

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



ХАБАРШЫ ВЕСТНИК BULLETIN

«Экономика» сериясы
Серия «Экономическая»
«Economic» series
№1(55)

Алматы, 2018
Almaty, 2018

Хабаршы. «Экономика» сериясы. – Алматы: Абай атындағы ҚазҰПУ. – 2018. – №1(55). – 122 бет.

Вестник. Серия «Экономическая». – Алматы: КазНПУ имени Абая. – 2017. – №1(55). – 122 с.

Bulletin. «Economic» series. – Almaty: Abay KazNPU. – 2017. – №1(55). – 122 pp.

Бас редактор

экон.ғыл.д., профессор **Б.Д. ИМАНБЕРДИЕВ**

Редакция алқасы:

экон.ғыл.д., профессор **А.С. Смагулов** (бас ред. орынбасары),

ҚР ҰҒА академигі, экон.ғыл.д., профессор **К.Н. Нармбаев,**

экон.ғыл.д., профессор **Г.Б. Нурлихина,**

экон.ғыл.д., профессор **К.Р. Касенов,**

экон.ғыл.д., доцент **Е.К. Калдыбаев,**

Phd doctor universitat intarnacional de Catalunya

Victor Pou Serradell (Испания),

экон.ғыл.д., профессор **Б.А. Токсабаева** (Қырғызстан),

ScD, Assoc.Professor **В.Рудзкене** (Литва),

PhD, professor **М.М. Перез** (Испания),

экон.ғыл.д., профессор **К.Д. Джумабаев** (Қырғызстан),

экон.ғыл.д., профессор **А.В. Череп** (Украина),

экон.ғыл.д., профессор **Е.В. Вознюк** (Латвия),

магистр-оқытушы **А.К. Адельбаева** (жауапты хатшы).

Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті, 2018

Главный редактор
д.э.н., профессор **Б.Д. ИМАНБЕРДИЕВ**

Редакционная коллегия:

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

Казахский национальный педагогический университет имени Абая, 2018

Editor in chief

B.D. IMANBERDIEV *Doctor of economic Sciences, Professor*

Editorial staff:

A.S. Smagulov (deputy editor) *Doctor of economic sciences, professor*

K.N. Naribaev *Doctor of economic sciences, professor,
Academician of the National Academy of Science
of the Republic of Kazakhstan*

G.B. Nurlihina *Doctor of economic sciences, professor*

K.R. Kassenov *Doctor of economic sciences, professor*

E.K. Kaldybaev *Doctor of economic sciences, Associate Professor*

Victor Pou *Ph.D Doctor International University of Catalonia (Spain)*

B.A. Toksabaeva *Doctor of economic sciences, professor (Kyrgyzstan)*

V.Rudzkene *ScD, Assoc.Professor (Lithuania)*

M.M. Perez *Ph.D., professor (Spain)*

K.D. Dzhumabaev *Doctor of economic sciences, professor (Kyrgyzstan)*

A.V. Cherep *Doctor of economic sciences, professor (Ukraine)*

E.V.Voznyuk *Doctor of economic sciences, professor (Latvia)*

A.K. Adelbaeva *Master of science, teacher (Executive Secretary)*

Abai Kazakh National Pedagogical University, 2018

ТЕОРИЯ ЖӘНЕ ӘДІСТЕМЕ **ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ**

УДК 658.011.46
МРНТИ 06.51.25

Нурлихина Г.Б.¹, Орманова А.Б.²

*¹Казахский национальный педагогический университет имени Абая,
г. Алматы, Казахстан*

*²Казахский национальный педагогический университет имени Абая,
г. Алматы, Казахстан*

СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНЫМИ КОМПАНИЯМИ В КОНТЕКСТЕ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Аннотация

Основной тенденцией развития современной мировой экономики является глобализация. В настоящее время мир переходит от исторического периода, для которого была свойственна абсолютизация интересов национальной экономики, к новому этапу – глобальной экономике, которая не имеет единой системы регулирования.

Уникальным инструментом и фактором глобализации мировой экономики являются современные международные предприятия. Следовательно, изучение их организационного развития в условиях глобализации мировой экономики представляет большой интерес и значение. Современный этап характеризуется тенденцией к увеличению числа международных фирм на развивающихся рынках в результате воздействия глобализации на экономики этих государств. В данных условиях крупнейшие международные компании планируют свою деятельность не в локальном, а в глобальном масштабе. На основе этого подхода глобальное руководство предприятий ведет к усилению международного взаимодействия экономических, социальных и политических структур. Быстрый рост многонациональных корпораций в мировой экономике вызывает новые задачи для экономистов, а также для политиков и гражданского общества в целом.

Ключевые слова: глобализация, международные организации, стратегия управления, филиалы, глобальная интеграция, локальная адаптация

Г.Б. Нурлихина¹, А.Б. Орманова²

¹ Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті,
Алматы қ., Қазақстан

¹ Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті,
Алматы қ., Қазақстан

ХАЛЫҚАРАЛЫҚ КОМПАНИЯЛАРДЫ ЖАҒАНДАНУ ЖАҒДАЙЫНДА БАСҚАРУ СТРАТЕГИЯЛАРЫ

Аңдатпа

Жаһандану – қазіргі әлемдік экономикасы дамуының негізгі үрдісі. Бүгінгі күнде ғалам ұлттық экономиканың мүддесін абсолюттандыру қасиеттері тән тарихи кезеңінен, жаңа, бірыңғай нормативтік жүйесі жоқ әлемдік экономика кезеңіне ауысу барысында.

Заманауи халықаралық кәсіпорындар әлемдік экономиканың жаһандануындағы бірегей құралы және факторы болып табылады. Демек, әлемдік экономиканың жаһандану процесінде кәсіпорындардың ұйымдық дамуын зерттеу жұмыстары үлкен қызығушылық тудырып, маңыздылығын ұлғайтады. Мемлекет экономикасына зор әсерін тигізетін басты себеп – нарықта халықаралық фирмалар санының артуы. Мұндай жағдайда ірі халықаралық компаниялар өзінің жұмыс жоспарын аймақтық деңгейде емес, жаһандық деңгейде жоспарлайды. Осыған орай, кәсіпорындардың жаһандық көшбасшылығы экономикалық, әлеуметтік және саяси құрылымдардың халықаралық өзара қарым-қатынасын нығайтуына алып келеді. Көп ұлтты корпорациялардың әлемдік экономикадағы қарқынды дамуы экономистер, сондай-ақ саясаткерлер мен азаматтық қоғам үшін жаңа шешім талап ететін, сұрақтарға алып келеді.

Түйін сөздер: жаһандану, халықаралық ұйымдар, басқару стратегиясы, салалар, жаһандық интеграция, жергілікті бейімделу

Nurlikhina G.¹, Ormanova A.²

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

²*Kazakh National Pedagogical University named after Abai,
Almaty, Kazakhstan*

STRATEGIES OF MULTINATIONAL COMPANIES MANAGEMENT IN THE CONTEXT OF GLOBALIZATION

Abstract

The main trend of the contemporary world economy development is globalization. The world is now moving from the historical period, for which the absolutization of the national economy interests was typical, to a new stage – a global economy that does not have a single regulatory system.

A unique tool and factor in the globalization of the world economy are modern international enterprises. Consequently, the study of their organizational development in the context of the global economy globalization is of great interest and importance. The current phase is characterized by a trend towards an increase in the number of international firms in the emerging markets as a result of the globalization impact on the economies of these countries. In these circumstances the largest international companies are planning their operations not on a domestic, but on a global scale. Based on this approach, a management of global firms leads to reinforcement of the international conjunction of economic, social and political structures. The rapid growth of multinational corporations in the world economy raises new challenges for economists, as well as for politicians and civil society in general.

Keywords: globalization, multinational organizations, management strategy, branches, global integration, local adaptation

Мотивами возникновения международных компаний (МНК) явились расширение рынков сбыта, получение доступа к дешевым ресурсам, приобретение собственности за рубежом, экономии на масштабах производства, диверсификации производства. Одной из целей международной предпринимательской деятельности корпораций было обеспечение конкурентных преимуществ фирме в перспективе. Достижение этой цели связано с повышением качества производимых товаров и услуг, оптимизацией внутрифирменных связей, эффективным взаимодействием с поставщиками, сбытовиками и покупателями. МНК достигали экономии на транспортных издержках при развитии системы взаимных поставок, налаживании общей сбытовой

сети, обмене подразделений корпорации всеми видами ресурсов (финансовыми, кадровыми, научными, информационными).

На современном этапе, начавшемся в 80-е гг. и продолжающемся по настоящее время, появляется новая форма международных корпораций – глобальная. Качественные отличия глобальных корпораций заключаются в том, что они нацелены на завоевание не отдельных сегментов мирового рынка, а ключевых позиций во всей мировой экономике. На достижение этой цели направлены НИОКР, производство, управление, глобальный маркетинг и послепродажное обслуживание, система связи с потребителями.

Стремясь стать эффективными, международные компании (МНК) пытаются разрешить противоречие между глобальной организацией своих бизнес-процессов и необходимостью учитывать местные условия. Крупные международные компании пытаются не только адаптировать свою продукцию на местных рынках, но и получить доступ к локальным знаниям и опыту.

Во главе МНК находится материнская компания, от которой зависят дочерние организации в разных странах. Также, помимо связей между материнской компанией и ее филиалами, происходит взаимодействие и между дочерними предприятиями между собой.

Целью данной работы является изучение стратегий, используемых различными МНК для оптимизации своих бизнес-процессов между материнскими компаниями и филиалами и получения максимальной эффективности своей деятельности. Для достижения поставленной цели были рассмотрены труды различных зарубежных исследователей, посвященных рассмотрению стратегий и подходов к управлению международной компанией, проведен сравнительный анализ основных концепций.

Как было сказано выше, на деятельность МНК влияют два комплекса стратегических факторов, которые, по крайней мере, частично противоречат друг другу, а именно факторы глобальной интеграции и стандартизации бизнеса и факторы, требующие локальной адаптации. В рамках данной концепции интеграции/адаптации (I/R-framework) [1] была предложена типология стратегий МНК, основанная на исследованиях таких ученых, как И.Доз [2], К.Прахалад [3] и работах К.Бартлетта и С.Гошала [4].

Схожая типология МНК, также известная в исследованиях международного бизнеса, была предложена Г.Перлмуттером [5]. В данной

концепции он признает, что менеджеры МНК имеют разные взгляды и разное «состояние ума», то есть установки, на которых принимаются ключевые решения в МНК.

Также, не так давно профессором П.Гемаватом [6] из Гарвардской бизнес-школы была предложена трехмерная структура для описания международной стратегии – так называемая концепция глобализационных стратегий «Треугольник ААА», включающая адаптацию, агрегацию и арбитраж, в качестве усовершенствованной концепции описания стратегий МНК.

Факторы для глобальной интеграции и факторы локальной адаптации. Глобальная интеграция означает объединение международной деятельности МНК во всех странах, выявление сильных сторон компании и попытку добиться синергетического эффекта. Факторами глобальной интеграции являются знания, схожесть потребительских предпочтений в современном мире, экономия масштаба и массового производства, гомогенность поставщиков и конкурентов.

Локальная адаптация – это способность компании гибко реагировать на особенности ведения бизнеса в разных странах. Факторы для локальной адаптации – различия в потребительских запросах, различия в условиях функционирования локальных рынков, особенности дистрибуции, юридические нюансы.

Хотя оба комплекса факторов взаимосвязаны, они не рассматриваются как противоположные крайности, а скорее как два отдельных параметра измерения. На основе этих параметров создана матрица (таблица 1).

Таблица-1. Основные характеристики стратегий международных компаний

Факторы для глобальной интеграции	Высокие	Глобальная стратегия	Транснациональная стратегия
	Низкие	Интернациональная стратегия	Мультинациональная стратегия
		Низкие	Высокие
		Факторы Локальной адаптации	

Примечание: адаптировано с Bartlett/Ghoshal, 1998. – С.203 [4].

На основании данной матрицы можно составить следующую таблицу (таблица 2).

Таблица-2. Основные характеристики стратегий международных компаний

Тип компании	Основные характеристики стратегии
Интернациональная компания	Компания не адаптируется к конкретной принимающей стране, но при этом и глобальная деятельность не является определяющей. Присутствует сильная зависимость иностранной дочерней компании от материнской. Продукция и технологии разрабатываются для внутреннего рынка, распространяются на другие страны со схожими рыночными характеристиками, затем распространяются повсюду.
Глобальная компания	Централизует свою стратегическую, управленческую и маркетинговую политику. Выгода достигается за счет экономии на масштабе и эффективной деятельности на глобальном уровне. Продукция разрабатывается для удовлетворения потребностей целого ряда стран. Наиболее значимые ресурсы сосредоточены в штаб-квартире, а решения централизованны. НИОКР и инновации также сосредоточены в стране проживания. Специфические местные потребности нередко игнорируются.
Многонациональная компания	Основное внимание уделяется национальным различиям для достижения своих стратегических целей. Продукты, процессы, стратегии и даже системы управления могут быть гибко модифицированы для каждой страны, чтобы адаптироваться к местным потребностям и нормам. Эта адаптация к местным рынкам облегчается за счет локального производства, исследований и разработок. Дочерние компании не зависят от штаб-квартиры, и также не связаны с дочерними компаниями-партнерами в других странах. Организация принимает форму децентрализованной федерации.
Транснациональная компания	Транснациональная стратегия нацелена одновременно на то, чтобы в полной мере реагировать на местные потребности, но при этом достигать преимуществ глобальной интеграции. Продукты должны быть конкурентоспособны в мировом масштабе, однако видоизменяются и адаптируются в соответствии с требованиями местных рынков. Наряду с централизацией одних процессов в главном управлении происходит децентрализация других среди дочерних компаний и они интегрируются в результате их взаимодействия. Инновации создаются в разных местах и впоследствии распространяются по всему миру, а иностранные дочерние компании могут выполнять стратегические функции, например, для производства конкретных продуктов или в качестве центров передового опыта.

Транснациональная компания как “Идеальный тип”. Многие транснациональные компании накопили огромный опыт организационного развития. Транснациональные компании добиваются успехов в управлении зарубежными предприятиями, сочетая международную интеграцию производства и локальную гибкость управления. Они опираются на взаимозависимость и взаимодополняемость ресурсов и функций подразделений организации, набор эффективных интеграционных механизмов их взаимодействия, мощную корпоративную поддержку и хорошо продуманную стратегию управления в глобальном масштабе. Транснациональные компании достигают такого взаимодействия между их подразделениями, поощряя распределение между ними не только потоков материальных ресурсов, готовой продукции и капитала, но и опыта и знаний. Но хотя этот тип стратегии часто рассматривается как идеальный тип в бизнес-литературе, он очень амбициозный, дорогостоящий и сложный в реализации. Некоторые авторы рекомендуют транснациональную модель только для МНК, которые сталкиваются со сложной средой с одинаково высокими потребностями в интеграции и адаптации. Однако все больше и больше отраслей промышленности в настоящее время требуют данной стратегии в международном бизнесе, благодаря глобализации с одной стороны и конкуренции с другой.

Концепция EPRG Г.Перлмуттера. Для понимания стратегий интернализации компаний полезно также использовать известную модель EPRG, которую разработал Говард Перлмуттер. Перлмуттер разработал схему EPRG, различая этноцентрические, полицентричные, региоцентрические и геоцентрические стили управления. В данной концепции он признает, что менеджеры МНК имеют разные взгляды и разное «состояние ума», на которых принимаются ключевые решения в МНК.

