a green economy: Decree of the President of the Republic of Kazakhstan dated May 30, 2013 № 577, strategy2050.kz*
- 4 *Order of the Minister of Energy of the Republic of Kazakhstan dated 28.10.2014, № 79 «On the Strategic Plan of the Ministry of Energy of the Republic of Kazakhstan for 2014–2018», energo.gov.kz*
- 5 Chess C. et al. (2005). *Communicating About Environmental Indicators*. Journal of Risk Research 8 (1):63–75.
- 6 Ahmad Jafari Samimi (2008) *Environmental Performance Index and Economic Growth: Evidence From Some Developing Countries*. The University of Mazandaran, Babolsar, Iran.
- 7 *Report of the Ministry of Environment of the Republic of Kazakhstan on the research work «Scientific substantiation of a system of indicators (targets) of sustainable development for all regions (sectors) of the Republic of Kazakhstan» in 2010.*

АВТОРЛАР ТУРАЛЫ МӘЛІМЕТТЕР СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

- Abayev, A.A.** — Master, Senior lecturer of finance department of economic faculty, Ye.A.Buketov Karaganda State University.
- Abilshaikov, N.B.** — Candidate of economic sciences, Associate professor of department is «Management», S.Toraiygyrov Pavlodar State University.
- Aiyguzhinova, D.Z.** — Docent of finance and accounting department, Candidate of economic sciences, S.Toraiygyrov Pavlodar State University.
- Akbayev, Ye.T.** — Candidate of economic sciences, Associate professor of finance department of economic faculty, Ye.A.Buketov Karaganda State University.
- Akhmetova, A.S.** — Master, Senior lecturer of «Management» department of economic faculty, Ye.A.Buketov Karaganda State University.
- Aymurzinov, M.S.** — Candidate of economic sciences, Senior lecturer of economy and management chair, Z.Aldamzhar Kostanai Social-technical University.
- Baiymukhamedova, G.S.** — Candidate of economic sciences, Senior lecturer of economy and management chair, Z.Aldamzhar Kostanai Social-technical University.
- Brendan, McMahon** — Managing Director of TOTAL E&P Kazakhstan, Franze.
- Zhunusbekova, G.A.** — Associate professor, PhD in Economics, Deputy head of the Center of Academic Programs, Academy of Public Administration under the President of the Republic of Kazakhstan, Astana.
- Yerzhanov, T.N.** — Candidate of economic sciences, S.Toraiygyrov Pavlodar State University.
- Yessengeldina, A.** — Candidate of economic sciences, Associate professor, the Academy of Public Administration under the President of the Republic of Kazakhstan, Astana.
- Gary Stanley, Becker** — The Nobel Prize of Economics sciences in 1992 Pottsville, University of Chicago, USA.
- Gorelova, N.S.** — PhD in Economics, M.Dulatov Kostanai Engineering and Economic University.
- Intymakova, A.T.** — PhD, Student first-year of the Academy of public administration under the President of the Republic of Kazakhstan, speciality «state and local management», Astana.
- Kadyrova, M.B.** — Associate professor, PhD in Economics, Deputy head of Institute of Management Academy of Public Administration under the President of the Republic of Kazakhstan, Astana.
- Karenov, R.S.** — Head of the «Management» chair, Doctor of economics, Professor, Ye.A.Buketov Karaganda State University.
- Kazbekov, T.B.** — Senior lecturer of chair «Management» candidate of economic sciences, Ye.A.Buketov Karaganda State University.
- Kosdauletova, R.E.** — PhD student, Karaganda Economic University.
- Kozhabatchina, G.M.** — Master, Senior lecturer of Finance department of economic faculty, Ye.A.Buketov Karaganda State University.
- Kunanbayeva, D.A.** — Associate professor of the Department of Economics and Management, Kazakh Ablai Khan University of international relations and world languages, Almaty.
- Kuttybayeva, N.B.** — PhD student of Karaganda Economic University, Senior lecturer of «EMB» department of economic faculty, Ye.A.Buketov Karaganda State University.

- Madiarova, D.M.** — PhD, Professor, L.N.Gumilyov Eurasian National University Department of Economics, Astana.
- Mamrayeva, D.G.** — Candidate of economic sciences, Associated professor of the Marketing Department, Ye.A.Buketov Karaganda State University.
- Mishulina, O.V.** — Doctor of Economics, Professor, A.Baiytursynov Kostanaiy State University.
- Mukanova, A.S.** — Master, Senior Lecturer of «Management» department of economic faculty, Ye.A.Buketov Karaganda State University.
- Nurgaliyev, Ye.A.** — «Economics», S.Toraiygyrov Pavlodar State University.
- Nurgaliyeva, A.A.** — Candidates's degree in economic sciences, S.Toraiygyrov Pavlodar State University.
- Nurpeisov, B.G.** — Candidate of economic sciences, Associate professor of «EMB» department of economic faculty, Ye.A.Buketov Karaganda State University.
- Pritvorova, T.P.** — Doctor of Economics, Professor of chair «EMB», Ye.A.Buketov Karaganda State University.
- Rakhimbayeva, A.A.** — Doctor PhD, L.N.Gumilyov Eurasian National University, Astana.
- Salikhova, A.R.** — Docent of Finance and Accounting department, S.Toraiygyrov Pavlodar State University.
- Sartova, R.B.** — Candidates's degree in economic sciences, Associate professor department of «Management», S.Toraiygyrov Pavlodar State University.
- Stybayeva, A.Z.** — Master, Lecturer of «Management» department of economic faculty, 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.
- Titkov, A.A.** — Candidate of economic sciences, Associate professor of department is «Economic», S.Toraiygyrov Pavlodar State University.
- Tul'yeva, A.B.** — Master student of Finance department of economic faculty, Ye.A.Buketov Karaganda State University.
- Zhakina, G.Ye.** — Master, Lecturer of «EMB» department of economic faculty, Ye.A.Buketov Karaganda State University.
- Zherdev, A.A.** — Saint-Petersburg University of Humanities unions, Russia.
- Shayekina, Zh.M.** — Doctor of economic sciences, Professor of the Marketing Department, Ye.A.Buketov Karaganda State University.