- Этноцентрические корпорации ориентированы на материнскую страну. Этноцентрические менеджеры полагают, что их сограждане более образованны, надежны и достойны доверия, чем иностранцы. Все руководство корпорации осуществляется из центра, расположенного на родной территории. Соотечественники занимают ключевые управленческие должности и работают в представительствах корпорации за рубежом.

- Полицентричные фирмы выстраивают свои стратегии на убеждении, что ведение бизнеса от страны к стране сильно различается, и

адаптация необходима. Они признают, что местные сотрудники более эффективны для решения этой задачи и что децентрализованные решения помогают эффективно использовать местные различия.

- Региоцентрические компании характеризуются высокой взаимозависимостью на региональном уровне. Руководители таких компаний убеждены, что их деятельность в данном регионе может успешно координировать только представитель этого региона. Стратегии, продукты, процессы и т.д. тесно координируются в разных регионах (например, в Европе, Северной Америке), а сами же регионы действуют относительно независимо друг от друга.

- Геоцентрические корпорации ориентированы на весь мир, считают своей целью создание единой международной интегрированной системы. Геоцентризм требует сотрудничества между штабами и филиалами для создания универсальных стандартов с допустимыми местными вариантами. Различные регионы объединены международным системным подходом к принятию решений. Новые идеи независимо от места их появления свободно перемещаются из страны в страну. Ресурсы выделяются с учетом мировых потребностей. Географические границы стираются, создаются функциональные и производственные структуры во всемирном масштабе. При отборе специалистов важна лишь профессиональная компетенция, а не национальная принадлежность. Хорошо отлаженная система вознаграждений и поощрений вынуждает менеджеров отказаться от национальных предубеждений ради решения мировых задач.

Концепция стилей управления EPRG и концепция глобализации/адаптации I/R-Framework : сходства и различия.

Хотя сходство двух концепций очевидно, существуют два основных отличия. В то время как структура стандартизации/адаптации зависит от внешних обстоятельств, Перлмуттер предлагает более качественное объяснение, основанное на стиле управления или «состоянии ума». Во-вторых, «региоцентрический» подход, который очень распространен среди современных МНК, а также очень influential в современной бизнес-литературе был описан Перлмуттером, не рассматривается в I/R-framework концепции.

Концепция глобализационных стратегий «Треугольник AAA».

Другой ученый из Гарвардской бизнес-школы П.Гемават предложил трехмерную структуру для описания международной стратегии. Он опирается на понятия интеграции и адаптации, но расширяет их.

Как утверждает Гемават, противоречие между двумя понятиями можно нивелировать третьим подходом: арбитражем. Фактически, в этом третьем измерении Гемават предлагает подход, который Бартлетт и Бимишуке включили в свое описание транснациональной стратегии, но которые они слили в одно понятие с «локальной адаптацией».

Так называемый «треугольник AAA» предлагает три вида международных стратегий:

- Адаптация предполагает увеличение продаж за счет оптимального использования локальных особенностей.
- Агрегирование намеревается достичь эффекта масштаба за счет создания глобальных операций. Она включает стандартизацию товара или услуги, предлагая и группируя процессы разработки и производства.
- Арбитраж – это использование различий между национальными или региональными рынками, часто путем размещения отдельных составляющих канала поставок в разных местах – например, телефонные центры информационной поддержки клиентов в Индии, заводы в Китае и розничные магазины в Западной Европе.

Гемават подчеркивает, что компании могут добиться прогресса во всех трех измерениях, но между ними существует существенная напряженность. Поэтому эффективно использовать все три измерения сложно, и МНК должны вместо этого сделать стратегический выбор и определить приоритетность своих усилий, что обычно приводит к сосредоточению на одном или двух измерениях.

Стратегия или стратегический выбор.

Глобализация стратегии должна быть согласована с потенциалом глобализации отрасли. Но тем не менее, компании имеют определенный уровень свободы в разработке стратегии, которая называется стратегическим выбором. МНК могут выбирать альтернативные стратегии на основе их внутренних ресурсов, стратегических приоритетов и других соображений. Разумеется, внешние характеристики являются лишь одной из составляющих фактора, влияющих на стратегию компании, и внутренние силы также играют важную роль в определении стратегии. Аналогичным образом, следует признать, что стратегия МНК не обязательно приводит к единообразию на уровне дочерних компаний. В транснациональных организациях роль каждого дочернего предприятия планируется отдельно. Даже в глобально ориентированных МНК некоторые

дочерние компании будут иметь более высокую степень свободы и могут даже взять на себя стратегические роли. С интенсификацией экономических процессов и их усложнением развиваются стратегии организационного управления международных компаний. На основании вышесказанного, можно сделать вывод, что все типы стратегий могут быть применимыми – при определенных обстоятельствах, и что сложность транснациональной стратегии является амбициозной и оправданной только в том случае, если требования внешней среды являются сложными, с одновременными высокими потребностями в глобальной интеграции и локальной адаптации. Эта ситуация возникает все чаще и, следовательно, транснациональная стратегия, скорее всего, станет более распространенной в будущем. Благодаря современным технологиям, внедрение многофункциональных корпоративных информационных систем позволяет материнской компании разрабатывать глобальные стратегические подходы, в которых она может принимать во внимание и активно использовать современный мировой рынок. Благодаря долгосрочно построенной стратегии крупнейшие международные компании достигают стабильных темпов роста, увеличивают свою долю на рынке, достигают баланса между сферами своей деятельности. В то же время одним из основных способов конкуренции является способность быстро адаптироваться к изменениям на мировом рынке, а также готовность внедрять инновационные методы управления и производства. Стратегическая концепция «треугольник ААА» показывает, что полезно изучить третье измерение стратегии МНК, арбитраж.

Список использованной литературы:

- 1 Morschett D., Schramm-Klein H., Zentes J. *Strategic International Management. Text and Cases. Springer Fachmedien Wiesbaden, 2015. – P.25-49.*
- 2 Doz Y.L. *Strategic Management in Multinational Companies. Sloan Management Review, 1980. – T.21. – №1. – P.27-46.*
- 3 Prahalad C., Doz. *The Multinational Mission: Balancing Local Demands and Global Vision. – New York: The Free Press, 1987.*
- 4 Bartlett C., Ghoshal S. *Managing Across Borders: The Transnational Solution. – Boston: Harvard Business Review Press, 1998. – P.203-229.*
- 5 Perlmutter H. *The Tortuous Evolution of the Multinational Corporation. Columbia Journal of World Business, 1969. – P.9-18.*
- 6 Ghemawat P. *Managing Differences: The Central Challenge of Global Strategy. Harvard Business Review, 2007. – T.85. – №3. – P.59-68.*

Иманбердиев Б.Д.¹, Касымбаева Н.С.²

*¹Казахский национальный педагогический университет имени Абая,
г. Алматы, Казахстан*

*¹Казахский национальный педагогический университет имени Абая,
г. Алматы, Казахстан*

КОНЦЕПЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ И ИСТОРИЯ ЕЕ РАЗВИТИЯ В КАЗАХСТАНЕ

Аннотация

В последнее время в нашей стране особое внимание уделяется управленческой деятельности в сфере образования, что обусловлено большим влиянием качества образовательной системы на экономику страны. Качественное образование обеспечивает подготовку высококвалифицированных специалистов приоритетных для страны специальностей, а это значит, что благосостояние страны и эффективное управление образовательной деятельностью взаимосвязаны. Несмотря на то, что история менеджмента начинается с XX века, менеджмент в сфере образования появился относительно недавно и все еще требует усовершенствования. Менеджмент образования исследовался многими учеными, как зарубежными, так и отечественными, что повлияло на повышение внимания к этой дисциплине. Однако в некоторых источниках при определении менеджмента авторы предпочитают переводить это понятие как «управление», что является не совсем корректным, так как «менеджмент» имеет более широкое значение чем «управление». Именно по этой причине стоит углубиться в значение этого понятия, а также прояснить определение «менеджмента в образовании» и историю его развития в нашей стране для лучшего понимания его значимости.

Ключевые слова: менеджмент, управление, образование, образовательная программа, история образования, модель управления, уровни управления

Б.Ж. Иманбердиев¹, Н.С. Қасымбаева²

*¹Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті,
Алматы қ., Қазақстан*

*²Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті,
Алматы қ., Қазақстан*

БІЛІМ БЕРУДІ БАСҚАРУДЫҢ ТҰЖЫРЫМДАМАСЫ ЖӘНЕ ОНЫҢ ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ДАМУ ТАРИХЫ

Аңдатпа

Соңғы уақытта біздің елімізде білім беру саласындағы басқаруға ерекше көңіл бөлінуде, оның негізгі себебі – білім беру жүйесінің сапасының еліміздің экономикасына тигізетін әсері. Сапалы білім беру мемлекетімізді маңызды мамандықтар бойынша жоғары білікті мамандармен қамтамасыз етеді, яғни бұл еліміздің әл-ауқаты мен білім беруді тиімді басқаруының өзара байланысты екенін білдіреді. Менеджменттің тарихы ХХ ғасырдан басталатынына қарамастан, білім беру саласындағы басқару жақында ғана пайда болды және әлі де жақсартуды қажет етеді. Білім беру менеджменті көптеген шетелдік және отандық ғалымдармен зерттелуі себепті осы пәнге назар арта түсті.

Алайда, кейбір кітаптарды зерттеп қараған жағдайда, авторлар осы ұғымды «басқару» деп аударғысы келеді, бұл негізінен дұрыс емес, себебі «менеджмент» «басқаруға» қарағанда кеңірек мағынаға ие. Сондықтан осы тұжырымдаманың мағынасын тереңірек қарау, сондай-ақ оның маңыздылығын жақсы түсіну үшін «білім берудегі басқаруды» және оның даму тарихын нақтылау жөн.

Түйін сөздер: басқару, менеджмент, білім беру, білім беру бағдарламасы, білім беру тарихы, басқару моделі, басқару деңгейі

Imanberdiyev B.D.¹, Kassymbayeva N.S.²

*¹Kazakh National Pedagogical University named after Abay,
Almaty, Kazakhstan*

*²Kazakh National Pedagogical University named after Abay,
Almaty, Kazakhstan*

THE CONCEPT OF MANAGEMENT OF EDUCATIONAL ACTIVITIES AND THE HISTORY OF ITS DEVELOPMENT IN KAZAKHSTAN

Abstract

Recently, in our country, special attention is paid to management in the field of education, which is due to great influence of the quality of educational system on our

country's economy. Qualitative education provides training of highly qualified specialists, which means interrelation between welfare of the country and effective management of education. Despite the fact that the history of management begins with the twentieth century, management in education has appeared relatively recently and still requires improvement. Educational management was studied by many scientists, both foreign and domestic. However, in some books, authors prefer to translate this concept as "governance", which is not entirely correct, since "management" has a wider meaning. That is why it is worth taking a deeper look at the meaning of "management", as well as clarifying the definition of "education management" and the history of its development in our country for a better understanding of its significance.

Keywords: management, governance, education, educational program, history of education, model of management, management levels

В современном мире все более значимую роль приобретает человеческий капитал, так как именно человеческий капитал является одним из факторов, которые влияют на уровень развития страны. К примеру, 2/3 ВВП многих развитых стран (Япония, США) составляет сфера услуг, что говорит о значимости обладания не только основным капиталом, но и специалистами, которые могли бы эффективно распоряжаться им. Экономическая эффективность страны обеспечивается с помощью высококвалифицированных кадров, способных грамотно распределять имеющиеся ресурсы. А это значит, что особое внимание должно уделяться обучению и подготовке таких специалистов. Поэтому одним из главных задач любого государства, в том числе и нашего, стоит обеспечение конкурентоспособности системы образования и качественное управление образовательной системой.

Для написания данной работы были изучены труды отечественных и зарубежных исследователей, посвященных менеджменту в образовании и менеджменту в целом. Также были рассмотрены государственные программы развития образования для анализа этапов развития отечественной образовательной системы, и формирования менеджмента в образовании в нашей стране.

Несмотря на то, что история менеджмента берет начало относительно с давних времен, менеджмент в сфере образования начал исследоваться недавно, поэтому множество вопросов в управлении образованием остаются открытыми, а само понятие «управление образованием» не имеет одно универсальное определение, так что на данный момент мы имеем множество определений этого понятия от разных авторов.

Помимо этого, среди некоторых русскоязычных авторов книг мы можем встретить слово «управление» как официальный перевод слова «менеджмент», что дает читателю неполное представление о менеджменте. Сложность перевода в том, что слово «менеджмент» имеет более широкое значение и более разнообразное употребление нежели «управление». Само слово «менеджмент» было заимствовано с английского языка и может означать не только функцию управления, но также дисциплину, область знаний, с помощью которого мы имеем возможность изучить искусство управления, организации деятельности; также это может означать методы и навыки, используемые для реализации управленческой деятельности. По мнению В.Б. Полуянова, такое разнообразное и широкое использование этого понятия обусловлено тем, что управленческая деятельность применяется во многих сферах жизни человека. Также наряду с различием в толкованиях понятия «менеджмент» у разных авторов, имеются различия и в определениях «менеджмента» в педагогической, социологической, финансовой, экономической и философской литературе [1]. Тем не менее, между всеми толкованиями есть некоторые сходства, и в большинстве случаев менеджмент трактуется как вид деятельности, орган управления, процесс управления, искусство и наука. Также В.Б. Полуянов считает, что для профессионального знания по менеджменту необходимо овладеть его различными инструментами, в целом он выделяет три инструмента (Рис. 1).



Рисунок-1. Инструменты профессионального знания по менеджменту

Примечание – приведено по источнику [1].

Как указывает А.А. Бисенбаева, одним из самых сложных видов деятельности вполне заслуженно считается управление, так как с помощью управления обеспечивается связь, сплоченность и целенаправленность многочисленных элементов сложной социальной системы [2]. Корнем слова «управление» служит глагол «править», что означает давать направление, ход, руководить действиями, заставлять идти нужным путем [3], в то время как Толковый словарь С.И. Ожегова определяет управление как деятельность органов власти [4].

Относительно педагогического менеджмента можно отметить, что и здесь присутствуют свои специфические особенности в управлении, что, в свою очередь также ведет к различиям в интерпретациях педагогического менеджмента. В целом педагогический менеджмент понимается как деятельность, направленная на организацию и распределение различных ресурсов (финансовых, материальных, человеческих, т.д.), необходимых для достижения поставленных целей (образовательного процесса). Педагогический менеджмент включает в себя не только такие виды деятельности как планирование, организация, контроль, корректировка и т.д., но еще состоит из определенных методов и технологий управления [5].

Несмотря на простоту определения, педагогический менеджмент является сложной системой, состоящей из организационных, воспитательных, управленческих, инновационных и многих других элементов, которые в свою очередь пересекаются с другими областями науки, таких как: социология, психология и т.д.

Л.С. Сырымбетова и Б.А. Жетписбаева отмечают переосмысление подходов к обучению и воспитанию с позиции науки управления, то есть процесс обучения теперь рассматривается как управленческая деятельность, направленная на воспитание личности и развитие нужных качеств [6]. В то же время, управление образовательной деятельностью реализуется сразу на нескольких уровнях: государственном, региональном, муниципальном и на уровне самой образовательной организации. На каждом уровне имеются свои источники управления и руководства, и каждый уровень имеет свои характерные особенности, которые необходимо принимать во внимание при решении определенных управленческих задач. Например, на государственном уровне управление образовательной деятельностью включает такие функции как: планирование и установка общих принципов управления, определение законодательной базы для развития всей

системы образования, определение типов образовательных учреждений, контроль над их деятельностью и т.д. В то же время, О.Я. Ермолаева указывает, что в отличие от других уровней управления образованием, на государственном уровне управление осуществляется не через прямой контакт с объектом управления, а формально, в документальной форме [7].

Наряду с различиями в управлении на разных уровнях иерархии также можно отметить и различия в подходах к управлению образовательной деятельностью в разных странах. В начале XX в. можно заметить большое влияние теории административного управления (А.Файоль) на управленческую деятельность многих стран, которое продолжалось до 30-ых годов. Затем, начиная с 50-ых годов, во многих странах началось переосмысление подхода к управлению, что привело к появлению трех основных типов эффективного управления (Рис. 2).

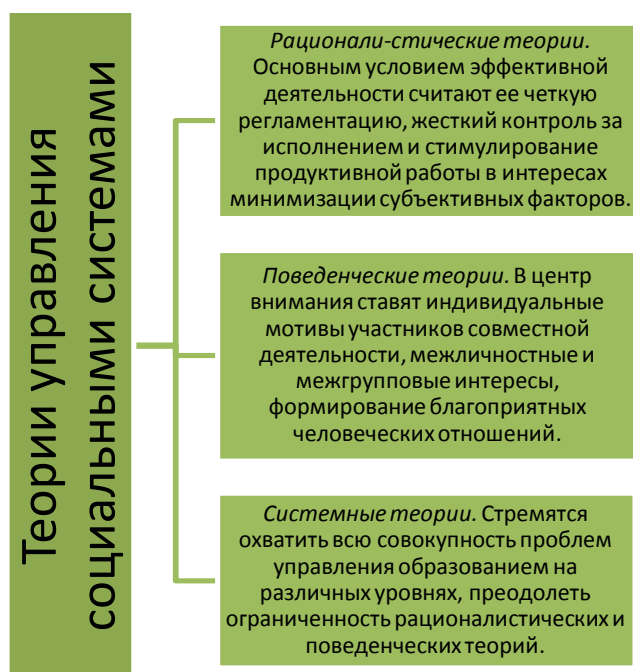


Рисунок-2. Теории управления социальными системами

Примечание – приведено по источнику [8].

Несмотря на то, что в некоторых источниках указываются три модели государственного управления, Б.Л. Вульфсон считает, что на данное время существуют две основные модели управления на

государственном уровне: централизованная и децентрализованная [9]. Централизованная модель управления означает, что основное право на принятие решений и контроль выполнения остается за верховным уровнем управления, такая модель практикуется в ряде стран, таких как Португалия, Греция, Испания, Италия, Франция. Противоположной этой модели управления является децентрализованная модель, которая предполагает ослабление сосредоточенности всей власти на верхнем уровне и передачу полномочий на нижние уровни иерархии, что ведет к усилению роли и ответственности региональных уровней управления. Реализацию децентрализованной модели можно наблюдать на примере США, где в каждом штате управление образовательной деятельностью ведется разными подходами, но в то же время подчиняется общим законам и принципам, установленным на верхнем уровне.

Страны СНГ, в том числе и Казахстан, переживают переход от строго централизованной модели к более демократической, причиной которому послужил распад СССР. Стоит отметить, что и в Законе РК «Об образовании» в ст. 3 особое внимание уделяется демократизации образовательной деятельности, что связано с необходимостью повышения роли региональных и муниципальных уровней образовательной системы [10].

Однако для достижения того уровня системы образования, которым мы обладаем на данный момент, казахстанская система образования прошла длинный и сложный путь развития, который принято делить на несколько этапов:

Первый этап развития (1991-1994) берет начало с получения независимости нашей страны и характеризуется формированием законодательной базы, регулирующей образовательную деятельность. Были пересмотрены подходы к управлению системой образования, установлены пути ее развития на основе принятой законодательной базы. Одним из приоритетных задач по реформированию образовательной системы было создание эффективной системы управления образованием на государственном и местных уровнях, способствующей увеличению доступности образования гражданам и приближению к международному уровню развития. Однако выполнение поставленных задач существенно осложнялась недостатком финансов в государственном бюджете, следствием чего явилось закрытие дошкольных и средних общеобразовательных

учреждений, а также отток учителей из сферы образования в сферу предпринимательства.

На втором этапе (1995-1999) развития системы образования наблюдались некоторые улучшения в связи с преобразованиями в законодательной базе и экономике. Происходит реформирование и модернизация системы высшего образования. Основной целью было профессиональная подготовка кадров для всех отраслей экономики, в том числе и для управленческой сферы.

На третьем этапе (1999-2000) наблюдается децентрализация управления и финансирования образования.

На четвертом этапе (2001-2007) наблюдается стратегическое развитие образовательной системы вузов и среднего образования. На основе Государственной программы развития образования РК на 2005-2010 годы были разработаны две государственные среднесрочные программы по развитию образования (первая программа на 2000-2005 гг., вторая программа на 2005-2010 гг.). Программа была нацелена на развитие системы высшего образования, что предусматривало ряд задач: формирование системы профессионального образования, трехуровневая система обучения (бакалавриат, магистратура, докторантура), 12-летнее среднее образование, кредитная система обучения, национальная система оценки качества образования.

Пятый этап (2005-2010) предполагает модернизацию образования и адаптацию системы образования к условиям рыночной экономики. Для обеспечения доступности образования для всех граждан республики была внедрена новая модель оценки качества образования. Таким образом, лица, желающие поступить в высшие учебные заведения, обязуются пройти Единое Национальное Тестирование, и по результатам тестирования выдаются гранты на обучение на те специальности, которые являются наиболее приоритетными для страны на данный период. Причиной этому послужило неравномерное распределение кадров по специальностям и уровням образования, что привело к нехватке кадров в строительных, технических и сельскохозяйственных специальностях, и увеличению кадров в сфере услуг. В 2007 году начинается реализация программы по внедрению двухдипломного образования; в 2008 году наблюдается переход к кредитной системе обучения; также с помощью программы «Болашак» у казахстанских студентов появляется возможность обучаться в зарубежных странах.

Шестой этап (2011-2020) характеризуется формированием и реализацией двухэтапной государственной программы развития образования (первый этап – 2011-2015 гг., второй этап – 2016-2020 гг.), одними из главных задач которой является повышение конкурентоспособности образования, создание государственно-общественной системы управления, развитие менеджмента в образовании, обеспечение подготовки специалистов со знанием английского, и т.д. [11].

На данный период управление образовательной деятельностью Казахстана реализуется на двух уровнях. На первом уровне разрабатываются нормы функционирования образовательной системы, совершенствуется законодательная база по управлению образованием. На втором уровне формируется стратегия развития.

В целом вся система образования на любом его этапе должна строиться для решения перспективных задач вхождения страны в число 30 конкурентных стран мира, что заведомо предполагает придание образовательным программам устремленности на решение будущих запросов развития национальной экономики, через обеспечение приоритетности в образовании новых знаний и новых обучающих практик.

Система образования, ориентированная в будущее, должна быть направлена на решение задач покрытия всех зон деятельности и человеческого познания, исходя из потребностей обеспечения глобальной конкурентоспособности страны. Она должна включать обязательные формы всеобщего образования для всех граждан страны; специального, как правило, для получения специальных и массовых профессий; выборочных в зависимости от потребностей отраслей экономики; уникальных в рамках международного разделения труда и выполнения специальных функций государственной службы и обеспечения безопасности страны.

Таким образом, рассмотрев различные определения управления образовательной деятельностью, а также проанализировав историю развития отечественной системы образования, можно отметить следующее:

Управление образовательной деятельностью осуществляется на государственном, региональном и муниципальном уровнях, также управление каждым из уровней имеет свою особенность. Понятия «менеджмент» и «управление» хоть и являются схожими и в некоторых источниках даются как синонимы, на самом деле «менед-

жмент» имеет более широкий характер. Также на основе определений различных авторов по менеджменту образовательной деятельности можно выделить следующее: менеджмент системы образования – это система, состоящая из методических, воспитательных, организационных, финансовых и прочих элементов, которые обеспечивают эффективную работу всей образовательной системы и достижение намеченных целей по ее развитию.

Управление образовательной системой принято делить на два вида: централизованное и децентрализованное. В результате реформирования системы образования в нашей стране наблюдается переход от централизованного вида управления к децентрализованному. В ходе реформирования системы образования были реализованы ряд задач по развитию и модернизации системы образования, а также модификации подходов к управлению образовательной деятельностью. Но, несмотря на то, что в сегодняшнее время в нашей стране особое внимание уделяется управленческой деятельности, существует ряд задач по усовершенствованию менеджмента в сфере образования которых предстоит выполнить для обеспечения конкурентоспособности системы образования.

Список использованной литературы:

- 1 Полуянов В.Б. *Организация и управление в сфере образования: Учеб. пособие.* – Екатеринбург: Изд-во Урал.Гос.Проф.-пед. ун-та, 2000. – 138 с.
- 2 Бисенбаева А.А. *Суцность управленческой деятельности // Менеджмент в образовании.* – 2003. – 2. – С.26-31.
- 3 Даль В.И. *Толковый словарь живого великорусского языка.* – Электрон. текстовые данные. – М.: ИДДК ГРУПП, 2004.
- 4 *Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологические выражения / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова.* – 4-е изд., доп. – М.: Азбуковник, 2002. – 943 с.
- 5 Симонов В.П. *Педагогический менеджмент. Ноу-хау в образовании: учеб. пособие.* – М.: Высшее образование; Юрайт-Издат., 2009. – 357 с.
- 6 Сырымбетова Л.С., Жетписбаева Б.А. *Педагогический менеджмент: Учеб. пособие.* – Караганда: Изд-во КарГУ, 2005. – 124 с.
- 7 Ермолаева О.Я., Лебедев П.Н. *Социально-психологический подход к изучению государственного управления // Психологический журнал.* – 1987. – №2. – С.21-31.
- 8 Кузнецова Е., Людмила В. *Внедрение инноваций в управленческую деятельность руководителя дошкольного образовательного учреждения: Учебник.* – Изд-во «Прометей», 2012. – 52 с.

9 Вульфсон Б.Л. Управление образованием на Западе: тенденции централизации и децентрализации // Педагогика, 1997. – №2. – С.110-117.

10 Закон Республики Казахстан «Об образовании». [Электронный ресурс]. – Алматы, 2007. – URL: <http://www.zakon.kz/> (дата обращения 12.03.2018).

11 Государственная программа развития образования РК на 2011-2020 гг. // Казахстанская правда. – 2010. – 14 дек.

УДК 658.8

МРНТИ 06.81.55

Джубалиева З.У.¹, Бегижанова Г.Ч.²

¹*Казахский национальный педагогический университет имени Абая,
г. Алматы, Казахстан*

²*Казахский национальный педагогический университет имени Абая,
г. Алматы, Казахстан*

РОЛЬ МАРКЕТИНГА В СОВРЕМЕННЫХ МОДЕЛЯХ ПОСТРОЕНИЯ БИЗНЕСА

Аннотация

Маркетинг – это концепция предпринимательской деятельности и политика целенаправленного использования системы рыночных инструментов для достижения предпринимательских целей благодаря наиболее полному удовлетворению потребностей клиентов. Под влиянием процесса глобализации и усиления конкуренции компании стараются находить новые бизнес модели, позволяющие адаптироваться в новых условиях. Изменяющиеся модели бизнеса соответственно вносят изменения в организацию маркетинговой деятельности.

Большинство специалистов в области маркетинга, рассматривая эволюцию концепций управления, опираются на пять концепций, выделяемых в научных трудах Ф.Котлера, – производственную, товарную, сбытовую концепции, а также концепции традиционного и социально-этического маркетинга.

Анализ теории и практики подтверждает, что если раньше предпосылками успеха были – изучение спроса, снижение издержек, логистика, а источниками победы над конкурентами – эффект масштаба, кривая обучения и хороший бизнес-план, то сейчас, в условиях гиперконкуренции и перенасыщения рынков, предпосылками успеха стали – выявление запросов, поощрение заказов, ускоренное их выполнение, а источниками победы над конкурентами теперь становятся – более оригинальные продукты и клиентоориентированность.

Ключевые слова: маркетинг, концепции управления маркетингом, конкуренция, рынок, конкуренты, спрос, потребители, клиентоориентированность

З.У. Джубалиева¹, Г.Ч. Бегижанова²

*¹Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті,
Алматы қ., Қазақстан*

*²Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті,
Алматы қ., Қазақстан*

БИЗНЕС ҚҰРУДЫҢ ЗАМАНАУИ ҮЛГІЛЕРІНДЕГІ МАРКЕТИНГТІҢ РӨЛІ

Аңдатпа

Маркетинг – бұл кәсіпкерлік қызметтің концепциясы және кәсіпкерлік мақсаттарға жету үшін клиенттердің қажеттіліктерін барынша қанағаттандыру арқылы жүзеге асырылатын, нарықтық құралдарды қолданудың нысаналы саясаты. Жаһандану процесінің ықпалы мен нарықтағы бәсекенің күшеюі салдарынан компаниялар жаңа жағдайларға бейімделуге көмектесетін бизнес модельдерін табуға тырысады. Сәйкесінше, өзгеріп отыратын бизнес модельдері маркетингтік қызметтің ұйымдастырылуын да өзгертіп отырады.

Басқару концепцияларының эволюциясын талдағанда, маркетинг саласындағы мамандардың көбі Ф.Котлердің ғылыми еңбектерінде анықталған бес концепцияны негізге алады: өндірістік, тауарлық, өткізу концепциялары, сондай-ақ, дәстүрлі маркетинг және қоғамдық-этикалық маркетинг.

Теория және практика талдауларына сәйкес, бұрын табысқа жетудің алғышарттары сұранысты зерттеу, шығындарды азайту, логистика, ал бәсекелестерді жеңудің басты қайнар көздері ауқым нәтижесі, білім қисығы және жақсы бизнес-план болса, қазіргі жағдайларда табыстың алғышарттарына мүдделерді анықтау, тапсырыстарды ынталандыру, оларды қарқынды орындауды, ал бәсекеде жеңудің қайнар көзіне жаңа, басқаларда жоқ өнімдерді шығару әрі клиентке бағдарланған стратегияны жатқызуға болады.

Түйін сөздер: маркетинг, маркетинг басқарудың концепциясы, бәсекелестік, нарық, сұраныс, тұтынушылар, клиентке бағдарланған стратегия

Dzhubaliyeva Z.U.¹, Begizhanova G.Ch.²

*¹Kazakh National Pedagogical University named after Abay,
Almaty, Kazakhstan*

*²Kazakh National Pedagogical University named after Abay,
Almaty, Kazakhstan*

THE ROLE OF MARKETING IN MODERN MODELS OF BUSINESS

Abstract

Marketing is the concept of entrepreneurial activity and the policy of purposeful use of the system of market instruments for achieving entrepreneurial goals due to the

most complete satisfaction of customers' needs. Under the influence of the process of globalization and increased competition, companies try to find new business models that allow them to adapt to new conditions. Changing business models accordingly make changes in the organization of marketing activities.

Most specialists in marketing, considering the evolution of management concepts, rely on five concepts, identified in the scientific works of Philip Kotler – production, commodity, marketing concepts, as well as the concept of traditional and socio-ethical marketing.

Analysis of theory and practice confirms that if earlier the preconditions for success were the study of demand, the reduction of costs, logistics, and the sources of victory over competitors were the scale effect, the learning curve and a good business plan, now, in conditions of hypercompetition and glut of markets, the prerequisites for success are the identification of requests, the stimulation of orders, the iraccelerated implementation, and the sources of victory over competitors are more original products and customer-oriented approach.

Keywords: marketing, marketing management concepts, competition, market, competitors, demand, consumers, customer-oriented strategy

Маркетинг – это концепция предпринимательской деятельности и политика целенаправленного использования системы рыночных инструментов для достижения предпринимательских целей благодаря наиболее полному удовлетворению потребностей клиентов. Под влиянием процесса глобализации и усиления конкуренции компании стараются находить новые бизнес модели, позволяющие адаптироваться в новых условиях. Изменяющиеся модели бизнеса соответственно вносят изменения в организацию маркетинговой деятельности. Понимание изменяющегося содержания и роли маркетинга в современных организациях может быть достигнуто посредством рассмотрения процесса эволюции концепций управления маркетингом на различных этапах развития общества.

Для достижения поставленной цели определения роли маркетинга в современных моделях построения бизнеса рассмотрены основные концепции управления маркетингом, а также факторы, определяющие изменения в развитии маркетинга в современных условиях. Для этого были изучены труды отечественных и зарубежных экспертов в области маркетинга, материалы периодической печати.

Большинство специалистов в области маркетинга, рассматривая эволюцию концепций управления, опираются на пять концепций, выделяемых в научных трудах Ф.Котлера, – производственную, товарную, сбытовую концепции, а также концепции традиционного и

социально-этического маркетинга. При этом долгое время считалось, что маркетинг направлен в большей мере на продвижение товара и только с тридцатых годов двадцатого века маркетинг утратил свою чисто сбытовую функцию.

Наиболее широкое распространение получила концепция совершенствования производства. По мнению И.Л. Акулича, предприниматели, применяющие данную концепцию, основываются на том, что товар соответствует запросам потребителей, имеет приемлемую цену и поэтому необходимо наращивать производство продукции, обеспечивая совершенствование производства. Данный подход оправдан в случае превышения предложения над спросом или когда затраты на производство одной единицы продукции велики настолько, что существует необходимость уменьшения этих затрат за счет массового изготовления [1]. Производственная концепция – одна из старейших в бизнесе. В соответствии с ней потребители отдают предпочтение доступным и недорогим продуктам. Внимание менеджмента в компаниях, ориентированных на производство, сконцентрировано на достижении высокой его эффективности, снижении издержек производства и массовом распределении продукции. Г.Л. Багиев считает, что такая ориентация имеет смысл в развивающихся странах. Производственная концепция применяется в случаях, когда компания желает расширить свой рынок сбыта [2].

В концепции совершенствования продукта или товарной концепции первостепенное значение приходится на качество. Предприниматель, применяющий данную концепцию, считает, что потребители будут приобретать товары, имеющие высокое качество, и именно поэтому на данный фактор необходимо обратить все свое внимание. Ф.Котлер выделяет, что эта концепция концентрирует свое внимание на том, что потребитель готов приобрести товар, если он имеет хорошее качество и умеренную цену. Потребители заинтересованы в таких товарах, знают о наличии аналогов и выбирают товар путем сравнения качества и цены товаров-конкурентов. Достижение желаемого результата в объемах продаж при использовании данной концепции требует от производителя небольших затрат на маркетинговую деятельность [3].

Товарная концепция, с точки зрения В.Н. Еремина, предполагает, что потребители отдают предпочтение высококачественным товарам, обладающим наилучшими эксплуатационными свойствами или инно-

вационными характеристиками [4]. Менеджеры компаний с такой ориентацией концентрируют силы на качестве продукции и ее постоянном совершенствовании. Но создание новых или улучшенных товаров необязательно заканчивается успехом: необходимо еще правильное ценообразование, а также дистрибуция, реклама и реализация новинок.

Л.А. Данченко делает акцент на том, что концепция интенсификации коммерческих усилий (сбытовая концепция) служит основой активизации деятельности в сфере продаж и стимулирования. Предприниматели, применяющие данную концепцию, считают, что без значительных усилий невозможно обеспечить желаемый уровень реализации продукции. Согласно сбытовой концепции потребители и предприятия по природе своей не будут добровольно покупать всю выпускаемую компанией продукцию.

Поэтому компания должна вести агрессивную сбытовую политику и интенсивно продвигать на рынок свои товары [3].

Однако маркетинг, основанный на мощных сбытовых компаниях, сопряжен с огромным риском.

Эффективность сбытовой концепции с точки зрения Ф.Котлера объясняется следующим:

- многие потребители придерживаются мнения, что они способны самостоятельно защищать свои интересы;
- потребители, не получившие удовлетворения от покупки, вскоре забывают об этом;
- потребители, недовольные покупкой, достаточно редко делятся впечатлениями с другими потребителями;
- потребители, недовольные покупкой, редко обращаются в организации по защите их прав;
- у предприятий всегда имеется большое число потенциальных потребителей;
- потребители, довольные покупкой, вероятнее всего поделятся своим мнением с друзьями и родственниками [5].

Основные положения традиционной маркетинговой концепции были сформулированы примерно в середине 1950-х гг. Вместо товарно-ориентированной философии во главу угла ставится покупатель. Задача маркетинга определяется не в том, чтобы найти подходящих покупателей для своего товара, а чтобы создавать подходящие товары для своих покупателей. Маркетинговая концеп-

ция утверждает, что ключ к успеху организации – это способность компании превзойти своих конкурентов по эффективности создания, предоставления и рекламы самых лучших ценностей покупателям на выбранном целевом рынке.

Профессор Гарвардского университета Теодор Левитт выявил существенное отличие между сбытовой концепцией и традиционной маркетинговой концепцией. При ориентации на продажи внимание привлекают в первую очередь нужды продавца; в концепции интегрированного маркетинга – потребности покупателей. По мнению Теодора Левитта, компании, придерживающиеся концепции маркетинга, добиваются более высоких результатов, нежели приверженцы сбытовой концепции.

Концепция социально-этического маркетинга сводится к тому, что предприятие должно стремиться получить выгоду для себя таким путем, чтобы не причинить своими действиями какого-либо ущерба обществу или природе. Суть концепции сводится к сбалансированности трех компонентов: прибыль предприятий, потребности покупателей и интересы общества.

Понятие социально-этического маркетинга возникло под влиянием многих внешних факторов, в частности ухудшение качества окружающей среды, ограниченности природных ресурсов, стремительного прироста населения и является составляющей социально-ответственного бизнеса.

В современном обществе на базе всех перечисленных концепций сформировалась абсолютно новая, целостная концепция – холистический маркетинг. Концепция холистического маркетинга является логическим продолжением эволюции концепций маркетинга. Она основывается на внедрении различных маркетинговых программ с учетом их взаимной зависимости. Особенностью холистического маркетинга является признание интегрированного подхода. Данная концепция рассматривает не совокупность отдельных элементов, а все компоненты как единое целое. Холистический маркетинг – это попытка сбалансировать отдельные компоненты и соединить их воедино.

В современных условиях обострилась ситуация конкуренции, что обуславливает необходимость расширения области применения комплекса средств маркетинга. Однако быстрые темпы глобализации мировой экономики, высокая степень схожести товаров различных производителей и индивидуализация запросов потребителей снижают

эффективность ценовых методов ведения конкуренции и применения традиционных средств маркетинга. В этой связи возникает необходимость использования инновационных подходов в маркетинге, в частности маркетинга отношений, основанного на развитии и поддержании долгосрочных связей с клиентами, формировании их лояльности, поскольку современный этап развития экономики характеризуется положением, центральное место в котором занимает потребитель. Как следствие возникают избыточные мощности производства. В большинстве отраслей мировые производители могут произвести намного больше продукции, чем в состоянии купить мировые потребители. Сегодня в дефиците потребители, а не товары. Излишек производственных мощностей образуется из-за того, что конкуренты, действуя порознь, планируют большее увеличение своей рыночной доли, чем реально возможно.

Такая ситуация приводит к гиперконкуренции, когда компании вынуждены снижать цены, чтобы привлечь покупателей, а это становится причиной снижения прибылей и крахов некоторых компаний. В таких реалиях компании должны изменить свое отношение к маркетингу, так как маркетинг отвечает за привлечение клиентов, но путем иных, не ценовых принципов [6].

Однако в деловых кругах и в обществе все еще бытует неверное понимание функций маркетинга: считается, что его задача – помочь производству освободиться от продукции. На самом деле все наоборот: маркетинг задает тон производству. Хотелось бы привести слова Владимира Чичирина, директора по брендингу и рекламе и рекламе издательства «Эксмо»: «Маркетинг – это не про то, как продать что-нибудь ненужное, маркетинг – это про то, как создать что-нибудь нужное. Это не продвижение вещей, а создание того, что нужно потребителям. Лучший способ освободить маркетолога от ответственности за успех продукта – не дать ему полномочий в управлении производством и продажами» [7].

Строго говоря, до сих пор у многих казахстанских менеджеров есть определенная модель построения бизнеса, которую, на наш взгляд, нужно менять. Есть определенные традиционные функциональные подразделения компании: это научно-исследовательская разработка продукции, производство и логистика, как обеспечивающая функция, финансы, персонал, который надо подобрать и научить работать с имеющимися технологиями, и, наконец, маркетинг и продажи,

который произведенный товар должен сбыть на рынок, поставить на полку, прорекламирровать и принести прибыль. Мы хотим сказать, что эта модель, доминирующая в большинстве казахстанских компаний, не соответствует изменениям рынка и новым технологиям ведения бизнеса. В этой связи мы подчеркиваем важность размещения такого участника бизнеса, как Потребитель в центре этой модели, и маркетологи должны выступать в этой системе как посредники между потребителем и всеми выше перечисленными функциональными службами компании. Разработчики продукции должны понимать, что хотел бы получить потребитель, какие характеристики его интересуют, какие ему безразличны и какие раздражают – маркетологи должны еще на стадии создания продукта наладить контакт разработчиков, конструкторов, дизайнеров и потребителей. Затем на стадии производства и логистики, специалисты этого подразделения также должны контактировать с клиентом, чтобы понять, какие характеристики продукта важны клиенту, где нужно обратить внимание на их улучшение во время производства и как организовать логистику так, чтобы клиенту было удобно и приятно получать продукт. Мы должны связать клиента с финансовой стороной компании, с бухгалтерией, чтобы можно было создать наиболее удобную систему оплаты, организации расчетов, ведь иногда в этом тоже лежат шансы на победу на рынке. Еще одна непривычная идея, что маркетологи должны связываться со службой персонала и работать таким образом, чтобы помогать компании подбирать именно тот персонал, который наиболее адекватен запросам потребителя. Мы предлагаем казахстанским компаниям развивать именно такую модель, где маркетинг является основой менеджмента, то есть основой всех управленческих задач компаний.

Для того, чтобы прийти к пониманию правильности такого подхода, необходимо сначала изучить изменения оснований для ведения успешного бизнеса в 21 веке. Ведь если раньше предпосылками успеха были – изучение спроса, снижение издержек, логистика, а источниками победы над конкурентами – эффект масштаба, кривая обучения и хороший бизнес-план, то сейчас, в условиях гиперконкуренции и перенасыщения рынков, предпосылками успеха стали – выявление запросов, поощрение заказов, ускоренное их выполнение, а источниками победы над конкурентами теперь становятся – более оригинальные продукты и клиенто-

ориентированность. Также хотелось бы отметить изменения в оценке значимости ресурсов различных типов для успеха бизнеса: вместо структурных ресурсов, существующих в материальном виде, и финансовых ресурсов в виде денег и их эквивалентов, которые всегда считались самым главным богатством компании, на первый план выходят маркетинговые ресурсы: интеллектуальные ресурсы, то есть специалисты и их человеческий капитал, и ресурсы отношений – отношения с клиентами и партнерами.

Все принципы ведения бизнеса должны исходить из понимания, что богатство фирмы теперь не ее производственные активы, а информация и доступ к лучшим активам, поэтому пора уже делать упор не на владение высокими мощностями, а на декапитализацию и аутсорсинг, на развитие бренда и на получение как можно больше знаний о клиенте.

Также мы хотели бы обратить внимание на роль маркетинга в достижении одной из основных целей компании – максимизации рыночной стоимости фирмы. Какие факторы роста стоимости бизнеса можно считать маркетинговыми? Знание рынка, обоснованный выбор рынка, лояльность потребителей, стратегические отношения с выгодными клиентами, выбор конкурентных преимуществ, сильные бренды... это не исчерпывающий список того, как отдел маркетинга влияет на стоимость бизнеса. Ведь даже такие финансовые источники стоимости, как увеличение объема продаж, операционная маржа, объем чистых денежных потоков, их сроки поступления и их длительность поступления, риск операций фирмы, а также организационные источники стоимости, как навыки и умения персонала, системы организации работы, стержневые способности компании, должны разрабатываться и осуществляться в совместной работе с маркетологами.

На пути к трансформации описанной модели ведения бизнеса могут возникнуть немало препятствий, связанных со сложившимися структурами, в особенности, с проблемами взаимопонимания между отдельными подразделениями фирмы. В любом отделе компании существуют сложившиеся, часто не лестные, представления о других отделах. Взаимная неприязнь подогревается внутренней конкуренцией, ведь ресурсы компании ограничены, и каждый отдел старается доказать, что именно он потратит средства наиболее эффективно. Об отделе маркетинга часто думают, что его работники требуют увеличения бюджета, но затем не могут доказать его обоснованность и предъявить измеряемые результаты.

Инженеры критикуют коммерческий отдел за то, что те всегда защищают клиентов и не думают об интересах компании, а клиентов за то, что они слишком много хотят. Производственный отдел неохотно откликается на предложения маркетологов о выпуске специальных партий, модифицированных в соответствии с пожеланиями клиентов, так как это увеличивает производственные издержки. Финансовый отдел тоже не бывает другом отделу маркетинга, потому что требуют обосновать каждую статью маркетингового бюджета и стараются этот бюджет сократить. Основная проблема отношений этих двух отделов – финансисты мыслят в категории текущего отчетного периода и не могут понять, что значительная часть затрат на маркетинг – это долгосрочные инвестиции в построении сильного бренда. Выход в том, чтобы найти оценочную модель, которая будет описывать влияние маркетинговых инвестиций на доходы, издержки и прибыли компании. Существуют трудности в отношениях и со специалистами информационных технологий, и с кредитным отделом, и с бухгалтерами. Задача перед такими фирмами состоит в том, чтобы построить слаженный гармоничный механизм отношений всех функциональных отделов.

Во время построения всех своих ключевых бизнес-процессов и во время выработки своих стратегий, компаниям нужно учитывать последние маркетинговые тенденции современного рынка, которые мы сейчас можем наблюдать: от ориентации на привлечение клиентов к ориентации на их удержание, от погони за долей рынка к погоне за долей в бюджете клиентов, от маркетингового монолога к диалогу с клиентом, от массового маркетинга к индивидуализированному, от владения физическими активами к владению брендами, от работы в торговых площадках к работе в киберпространстве, и самое важное изменение – это от ориентации на продукт к ориентации на клиента.

Питер Друкер, первым обративший внимание на взаимосвязь заботы о потребителе с успехом фирмы, говорил, что цель компании – «создать потребителя [8]. Следовательно, бизнес обладает двумя – и только двумя – главными функциями: маркетинговой и инновационной. Маркетинг и инновации дают результаты, все прочее лишь требует затрат». И в современных реалиях правильность этого утверждения не вызывает никаких сомнений.

А предложивший идею прямого маркетинга Лестер Вундерман

говорил: «В эпоху промышленной революции тон задавал вопрос производителя: «Вот что я делаю – может быть, вам это нужно?» В эру информации вопрос исходит от потребителя «Вот что мне нужно – может быть, вы это сделаете?» [9].

Будучи клиентоориентированными, фирмы не только создают ценность для потребителей, но и обеспечивают себе стабильность на рынке, максимизируют объем прибыли и продаж, увеличивают стоимость своего бизнеса. То есть, такие стратегии являются выигрышными для всех сторон, поэтому мы считаем, что это путь, к которому стоит стремиться.

Список использованной литературы:

- 1 Акулич И.Л. *Маркетинг: Учебник.* – Мн.: Высшая школа, 2008. – 447 с.
- 2 Багиев Г.Л. *Маркетинг: Учебник.* – М.: ЗАО «Издательство Экономика», 2010. – 718 с.
- 3 Котлер Ф. *Маркетинг. Менеджмент: Учебник.* – СПб.: Питер, 2012. – 816 с.
- 4 Еремин В.Н. *Маркетинг: основы и маркетинг информации: Учебник.* – М.: КНОРУС, 2006. – 565 с.
- 5 Данченко Л.А. *Маркетинг по нотам: практический курс на российских примерах: Учебник.* – М.: ООО «Маркет ДС Корпорейшн», 2010. – 758 с.
- 6 Kotler Ph. *Marketing insights from A to Z, 80 concepts every manager needs to know.* John Wiley & Sons, Inc., 2003. – 224 p.
- 7 Выступление В.Чичирина в Высшей школе экономики. [Электронный ресурс]
URL: https://republic.ru/business/v_nashey_strane_s_marketinogom_polnaya_beda-852392.shtml. (Дата обращения 20.12.2018г.).
- 8 Drucker P.F. *Management: Tasks, Responsibilities, Practices.* – New York: Harper&Bow, 1993.
- 9 Wunderman L. *Being direct: Making advertising pay.* – New York: Random House, 1996.

МАКРОЭКОНОМИКАЛЫҚ РЕТТЕУ **МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ**

УДК 334.01
ГРНТИ 06.35.31

Телагузова Э.О.¹, Смагулова А.М.²

¹*Казахский национальный педагогический университет имени Абая,
г. Алматы, Казахстан*

²*Университет международного бизнеса*

РАЗВИТИЕ УЧЕТА И АУДИТА В БАНКАХ ВТОРОГО УРОВНЯ

Аннотация

В данной статье рассмотрена система банковского учета и отчетности в Казахстане. Банковскую систему практически любой развитой страны можно смело назвать кровеносной системой ее экономики. Банки занимают центральное место в экономике и оказывают на нее огромное воздействие путем аккумуляирования свободных денежных ресурсов, осуществляя функции кредитования экономики, обеспечивая платежи между участниками экономических отношений, эмитируя средства обращения – кредитные деньги и выполняя другие функции, и, в свою очередь, испытывают влияние всех процессов, протекающих в экономике.

Обладание достоверной информацией позволяет своевременно выявить проблемы предприятия и адекватно отреагировать на их появление. От качества и уровня организации бухгалтерского учета во многом зависит способность принимать верные решения.

Ключевые слова: бухгалтерский учет, финансовая отчетность, применение МСФО, финансовый актив, финансовое обязательство, банки

Э.О. Телагузова¹, А.М. Смагулова²

¹*Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті,
Алматы қ., Қазақстан*

²*Халықаралық бизнес университеті*

ЕКІНШІ ДЕНГЕЙДЕГІ БАНКТЕРДЕ ЕСЕП ЖӘНЕ АУДИТТІҢ ДАМУЫ

Аңдатпа

Берілген мақалада Қазақстандағы екінші деңгейдегі банктердің есеп және аудит жүйесі қарастырылған. Іс жүзінде кез келген дамыған елдің банк жүйесін

экономиканың күре тамыры деп батыл атауға болады. Банктер экономикада басты орында және бос қаржы ресурстарын жұмылдыру арқылы, экономиканы кредиттеу жұмысын жүзеге асыра, экономикалық қатынастарға қатысушылар арасында төлем жасауды қамтамасыз ете, айналыс қаражатын – кредитті эмиссиялай және басқа да функцияларды орындай отырып оған зор ықпал етеді, және өз кезегінде экономикада болып жатқан барлық үрдістерге әсер етеді. Сондықтан банк жүйесі елдегі қаржылық жүйенің басты буыны бола отырып мемлекеттің экономикалық саясатының маңызды қозғаушы күштерінің бірі болып табылады. Көп жағдайларда сенімді шешім қабылдау қабілеттілігі бухгалтерлік есептің сапасына және ұйымдастыру деңгейіне байланысты болады.

Түйін сөздер: бухгалтерлік есеп, қаржылық есептілік, ХҚЕС қолдану, қаржылық актив, қаржылық міндеттеме, банктер

Telagusova E.O.¹, Smagulova A.M.²

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

²University of International Business

DEVELOPMENT OF ACCOUNTING AND AUDIT IN BANKS OF THE SECOND LEVEL

Abstract

This article considers the system of bank accounting and reporting in Kazakhstan. Particular attention is paid to the problem of the negative and positive impact of the transition of financial institutions to the International Financial Reporting Standard 9 "Financial Instruments" (IFRS 9).

Banks occupy a central place in the economy and have a huge impact on it by accumulating free monetary resources, performing the functions of lending to the economy, providing payments between participants in economic relations, issuing circulation means – lending money and performing other functions, and, in turn, processes occurring in the economy.

The possession of reliable information allows us to timely identify the enterprise's problems and adequately respond to their emergence. The ability and ability to make right decisions largely depends on the quality and level of the organization of accounting.

Keywords: accounting, financial reporting, application of IFRS, financial asset, financial liability, banks

Банковскую систему любой развитой страны можно назвать кровеносной системой ее экономики. Банки занимают центральное место

в экономике и оказывают на нее огромное воздействие, путем аккумуляции свободных денежных ресурсов, осуществляя функции кредитования экономики, обеспечивая платежи между участниками экономических отношений. Поэтому банковская система, будучи ключевым звеном финансовой системы страны, является одним из важнейших рычагов экономической политики государства.

Банковская отчетность призвана обеспечивать органы государственного управления, Национальный банк полной и объективной информацией. Кроме того, банковская отчетность должна представлять количественную и качественную характеристику выполняемых банками операций по кредитно-расчетному и кассовому обслуживанию экономики и населения. Отчетность в банковской системе с помощью своих показателей отражает операции по аккумуляции временно свободных денежных средств предприятий и организаций всех форм собственности, населения, по долгосрочному и краткосрочному кредитованию экономики и населения, финансированию капитальных вложений, инвестированию в различные отрасли народного хозяйства, осуществлению безналичных расчетов, организации наличного денежного оборота и сберегательного дела, кассовому исполнению государственного бюджета и т.д.

В нынешних условиях, когда банки действуют в рамках жесткой конкуренции и неопределенности в развитии экономической ситуации, бухгалтерский учет не сводится только к отражению операций банка. Основное значение информации бухгалтерского учета и результирующей финансовой отчетности банка состоит в использовании этой информации для планирования активных и пассивных операций.

Существуют некоторые проблемы при ведении бухгалтерского учета и аудита в банках второго уровня из-за больших масштабов денежных сумм и объемов отчетностей, применение МСФО закреплено Законом о бухгалтерском учете без всяких оговорок по применению тех или иных стандартов, поэтому применение МСФО не является проблемой, так как банки уже давно ведут учет по МСФО. Последним различием был расчет провизий, и он устранен в 2013 г.

В данный период складываются благоприятные условия для дальнейшего развития бухгалтерского учета и отчетности в Республике Казахстан. Введены в действие нормативные правовые акты, охватывающие большинство объектов бухгалтерского учета и финан-

совой отчетности. В последнее время широкое развитие получил рынок аудиторских услуг [1].

Основная цель применения МСФО – получение максимально достоверной информации о финансовом положении организации, которая необходима существующим и предполагаемым инвесторам для корректной оценки и составления достоверных прогнозов. Для привлечения инвестиций в казахстанскую экономику нужно повышать прозрачность бизнеса в стране, в том числе применяя стандарты, понятные для восприятия финансовой информации западным инвесторам.

Работа по реформированию бухгалтерского учета в финансовом секторе Республики Казахстан началась с принятия 26 декабря 1995 года Указа Президента Республики Казахстан, имеющего силу Закона, «О бухгалтерском учете» №2732. Данный Указ определил основные принципы и правила учета, необходимые для соблюдения всеми организациями в процессе ведения бухгалтерского учета и подготовки финансовой отчетности. С его принятием был осуществлен переход в 1995-1996 годах бухгалтерского учета совершаемых операций на метод начисления при признании доходов и расходов, в соответствии с которым, доходы признаются, когда они заработаны, а убытки, когда они понесены, а не тогда, когда деньги получены или выплачены. Данный метод является одним из главных принципов международных стандартов финансовой отчетности (далее – МСФО).

На базе основных нормативных правовых актов по вопросам бухгалтерского учета и финансовой отчетности, Национальным Банком Республики Казахстан (далее – Национальный Банк) началась работа по реформированию бухгалтерского учета в банковском секторе [2].

В настоящее время в банковском секторе как в Казахстане, так и в других странах, стоит острый вопрос о применении МСФО (IFRS) 9 «Финансовые инструменты» на смену МСФО (IAS) 39 «Финансовые инструменты: признание и оценка». Стандарт включает в себя требования по признанию и оценке, учету обесценения и прекращению признания финансовых инструментов, а также требования к учету хеджирования.

В июле 2014 года Совет по МСФО выпустил окончательный вариант МСФО 9, который заменяет все предыдущие версии и вступает в силу для периодов, начинающихся с 1 января 2018 года.

«Целью настоящего стандарта является установление принципов подготовки и представления финансовой отчетности в части финансовых активов и финансовых обязательств, которая представила бы пользователям финансовой отчетности уместную и полезную информацию, позволяющую им оценить суммы, сроки и неопределенность будущих потоков денежных средств предприятия», – говорится в документе «Международный стандарт финансовой отчетности (IFRS) 9. Финансовые инструменты», который Минфин РК направил казахстанским банкам.

Что касается исследования «Делойт», то основными выводами стали следующие тезисы.

Во-первых, более половины опрошенных банков считают, что при новом подходе к учету ожидаемых убытков их резервы могут возрасти вплоть до 50% по всем категориям кредитования.

Во-вторых, среди основных задач, связанных с внедрением МСФО, банки называют координирование действий между различными подразделениями, отвечающими за бухгалтерский учет, управление рисками и информационные технологии.

Если стандарт вступил в действие в 2018 году, проектным группам, отвечающим за внедрение МСФО 9, приходится работать в режиме жесткого цейтнота [3].

Согласно Постановлению Правления Национального Банка Республики Казахстан «Об утверждении Правил создания провизий (резервов) в соответствии с международными стандартами финансовой отчетности и требованиями законодательства Республики Казахстан о бухгалтерском учете и финансовой отчетности», провизии (резервы) создаются в соответствии с требованиями законодательства Республики Казахстан о бухгалтерском учете и финансовой отчетности, международным стандартом финансовой отчетности 9 «Финансовые инструменты».

Провизии (резервы) рассчитываются отдельно по каждому индивидуальному активу.

По финансовым активам, условным обязательствам провизии (резервы) создаются в следующем порядке:

- 1) активы, условные обязательства, по которым формируются провизии (резервы) в сумме, равной 12-месячным ожидаемым кредитным убыткам, в сумме, равной ожидаемым кредитным убыткам за весь срок, а также провизии под имеющиеся кредитные убытки классифицируются на однородные и индивидуальные;

2) однородные финансовые активы, условные обязательства группируются на основе общих характеристик кредитного риска;

3) проводится оценка ожидаемых и имеющихся кредитных убытков по индивидуальным и однородным активам, условным обязательствам.

При первоначальном признании финансового актива, условного обязательства и на дату оценки (но не реже 1 раза в квартал) определяется риск наступления дефолта на протяжении ожидаемого срока действия финансового актива, условного обязательства на индивидуальной основе по финансовым активам, условным обязательствам, классифицированным как индивидуально значимые, и на групповой основе, по финансовым активам, условным обязательствам, классифицированным как однородные [3].

В соответствии с применением МСФО 9 в БВУ могут возникнуть следующие проблемы:

1. Увеличение срока займа, перенос выплаты основного долга, вознаграждения либо комиссий на более поздний период в связи с финансовыми затруднениями заемщика характеризует увеличение кредитного риска и соответственно обесценение актива, но не является обязательным признаком дефолта.

2. Исторический признак обесценения не является требованием МСФО. Некоторые события финансового затруднения могли быть в результате временных трудностей заемщика.

3. Многие банки, как в Казахстане, так и за рубежом, приравнивают обесценение к дефолту. В предложенной редакции Национального Банка Республики Казахстан предлагается отнесение к событиям, являющимся объективными подтверждениями обесценения, наличие просроченной задолженности по основному долгу и/или вознаграждению сроком свыше 60 календарных дней.

4. Для расчета ожидаемых убытков банк применяет коэффициенты ликвидности к стоимости обеспечения, используемой в расчете ожидаемых убытков. В случае, если после применения коэффициентов ликвидности необходимо будет производить дополнительное дисконтирование, фактическая стоимость обеспечения может оказаться заниженной.

В соответствии с МСФО (IFRS) 9, первоначальная оценка всех финансовых инструментов проводится по справедливой стоимости, увеличенной или уменьшенной на сумму затрат по сделке в случае финансового актива или финансового обязательства.

После первоначального признания все активы, на которые распространяются требования МСФО (IFRS) 9, оцениваются:

- по амортизированной стоимости;
- по справедливой стоимости через прочий совокупный доход (ССЧПСД);
- по справедливой стоимости через прибыль или убыток (ССЧПУ).

Анализ бизнес-моделей в отношении управления финансовыми активами является определяющим для классификации финансовых активов. Бизнес-модель организации определяется на уровне, отражающем способ управления группами финансовых активов для достижения определенной бизнес-цели. МСФО 9 содержит руководство в отношении определения того, является ли целью бизнес-модели управление активами только для получения предусмотренным договором денежных потоков, либо как для получения предусмотренных договором денежных потоков, так и для продажи финансовых активов.

Организациям потребуется провести анализ своих бизнес-моделей в отношении удержания финансовых активов. Для некоторых организаций оценка может быть относительно проста, поскольку их финансовые активы могут ограничиваться торговой дебиторской задолженностью и депозитами в банках, в отношении которых очевидно, что они удерживаются с целью получения предусмотренных договором денежных потоков. Организации с более широким спектром деятельности, связанной с финансовыми активами (кредитные, инвестиционные организации), должны будут провести более детальный анализ, чтобы определить тип используемой бизнес-модели и рассмотреть условия, которые могут привести к продаже финансовых активов. Повышение уровня продаж финансовых активов, удерживаемых в рамках бизнес-модели, которая ранее соответствовала критериям признания по амортизированной стоимости или по ССЧПСД, может свидетельствовать об изменении бизнес-модели и, следовательно, потребовать реклассификации финансовых активов.

В соответствии с МСФО (IFRS) 9 модель учета финансовых обязательств в целом совпадает с моделью учета по МСФО (IAS) 39. Однако есть два ключевых отличия от МСФО (IAS) 39.

- Представление результатов изменений справедливой стоимости, обусловленных изменением кредитного риска организации.

Финансовые обязательства, предназначенные для торговли, а также

обязательства по предоставлению займов и договоры финансовой гарантии, которые классифицируются как ССЧПУ в соответствии с возможностью оценки по справедливой стоимости, продолжают оцениваться по справедливой стоимости с отражением всех изменений в составе прибыли или убытков. Однако для всех прочих финансовых обязательств, которые относятся к категории ССЧПУ с использованием возможности оценки по справедливой стоимости, МСФО (IFRS) 9 требует признания суммы изменений в справедливой стоимости обязательств, связанных с изменениями кредитного риска, в составе прочего совокупного дохода, оставшаяся величина изменений справедливой стоимости отражается в составе прибыли или убытков, кроме случаев, когда такой порядок учета компонента кредитного риска создает или увеличивает учетное несоответствие. Суммы, представленные в прочем совокупном доходе, впоследствии не подлежат переносу в состав прибыли или убытков.

- Устранение исключения в отношении отражения по себестоимости производных обязательств, подлежащих урегулированию путем предоставления некотируемых долевых инструментов.

В разделе МСФО (IFRS) 9, в котором рассматриваются финансовые активы, устранено исключение, предусмотренное МСФО (IAS) 39, в отношении учета по себестоимости некотируемых долевых инструментов и связанных с ними производных активов, справедливую стоимость которых невозможно достоверно установить. В МСФО (IFRS) 9 также устранено исключение в отношении учета по себестоимости производных обязательств, которые будут урегулированы путем предоставления некотируемых долевых инструментов, справедливую стоимость которых невозможно достоверно оценить (например, выпущенный опцион, при исполнении которого организация обязана предоставить некотируемые акции держателю опциона). Таким образом, все производные инструменты по некотируемым долевым инструментам (как активам, так и обязательствам) оцениваются по справедливой стоимости в соответствии с МСФО (IFRS) 9 [4].

Таким образом, проведена значительная работа по переходу банковской системы Казахстана к международным стандартам, основные аспекты которой достигнуты. На сегодняшний день реформирование бухгалтерского учета в финансовой системе позволило обеспечить прозрачность, достоверность и полноту анализируемой информации, заключенной в финансовой отчетности. Кроме того, нововведения в

бухгалтерском учете приводят к открытости и транспарентности экономики, что стало уже требованием времени. Об открытости экономики судят уже не только по доле экспорта во внутреннем валовом продукте или другим статистическим отношениям, но и по тому, насколько данные об этой экономике доступны всем, кто в них нуждается, и насколько высоко качество этих данных. Максимальное приближение к МСФО дает возможность банкам Казахстана конкурировать с иностранными банками на международной арене. Все это способствует экономическому процветанию страны, повышению суверенного рейтинга Казахстана и, как следствие, социальной обеспеченности и росту благосостояния граждан Республики Казахстан.

Список использованной литературы:

1 Гетьман В.Г. *Международные стандарты финансовой отчетности: Учебник.* – М.: Финансы и статистика, 2009. – 656 с.

2 Миржакыпова С.Т., Аппакова Г.Н., Иманкулова Ш.А., Бекова Р.Ж. *«Основы бухгалтерского учета по МСФО» (учебное пособие для ВУЗов).* – Алматы, 2009. – 197 с.

3 Воротилов А. *В ожидании убытков [Электрон. ресурс].* – 2018. – URL: https://forbes.kz/finances/finance/v_ojidanii_ubyitkov (дата обращения 01.03.2018)

4 Нурсеитов Э.О., Нурсеитов Д.Э. *МСФО в Казахстане: Принципы перехода и применения: учебное пособие.* – Издательство LEM (Лем), 2013. – 388 с.

УДК 339.5.012.435

МРНТИ 72.15.41

Амрахлы Э.М.¹

*¹Институт стандартизации и сертификации Госкомитета по стандартизации, метрологии и патентам (ГКСМП) Азербайджана
Баку, Азербайджан*

ОСОБЕННОСТИ ТАМОЖЕННОГО ОФОРМЛЕНИЯ ЛИКЕРО-ВОДОЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ

Аннотация

При производстве таможенного оформления лица, предъявившие товар к таможенному оформлению, обязаны представить таможенным органам документы и сведения, необходимые для таможенного оформления. Перечень документов и сведений, которые необходимы для таможенного оформления применительно к конкретным таможенным процедурам и таможенным режимам, утвержден приказом «Об утверждении перечня документов и сведений,

необходимых для таможенного оформления товаров в соответствии с выбранным таможенным режимом». Согласно представленным сведениям, при таможенном оформлении алкогольной продукции будут взиматься следующие таможенные платежи: сборы за таможенное оформление в соответствии с постановлением «О ставках таможенных сборов за таможенное оформление товаров»; налог на добавленную стоимость по налоговой ставке 10% в соответствии с постановлением «Об утверждении перечней кодов видов продовольственных товаров, облагаемых налогом на добавленную стоимость по налоговой ставке 10 процентов» при ввозе товаров из Украины.

Ключевые слова: экспертиза, таможенное оформление, товар, декларация, документ, процедуры

Э.М. Амрахлы¹

¹Әзірбайжанның патенттер, метрология және стандарттау бойынша мемлекеттік комитетінің стандарттау және сертификаттау институты, Әзірбайжан, Баку

АРАҚ-ШАРАП ӨНІМДЕРІН КЕДЕНДІК РӘСІМДЕУ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ

Аңдатпа

Кедендік рәсімдеуге тауар ұсынған тұлғаны кедендік рәсімдеу барысында кеден органдарына қажетті құжаттар мен мәліметтерді беруі тиіс. Нақты кедендік процедуралар мен кедендік режимдерге қолданылатын кедендік рәсімдеуге қажетті мәліметтер мен құжаттардың тізімі «Таңдалған кедендік режимге сәйкес тауарларды кедендік рәсімдеуге қажет мәліметтер мен құжаттар тізімін бекіту туралы» Бұйрықпен бекітілген. Ұсынылған мәліметтерге сәйкес, алкогольдік өнімдерді кедендік рәсімдеу барысында келесідей кедендік төлемдер алынады: «Тауарларды кедендік рәсімдеуге арналған кедендік алымдардың мөлшері туралы» Қаулыға сәйкес кедендік рәсімдеу үшін алымдар. Украинадан кіргізілетін тауарлар үшін «10 пайыздық салық мөлшерлемесі бойынша ҚҚС төленетін өнеркәсіптік тауар түрлерінің кодтар тізімін бекіту туралы» Қаулысына сәйкес 10 пайыздық мөлшерде қосылған құн салығы.

Түйін сөздер: сараптама, кедендік рәсімдеу, өнім, декларация, құжат, рәсімдер

Amrakhly E.M.¹

¹Institute of Standardization and Certification of the State Committee for Standardization, Metrology and Patents (SCSMC) of Azerbaijan, Baku, Azerbaijan

FEATURES OF CUSTOMS REGISTRATION OF LIKER-VODKA PRODUCTS

Abstract

In the production of customs clearance persons who presented the goods for customs clearance are obliged to submit profit documents and body information required for customs clearance. The list of documents and information required for customs clearance of primal concrete profit to procedure and moon regime is approved by the order "on approval of the list of documents and information required for customs clearance of goods in accordance with the busy moon regime". According to the pedestal of Sweden, during the customs clearance of alcohol products, the profit will be charged the following fees: processing fees profit in accordance with the decree "About the presence of the moon the moon charges for registration of products"; tax on doable cost on the tax stake of 10% in accordance with the decree "On approval of lists of codes of types of proved goods subject to a log on doable cost on the tax stake is 10%" when importing.

Keywords: examination, customs clearance, product, declaration, document, procedures

При производстве таможенного оформления лица, предъявившие товар к таможенному оформлению, обязаны представить таможенным органам документы и сведения, необходимые для таможенного оформления. Перечень документов и сведений, которые необходимы для таможенного оформления применительно к конкретным таможенным процедурам и таможенным режимам, утвержден приказом «Об утверждении перечня документов и сведений, необходимых для таможенного оформления товаров в соответствии с выбранным таможенным режимом». Для проведения таможенного оформления указанных товаров в таможенный орган должны быть, в том числе, представлены: декларация о соответствии или сертификат соответствия «О техническом регулировании», «Технический регламент на алкогольную продукцию», постановлением «О ввозе на таможенную территорию продукции, подлежащей обязательному подтверждению соответствия», подлежащих обязательному подтверждению соответствия, при помещении под таможенные режимы, предусматривающие возможность отчуждения или использования в соответствии с их

назначением на таможенной территории; ветеринарный сертификат «О перечне грузов, подлежащих пограничному государственному ветеринарному надзору». Товары, при их перемещении через таможенную границу, подлежат декларированию путем заявления таможенному органу сведений о товарах, об их таможенном режиме и других сведений, необходимых для таможенных целей, в грузовой таможенной декларации, которая заполняется в соответствии с приказом от «Об утверждении Инструкции о порядке заполнения грузовой таможенной декларации и транзитной декларации». Декларирование товаров может производиться либо непосредственно Вами либо таможенным брокером (представителем) [1]. В соответствии с Перечнем продукции подлежащей обязательному подтверждению соответствия, утвержденного постановления, вся продовольственная продукция, прошедшая любую переработку, подлежит обязательному подтверждению соответствия. Данный перечень продукции подлежащей обязательному подтверждению соответствия, содержит данные по наименованию продукции, по коду, обязательным требованиям, видам безопасности, схемам подтверждения соответствия. Сертификат соответствия – документ, удостоверяющий, что сертифицированная продукция, процессы (методы) производства, хранения, перевозки, реализации, эксплуатации и утилизации, работа или услуга соответствуют установленным требованиям технических регламентов, положениям стандартов или условиям договора. Сертификат соответствия представляется в Таможенный орган вместе с грузовой таможенной декларацией, и является необходимым документом для получения разрешения на ввоз продукции (товаров). Декларация о соответствии – документ, которым изготовитель или официальный представитель иностранного изготовителя удостоверяет, что выпускаемая им в обращение продукция соответствует обязательным требованиям [2].

Изготовитель или официальный представитель иностранного изготовителя вправе выбирать форму обязательного подтверждения соответствия продукции: проведение обязательной сертификации или принятие декларации о соответствии. Декларация о соответствии принимается в отношении продукции, включенной в Перечень продукции, подлежащей обязательному подтверждению соответствия. Для получения Ветеринарного свидетельства формы №1 необходимы следующие документы:

✓ справка с органов местного самоуправления (по месту нахождения товара);

✓ справка от ветеринарных структур о проведенных вакцинациях.

Для получения Ветеринарного свидетельства формы №2 необходимы следующие документы:

- сертификат соответствия;
- сертификат о происхождении товара;
- Акт лабораторного анализа.

На основании предоставленных документов выдается Ветеринарное свидетельство по форме №2, что займет около 3 дней.

Для получения свидетельства формы №3 необходимы следующие документы:

- Заключение по экспертизе из ветбаклаборатории о радиологической безопасности;
- Заключение по экспертизе бактериологического исследования;
- При вывозе сырья в промышленных целях – официальное письмо от производителя [3].

На основании предоставленных документов выдается Ветеринарное свидетельство по форме №3, что займет около 3-х дней и стоимость определяется по Прейскуранту цен. Далее, пограничные ветеринарные контрольные пункты на основании Ветеринарных свидетельств выдают Ветеринарные сертификаты. При вывозе продукции важно получить соответствующие подписи и печать Департамента государственной ветеринарии и гарантийное письмо об эпизоотической обстановке в районе вывоза или в целом по стране. Ввоз продукции, подлежащих санитарно-эпидемиологической экспертизе, на территорию ТС допускается только при наличии санитарно-эпидемиологического заключения (СЭЗ). Выдача СЭЗ по признанию результатов СЭЗ не должна превышать 2-х дней при наличии всех подтверждающих документов. Для получения Санитарно-эпидемиологического заключения представляют следующее: Нормативно-техническую документацию на продукцию (стандарты, технологические инструкции, состав продукции); Санитарно-эпидемиологическое заключение о вводе в эксплуатацию построенных и реконструированных объектов, о соответствии действующих объектов санитарным правилам, нормам и гигиеническим нормативам; Протоколы испытаний продукции (при их наличии); Документы, подтверждающие безопасность продукции для здоровья

человека; Образцы продукции в объемах, необходимых для санитарно-эпидемиологической экспертизы; Техническое описание продукции с указанием условий применения (использования), другие нормативные и технические документы о составе и условиях применения только при поставках от завода изготовителя; Образцы или макеты этикеток для пищевых продуктов, парфюмерно-косметических средств, средств гигиены полости рта, товаров бытовой химии; Контракт (договор) или сведения о контракте (договоре) на поставку продукции [4]. Срок проведения экспертизы и выдача санитарно-эпидемиологического заключения длится на практике от 4 часов до 5 дней. Условия определения размера таможенных платежей (таможенных пошлин, налогов, сборов за таможенное оформление) могут быть указаны таможенным органом только при предоставлении в таможенный орган документов на подлежащий перемещению через таможенную границу товар. Согласно представленным сведениям, при таможенном оформлении алкогольной продукции будут взиматься следующие таможенные платежи: сборы за таможенное оформление в соответствии с постановлением «О ставках таможенных сборов за таможенное оформление товаров»; налог на добавленную стоимость по налоговой ставке 10% в соответствии с постановлением «Об утверждении перечней кодов видов продовольственных товаров, облагаемых налогом на добавленную стоимость по налоговой ставке 10 процентов» при ввозе товаров из Украины.

Список использованной литературы:

- 1 Борисов К.Г. Международное таможенное право: Учебное пособие. – М.: Изд-во РУДН, 1997. – 224 с.*
- 2 Сандровский К.К. Международное таможенное право. Учебник 3-е изд., стереотип. – Киев, 2002. – 461 с.*
- 3 Еришов А.Д. Международные таможенные отношения: Учеб. пособие. – СПб.: ИВЭСЭП, С.-Петербургский филиал РТА имени В.Б. Бобкова, «Знание», 2000. – 207 с.*
- 4 Таможенный кодекс Азербайджанской Республики. – Баку: Ганун, 2007. – С.4-5.*

Есенбаева Г.С.¹, Талгатбеков А.Т.²

*¹Казахский университет экономики, финансов и международной торговли,
г. Астана, Казахстан*

*²Казахский университет экономики, финансов и международной торговли,
г. Астана, Казахстан*

СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ВЗАИМООТНОШЕНИЯМИ С КЛИЕНТАМИ

Аннотация

В статье раскрыты основы организации взаимоотношения с клиентами и как современные технологии помогут это реализовать. Известно, что цель организации любого бизнеса – это получение прибыли. Рост производства, увеличение объемов продаж, повышение профессионализма работников и множество других факторов влияют на финансовое положение компании. Бизнес может приносить прибыль различными способами, но ее источником являются покупатели компании. Сама суть существования бизнеса заключается в том, чтобы приносить клиентам пользу, удовлетворять их потребности с помощью товаров и услуг. Ведь в любой сфере деятельности организации: производство товаров, продажи, оказание услуг, – именно клиент фирмы приносит ей доход. Для организации компаний и дальнейшего ее развития есть инструменты и одним из эффективных является система управления взаимоотношениями с клиентами (CRM, CRM-система) – прикладное программное обеспечение для организаций, предназначенное для автоматизации стратегий взаимодействия с заказчиками (клиентами).

Ключевые слова: технологии, организация, порядок, теория, учение, компания, методы, производство товаров

Г.С. Есенбаева¹, А.Т. Талгатбеков²

*¹Қазақ экономика, қаржы және халықаралық сауда университеті,
Астана қ., Қазақстан*

*²Қазақ экономика, қаржы және халықаралық сауда университеті,
Астана қ. Қазақстан*

КЛИЕНТТЕРМЕН ҚАРЫМ-ҚАТЫНАСТЫ БАСҚАРУ ЖҮЙЕСІ

Аңдатпа

Мақалада клиенттермен қарым-қатынасты ұйымдастырудың негіздері және оларды жүзеге асырудағы заманауи технологиялардың әсері қарастырылған. Кез келген кәсіпкерлікті ұйымдастырудың мақсаты пайда табу екені барша-мызға мәлім. Өндірістің артуы, сату көлемінің көбеюі, жұмысшылардың біліктілігін артыру және басқа да көптеген факторлар компанияның қаржылық жағдайына әсер етеді. Кәсіпкерлікке пайда түрлі жолдармен түседі, алайда оның негізгі көзі компанияның тұтынушылары. Бизнестің мәні клиенттерге пайда тигізу, яғни тауарлар мен қызметтер арқылы оның құажеттіліктерін қанағаттандыру. Ұйым қызметінің тауар өндіру, сату, қызмет көрсету сияқты кез келген саласында клиент фирмаға табыс әкеледі. Компанияны ашу мен оны дамытудың құралдары бар. Оны жүзеге асырудың және тиімділерінің бірі клиенттермен қарым-қатынасты басқару жүйесі (CRM, CRM-система) – клиенттермен қарым-қатынас стратегиясын автоматтандыруға арналған ұйымдар қолданатын қолданбалы бағдарламалық қамсыздандыру.

Түйін сөздер: технологиялар, ұйымдастыру, тәртіп, теория, оқытулар, компания, әдістер, тауарлар өндіру

Esenbaeva G.S.¹, Talgatbekov A.T.²

*¹Kazakh University Economy, Finance and international trade,
Astana, Kazakhstan*

*²Kazakh University Economy, Finance and international trade,
Astana, Kazakhstan*

SYSTEM CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT

Abstract

The article reveals the main organizations relationships with customers, and how modern technology can help to implement it. It is known that the goal of any business organization is profit. The growth of production, increase sales, professionalism and

many other factors affect the financial position of the company. Business can generate profit in different ways, but the source of the buyers of the company. The very essence of existence of the business is to bring customers the benefit, to satisfy their needs with goods and services. After all, in any sphere of activity: production, sales, rendering of services – that a customer brings her income. For organizations and companies, and further developments there are tools for it implementations and one of the most effective is the system of customer relationship management (CRM, CRM-system) – a software application for organizations, designed to automate interaction strategies with customers (clients).

Keywords: technology, organization, order, a theory, doctrine, company, method, production of goods

Известно, что цель организации любого бизнеса – это получение прибыли. Рост производства, увеличение объемов продаж, повышение профессионализма работников и множество других факторов влияют на финансовое положение компании. Бизнес может приносить прибыль различными способами, но ее источниками являются покупатели компании. Сама суть существования бизнеса заключается в том, чтобы приносить клиентам пользу, удовлетворять их потребности с помощью товаров и услуг. Ведь в любой сфере деятельности организации: производство товаров, продажи, оказание услуг, – именно клиент фирмы приносит ей доход. Для организации компании и дальнейшего ее развития есть инструменты для реализации и одним из эффективных является система управления взаимоотношениями с клиентами (CRM, CRM-система, сокращение от англ. *Customer Relationship Management*) – прикладное программное обеспечение для организаций, предназначенное для автоматизации стратегий взаимодействия с заказчиками (клиентами), в частности, для повышения уровня продаж, оптимизации маркетинга и улучшения обслуживания клиентов путём сохранения информации о клиентах и истории взаимоотношений с ними, установления и улучшения бизнес-процессов и последующего анализа результатов.

CRM – модель взаимодействия, основанная на постулате, что центром всей философии бизнеса является клиент, а главными направлениями деятельности компании являются меры по обеспечению эффективного маркетинга, продаж и обслуживания клиентов. Поддержка этих бизнес-целей включает сбор, хранение и анализ информации о потребителях, поставщиках, партнёрах, а также о внутренних процессах компании. Функции для поддержки этих бизнес-целей включают продажи, маркетинг, поддержку потребителей.

Внедрение CRM-систем позволит расширить возможности для ведения бизнеса. Видео – это наблюдение CRM систем в отделе продаж для ведения базы клиентов. В основной блок программного обеспечения входят разделы, которые позволяют системность операции. Рынок систем по управлению взаимоотношениями с клиентами насчитывает десятки разнообразных программ, которые применимы в различных отраслях. Правильно подобранная CRM-система гарантирует увеличение объема продаж и улучшение предоставляемого сервиса для клиентов. Большая часть компании использует не полный функциональный набор CRM, а делает акценты на те возможности, которые направлены на оптимизацию именно их бизнеса. CRM-системы условно можно разделить на три категории: программы информационного типа, CRM аналитического типа и коллаборативная CRM-система.

Программы информационного типа представляют собой базу клиентов, в которой можно работать с информацией по проводимым сделкам и контролировать ход продаж. Возможность систематизировать данные позволяет моментально получать сведения по всем заказчикам, историям операций и сотрудничеству с клиентами.

CRM аналитического типа представляют собой улучшенный информационный вариант. За счет расширенного функционала появляется возможность анализа получаемой информации. Инструменты таких программ позволяют контролировать все бизнес-процессы с помощью составления отчетности по заданным критериям. Аналитические CRM-системы используют специальные шаблоны и настройки, которые отображают статистику по проведенным сделкам, количеству проданных товаров и услуг, а также активности клиентской базы.

Коллаборативная CRM-система является наиболее продвинутым программным обеспечением для ведения бизнеса. Она открывает возможности систематизировать и анализировать поступающую информацию. Главная особенность заключается в наличии функционала для коррекции и модернизации бизнес-процессов. Программа подойдет для предпринимателей, которые постоянно стараются улучшать сервис и качество предоставляемых услуг. Перед тем как выбирать CRM-систему, следует определиться – нужна ли она для конкретного бизнеса. Такие программы эффективно используются в тех отраслях, которые работают напрямую с заказчиками и

потребителями конечного продукта. CRM-системы нужны в тех сферах, где клиентам отдается наибольшее внимание, а главный упор ставится на расширение числа заинтересованных покупателей.

В работе интернет-магазина ключевую роль играют телефонные звонки и запросы от новых клиентов. Чтобы удерживать старую аудиторию и планомерно привлекать свежих покупателей необходимо использовать CRM-систему с интегрированной интернет-телефонией. CRM-системы хорошо подойдут оптовым компаниям, работающим как с клиентами, так и с поставщиками. В таком бизнесе важно, чтобы все запросы от клиентов обрабатывались максимально быстро и эффективно, заказы выполнялись, а покупатели оставались довольны совершенной сделкой. За счет этого увеличивается число активных клиентов и лояльность к поставщику товаров или услуг. CRM-системы не будут иметь успех у розничных магазинов и компаний, работающих по долгосрочным контрактам. Если каждый договор с новыми клиентами заключается при помощи личных встреч, ни одна CRM-система не даст положительных результатов.

CRM-система может включать:

- фронтальную часть, обеспечивающую обслуживание клиентов на точках продаж с автономной, распределенной или централизованной обработкой информации;
- операционную часть, обеспечивающую авторизацию операций и оперативную отчетность;
- хранилище данных;
- аналитическую подсистему.

1. Распределенную систему поддержки продаж: реплики данных на точках продаж или смарт-карты. Основной принцип: наличие единого хранилища информации, куда собираются сведения о взаимодействии с клиентами – клиентской базы.

2. Использование многих каналов взаимодействия: обслуживание на точках продаж, телефонные звонки, электронная почта, мероприятия, встречи, регистрационные формы на веб-сайтах, рекламные ссылки, чаты, социальные сети.

3. Анализ собранной информации о клиентах и подготовка данных для принятия соответствующих организационных решений – например, сегментация клиентов на основе их значимости для компании, потенциальном отклике на те или иные промоакции, прогнозе потребности в тех или иных продуктах компании.

Этот подход подразумевает, что при взаимодействии с клиентом сотруднику компании доступна вся необходимая информация о взаимоотношениях с этим клиентом и решение принимается на основе этой информации (информация о решении, в свою очередь, тоже сохраняется).

В 2000-е годы получила распространение SaaS-модель предоставления CRM-систем.

Цели внедрения CRM. Основной целью внедрения, как правило, ставится увеличение степени удовлетворённости клиентов за счёт анализа накопленной информации о клиентском поведении, регулирования тарифной политики, настройки инструментов маркетинга. Благодаря применению автоматизированной централизованной обработки данных появляется возможность эффективно и с минимальным участием сотрудников учитывать индивидуальные потребности заказчиков, а за счёт оперативности обработки – осуществлять раннее выявление рисков и потенциальных возможностей. В торговой сфере за счёт CRM обеспечивается более эффективное применение метода *перекрёстных продаж* (англ. *cross-selling*) и техники *ансейла*.

Классификации CRM-систем:

- Управление продажами (SFA – англ. *Sales Force Automation*);
- Управление маркетингом;
- Управление клиентским обслуживанием и колл-центрами (системы по обработке обращений абонентов, фиксация и дальнейшая работа с обращениями клиентов).

Классификация по уровню обработки информации:

- *Операционный CRM* – регистрация и оперативный доступ к первичной информации по событиям, компаниям, проектам, контактам [1];
- *Аналитический CRM* – отчётность и анализ информации в различных разрезах (воронка продаж, анализ результатов маркетинговых мероприятий, анализ эффективности продаж в разрезе продуктов, сегментов клиентов, регионов и другие возможные варианты);
- *Коллаборативный CRM* (англ. *collaboration – сотрудничество; совместные, согласованные действия*) – уровень организации тесного взаимодействия с конечными потребителями, клиентами, вплоть до влияния клиента на внутренние процессы компании (опросы, для изменения качества продукта или порядка обслуживания, веб-страницы для отслеживания клиентами состояния заказа, уведомление по

SMS о событиях, связанных с заказом или лицевым счётом, возможность для клиента самостоятельно выбрать и заказать в режиме реального времени продукты и услуги, а также другие интерактивные возможности).

Результаты внедрения CRM-системы. Конечно, для 100-процентного использования возможностей любой системы требуется определенное время. Оно необходимо для обучения персонала, накопления информации, "отладки" бизнес-процессов. Но уже сегодня можно сказать, что внедрение новой технологии позволило решить ряд важных задач:

➤ увеличилась скорость и эффективность принятия оперативных решений. Благодаря доступности информации удалось исключить постоянные контакты "вверх и вниз" и появилась возможность принимать решения на месте. В результате время, необходимое для принятия оперативных решений, сократилось в несколько раз;

➤ значительно упростилось планирование товарных и финансовых потоков на основе маркетинговых данных и анализа ситуаций, что позволило осуществлять более качественную ассортиментную и клиентскую политику;

➤ повысился контроль за работой персонала коммерческой службы, в том числе контроль не только за количественными показателями (число обращений, рабочее время и пр.), но и за качественными (адекватность работы с клиентом, выполнение стратегических задач, поставленных руководством);

➤ налажено управление сетью дочерних компаний на новых принципах. Новая технология позволила сделать всю работу этих компаний абсолютно прозрачной и обеспечить индивидуальный подход к каждому региону.

Список использованной литературы:

1 Александр Дэвид, Тернер Чарльз. С.Р.М. Карманный справочник. – Гиппо-Москва, 2009.

2 Бейсова В.Е. Клиенты – тоже люди! Современные технологии и приемы работы с клиентом: Учебник. – Феникс, 2012. – 208 с.

3 Беквит Гарри. Без раздумий. Скрытые силы, заставляющие нас покупать / Беквит Гарри, Альтина Паблшер. – Москва, 2011. – 230 с.

4 Бухтияров А. Мастер работы с возражениями. – Москва: ФАИР, 2014. – 96 с.

5 Бэйкел Роберт Сервис. Сценарии и техники обслуживания клиентов на высшем уровне. Пер. с англ. – М.: Издательство Гиппо, 2010. – 288 с.

6 Владиславлев Д.Н. Как организовать клиентскую службу банка. – Москва: Ось-89, 2013. – 224 с.

7 Глушаков В.Е. Маркетинг. Поиск, удержание и развитие взаимоотношений с клиентами (идеи, решения, советы). – Москва: Издательский центр БГУ, 2015. – 112 с.

УДК 657; 311.216; 336.717.6

МРНТИ 06.81.85

У.К. Джакишева¹, Р.У. Гулимбетова²

¹Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті,
Алматы қ., Қазақстан

²Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті,
Алматы қ., Қазақстан

ҰЙЫМНЫҢ ҚАРЖЫЛЫҚ ЖАҒДАЙЫН ТАЛДАУ

Аңдатпа

Нарықтық қатынастың қалыптасуы шаруашылық қызметін біртұтас кешенді талдауды ішкі және сыртқы талдау деп бөлуді қажет етіп отыр. Талдаудың бұл түрлерінің әрқайсысының өзіндік негізгі ақпараттық көздері бар.

Әлемдік тәжірибе көрсеткендей, есеп берудің екі түрі бар: акционерлерді, қалың жұртшылықты, банктерді, сондай-ақ сақтандыру ұйымдары мен үкімет органдарын ұйымның жұмыс жағдайы мен оның қаржылық жағдайы және есепті кезеңдегі шаруашылық қызметінің нәтижесімен таныстыру үшін қаржылық газеттер мен арнайы анықтамаларда басылып шығатын есеп беру. Сонымен қатар көбіне, есепте субъектінің шаруашылық қызметін динамикада бейнелеп көрсетуге, даму бағыты мен оның алдыңғы кезеңдегі жағдайын болжауға мүмкіндік беретін бірқатар жылдардың мәліметтерін жариялайды. Есеп берудің екінші түрі – басқару талдауы, бұл ұйым шығыратын өнімдердің жеке түрлерінің өзіндік құнының нормативтері туралы, сондай-ақ сапасының төмендігіне немесе тауардың мөлшерден тыс шығарылып, өтпей қалуына байланысты мәліметтерден тұратын қатаң құпияландырылған, басқа тұлғалар үшін жабық есеп болып табылады. Ішкі есеп берудің ішіндегі жауапкершілік орталықтары мен пайда болу орындары бойынша шығындар сияқты жеке бөлімшелердің жұмыс нәтижелерін сипаттайтын маңызды есеп түрлері болады. Ұйымның жеке бөлімшелеріндегі шаруашылық жүргізу деңгейін анықтау шығындар мен нәтижелерді салыстыру, кім қалай жұмыс істейтінін көруге мүмкіндік береді және еңбекке ақы төлеуде қандай да бір иесіздікті жояды. Ішкі талдау басқару есебі, ал сыртқы талдау қаржылық есеп негізінде жүргізіледі.

Жоғарыда айтылғандарды қорыта келе, ұйымның қаржылық тұрақтылығына әсер ететін мынадай ішкі факторларды атап көрсетуге болады.

1. Ұйымның салалық топқа жатуы.
2. Шығарылатын өнімнің (жұмыс, қызмет) құрылымы және оның жалпы төлем қабілеттілігі бар сұраныстағы үлесі.
3. Төленген жарғылық капиталдың мөлшері.
4. Шығындардың көлемі, олардың ақшалай табыспен салыстырғандағы динамикасы.
5. Қорлар мен резервтерді, олардың құрамы мен құрылымын қоса алғандағы мүлік пен қаржы ресурстарының жағдайы.
6. Ұйымды басқару тиімділігі.

Түйін сөздер: көлденең талдау, тікелей талдау, трендтік талдау, салыстырмалы талдау, факторлық талдау, қаржылық коэффициенттер, пайда, баланс, актив, пассив, маржиналды талдау, несие төлеу мүмкіндігі

Джакишева У.К.¹, Гулимбетова Р.У.²

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

*²Казахский Национальный Педагогический Университет имени Абая,
г. Алматы, Казахстан*

АНАЛИЗ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация

Оформление рыночных отношений требует внешнего и внутреннего разбора анализа. Каждый из этих видов анализа имеет свои информационные источники.

Как показывает мировой опыт, существует два вида отчетности. Для ознакомления с результатами отчетного периода всех акционеров, банков, населения, страховых организаций существуют финансовые газеты и специальные справочники. Наряду с этим в большинстве случаев в отчетах показывают работу в динамичном отображении направления развития и публикуют информацию, определяющую будущее развитие. Второй вид отчетности – это анализ управления, это засекреченные данные о нормативах себестоимости производящейся продукции и о низком качестве или же о выпуске сверхнормативной невостребованной продукции. Во внутренней отчетности существуют отчеты, характеризующие работу центров и появившиеся рабочие места в каждом отделе по их расходам. Определение уровня ведения хозяйственных дел, сравнение расходов и результатов деятельности каждого отдела, организации позволяет определить, кто как работает и это предотвращает бесхозность при оплате труда. Внутренний анализ –

управленческий отчет, а внешний анализ ведется на основе финансового отчета. Подводя итоги вышеуказанного, можно отметить внутренние факторы, воздействующие на финансовое постоянство организации.

1. Отраслевое предопределение организации.
2. Состав производящейся продукции (работа, обслуживание).
3. Объем уставного капитала.
4. Объем убытков расходов и его динамика по сравнению с денежными прибылями.
5. Состав и сравнение фондов, резервов вместе взятых в состоянии финансовых ресурсов и имущества.
6. Целесообразность управления организацией.

Ключевые слова: прямой анализ, трендовый анализ, сравнительный анализ, фактический анализ, финансовые коэффициенты, прибыль, баланс, актив, пассив

Dzhakisheva U.K.¹, Gulimbetova R.U.²

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

*²Kazakh National Pedagogical University named after Abai,
Almaty, Kazakhstan*

ANALYSIS OF THE FINANCIAL CONDITION OF THE ORGANIZATION

Abstract

The registration of market relations requires external and internal analysis of the analysis. Each of these types of analysis has its own information sources.

As the world experience shows, there are two types of reporting; To clarify the results of the reporting period of all joint-stock and banking populations of the organization of stash organizations, there are financial newspapers and special reference books. Along with this in most cases, the reports show the work in a dynamic mapping direction of development and publishes information defining the future development. The second type of reporting is management analysis, it is classified data on the charges of production costs and low quality, or on output beyond the normative unclaimed products. In internal reporting, there are reports describing the work of the centers and the emerging workplaces by their expenditure of each department. Determining the level of business cases comparing the costs and performance of activities and each department of the organization allows you to determine who is working and this prevents the loss of money when paying wages. Internal analysis – management report and external analysis is based on the financial report: Summarizing the above, one can note internal factors affecting the financial stability of the organization.

1. Industry predetermination of the organization.
2. Composition of products (work, maintenance).
3. The volume of authorized capital.
4. The volume of losses and its dynamics compared with cash profits.
5. Composition and comparison of funds and reserves taken together in the state of financial resources and property.
6. The goal-oriented management of the organization.

Keywords: direct analysis, Trending analysis, Comparative analysis, Actual analysis, Financial ratios, Profit, Balance, Asset, Passive

Нарық жағдайында ұйымның өміршеңдігінің кепілі мен жай-күйінің орнықтылығының негізі оның қаржы тұрақтылығы болып табылады. Ол ақша қаражатын еркін орын алмастыра отырып қолданып, тиімді пайдалану жолымен өнімді өндіру мен сатудың үздіксіз процесін қамтамасыз ете алатын өзінің қаржы ресурстары жағдайын көрсетеді.

Ұйымның қаржылық тұрақтылығын бағалау, объективті, ғылыми негізделген және үйлесімді басқару, өндірістік, әсіресе қаржылық шешімдер қабылдау үшін оның қаржылық жағдайын талдау қажет. Тек терең және ұқыпты талдау негізінде ғана оның қызметін объективті бағалап, ұйымның қаржылық тұрақтылығын нығайту немесе жақсарту және оның іскерлік белсенділігін арттыруға бағытталған басқару шешімдерін қабылдау үшін, басшылыққа нақты ұсыныстар беруге болады.

Ұйымның қаржылық тұрақтылығы – бұл тәуекелділіктің мүмкін болатын деңгейінде төлем қабілеттілігі мен несие қабілеттілігін сақтай отырып, табысты өсіру негізінде қаржыны тарату мен пайдалану арқылы ұйымның дамуын көрсететін қаржы ресурсының жағдайы.

Қаржылық тұрақтылық – бұл табыстың шығыннан тұрақты дәрежеде артуы. Ол ақша қаражаттарын еркін пайдалануды қамтамасыз етеді және оларды тиімді пайдалану арқылы өнімді сату процесінің үздіксіз болуына жағдай жасайды [1, 115 б.]. Сондықтан да қаржылық тұрақтылық барлық өндіріс – шаруашылық қызметі процесінде қалыптасады және ұйымның жалпы тұрақтылығының негізгі бөлігі болып табылады [1, 117 б.] Ал ұйымның жалпы қаржылық тұрақтылығы, ол ең алдымен әрдайым табыстың шығыннан артуын қамтамасыз ететін ақша ағымының қозғалысын көрсетеді. Нарық жағдайында ол ең бірінші өнімді (жұмыс, қызмет) өткізуден түсетін табыстың тұрақтылығын талап етеді және оның мөлшері мемле-

кетпен, жабдықтаушылармен, несие берушілермен, жұмысшылармен және тағы басқалармен есеп айырысу үшін жеткілікті дәрежеде болуы тиіс. Сонымен қатар ұйымның одан әрі дамуы үшін барлық есеп айырысулар мен барлық міндеттемелерді орындағаннан кейін, осы ұйымда өндірісті дамытуға, оның материалдық – техникалық базасын жаңартуға және де әлеуметтік климатты жақсартуға және басқаларға мүмкіндік беретіндей дәрежеде табыс қалуы қажет.

Ұйымның қаржылық тұрақтылық жағдайына көптеген факторлар әсер етеді, олар келесі түрге жіктеледі:

- 1) пайда болу орнына байланысты – ішкі және сыртқы;
- 2) нәтижесінің маңыздылығына байланысты – негізгі және негізгі емес;
- 3) құрамы бойынша – қарапайым және күрделі;
- 4) әрекет ету уақыты бойынша – тұрақты және уақытша.

Ішкі факторлар ұйымның өзінің жұмысын ұйымдастыруына байланысты болады, ал сыртқа факторлар ұйым еркіне бағынышты емес.

Негізгі ішкі факторларды қарастырайық. Ұйымның тұрақтылығы ең бірінші өндіріс шығындарымен үздіксіз байланысқан өндірілген өнім мен көрсетілген қызметтің құрамы мен құрылымына тәуелді. Сондай-ақ, тұрақты және айнымалы шығындар арасындағы қатынас маңызды болып табылады.

Ұйымның өндірілетін өнім және өндіріс технологиясымен тығыз байланысқан қаржылық тұрақтылығының маңызды факторларының бірі – активтердің тиімді құрамы мен құрылымы, сондай-ақ ұйымның басқару стратегиясын дұрыс таңдап алуы болып табылады. Ағымдағы активтерді басқару өнері – ұйым шотында оның ағымдағы жедел қызметі үшін қажет болатын қаржының ең төменгі сомасын ұстаудан тұрады.

Қаржылық тұрақтылықтың ішкі, маңызды факторларының бірі – бұл қаржы ресурстарының құрамы мен құрылымы, оларды басқару стратегиясы мен тактикасының дұрыс таңдалып алынуы. Ұйымның өз қаржы ресурсы, соның ішінде таза табысы қаншалықты көп болса, соншалықты ол өзін жайлы сезіне алады.

Сонымен бірге тек таза табыстың көлемі ғана емес, сонымен қатар оны тарату құрылымы, әсіресе өндірісті дамытуға бағытталған бөлігі де өте маңызды болып табылады.

Сыртқы факторларға шаруашылық жүргізудің экономикалық жағдайының әсері, қоғамда үстемдік етуші техника мен технология, тө-

леу қабілеті бар сұраныс және тұтынушылар табысының деңгейі, ҚР үкіметінің салық және несие саясаты, ұйымның қызметін бақылау жөніндегі заң актілері, сыртқы экономикалық байланыс және тағы басқалар жатады.

Ұйымның тұрақты қаржылық жағдайын қалыптастыруда оның өз контрагенттерімен (салық органдары, банктер, жабдықтаушылар, сатып алушылар, акционерлер және тағы басқалар) өзара қарым-қатынасы үлкен әсер етеді. Сондықтан да серіктестермен реттелген іскерлік қатынаста болу – жақсы қаржылық жағдайдың бірден-бір шарты болып табылады. Әрине, акционерлер өз жинақ қорларын тұрақты тиімділікке ие және дивиденттерді ұқыпты төлейтін қаржылық тұрақты ұйымдарға салады. Инвестициялық тартымдылығы болуы үшін, тек бүгінгі күні ғана емес, болашақта да ұйымның қаржылық жағдайы көршісіне қарағанда жақсы болуы тиіс.

Жабдықтаушылар мен тұтынушылар сенімді және төлем қабілеттілігі жоғары ұйымдармен келісім – шартқа үлкен ықыласпен отырады. Тіпті қаржы органдары, әсіресе салық инспекциясы ұйымның жағдайы тұрақты болғанын қалайды, себебі тек осындай ұйым ғана салықтар мен басқа да міндетті төлемдерді уақытылы және толық төлей алады.

Нарықтық қатынастың қалыптасуы шаруашылық қызметін біртұтас кешенді талдауды ішкі және сыртқы талдау деп бөлуді қажет етіп отыр. Талдаудың бұл түрлерінің әрқайсысының өзіндік негізгі ақпараттық көздері бар.

Қаржылық талдаудың тәжірибесі қаржылық есепті оқудың негізгі ережелерін қалыптастырды. Олардың ішінен алты негізгі әдісті бөліп қарастыруға болады:

- 1) көлденең талдау;
- 2) тікелей талдау;
- 3) трендтік талдау;
- 4) салыстырмалы талдау;
- 5) факторлық талдау;
- 6) қаржылық коэффициенттер әдісі [5].

Көлденең талдау – есеп берудің әрбір позициясын өткен кезеңімен салыстыру. Ол өткен кезеңдегімен салыстырғандағы бухгалтерлік есептің түрлі баптарының абсолюттік және салыстырмалы ауытқуларын анықтауға мүмкіндік береді.

Тікелей талдау – әрбір есеп позициясының жалпы нәтижеге тигі-

зетін әсерін айқындай отырып, қорытынды қаржылық көрсеткіштердің құрылымын анықтау. Ол жалпы баланс немесе оның бөлімдері бойынша қорытынды көрсеткіштегі жеке баптардың үлес салмағын анықтауға мүмкіндік береді.

Трендті талдау барлық көрсеткіштер 100% деп алынатын базистік жыл деңгейінен, бірқатар жылдар көрсеткіштерінің салыстырмалы ауытқуын есептеуге негізделеді. Басқаша айтқанда, трендтік талдау әрбір есеп позициясын бірқатар өткен кезеңдермен салыстыруды және трендті, яғни жеке кезеңдердің дербес ерекшеліктері мен кездейсоқ әсерлерінен тазартылған көрсеткіш динамикасының негізгі тенденциясын анықтауды көрсетеді. Трендтің көмегімен болашақтағы көрсеткіштердің мүмкін болатын маңызы қалыптасады, ал одан кейін перспективті, болжамдық талдау жүргізіледі [6].

Қаржылық талдаудың нарықтық экономика жағдайындағы көбірек таралған әдісі әр түрлі қаржылық коэффициенттерді пайдалану болып табылады.

Коэффициенттер салыстырмалы шамалар болып табылады, оларды есептеу кезінде шамалардың біреуін бірлік ретінде алып, ал екіншісін бірлікке қатынасы ретінде көрсетеді. Қаржылық коэффициенттерді есептеу баланстың жеке баптарының арасында болатын өзара байланыстарға негізделген. Олар ұйымның қаржылық жағдайын кезекті факторлық талдау үшін алғашқы база болып табылады және де олар талдау нәтижесінде талдау жүргізушіге жасырын құбылыстарды ашуға мүмкіндік беретін екі шаманың арасындағы өзара математикалық қатынастарды көрсетеді.

Салыстырмал талдау – бұл фирмалардың, еншілес фирмалардың, бөлімшелердің және цехтардың жекелеген көрсеткіштері бойынша есебінің құрама көрсеткіштерін шаруашылық ішіндегі талдау, сондай-ақ берілген фирманың көрсеткіштерін орташа салалық және орташа жалпы экономикалық мәліметтері бар бәсекелес фирмалардың көрсеткіштерімен салыстырғандағы шаруашылық аралық талдау болып табылады.

Факторлық талдау – бұл жекелеген факторлардың қорытынды көрсеткішке тигізетін әсерін зерттеудің детерминдік (анықтау) немесе реттелмеген тәсілдері көмегімен талдау. Сонымен қатар факторлық талдау қорытынды көрсеткіштерді оның құрамдас бөліктеріне жіктегенде – тура, ал оның жеке элементтерін жалпы қорытынды көрсеткішке біріктіргенде ол кері болуы мүмкін.

Қаржылық жағдайды талдауда – экономикалық, сондай-ақ экономикалық және математикалық статистиканың дәстүрлі тәсілдері қолданады. Белгілі бір экономикалық ғылым шегінде жасалған түрлі әдістер мен тәсілдерді іскерлікпен пайдалану ұйымның қаржылық жағдайына терең талдау жасауға және шаруашылық субъектісінің қаржылық тұрақтылығын нығайтуға, жағдайын жақсартуға байланысты ұсыныстарды дайындауға мүмкіндік береді.

Ұйымның қаржылық жағдайын талдауда аудиторлық түрлі әдістер мен тәсілдерді қолдануға еркі бар. Оларды ұтымды пайдаланып, осы талдауды жүргізудің дәйектілігіне байланысты дұрыс әдісті таңдай отырып, аудитор қаржылық жағдайға терең, жан-жақты әрі кешенді талдау жүргізе алады, сондай – ақ объективті және анық баға береді, қаржылық тұрақтылықтың нығаюы мен ұйымның табыстылығының өсуі жөнінде ұсыныстар дайындайды.

Нарықтық қатынастары жағдайында кәсіпорынның қаржылық жағдайын талдаудың маңызы өте зор. Бұл кәсіпорындардың тәуелсіздікке ие болуымен, сондай-ақ олардың меншік иелері, жұмысшылар, коммерциялық серіктестер және де басқа контрагенттер алдында өзінің өндірістік-кәсіпкерлік қызметінің нәтижелері үшін толық жауапкершілікте болуымен байланысты. «... кәсіпорынның қаржылық жағдайы қаржы ресурстарын жасау, тарату және пайдаланумен сипатталады. Қаржылық жағдай кәсіпорынның қалыпты өндірістік, коммерциялық және басқа да қызмет түрлері үшін қажетті қаржылық ресурстармен қамтамасыз етілуімен және оларды мақсатқа сай, тиімді тарату, пайдаланумен, сондай-ақ басқа шаруашылық субъектілерімен қаржылық қарым-қатынаста болуымен, міндеттемелерді төлеу қабілеттілігі және қаржылық тұрақтылықпен сипатталады. Кәсіпорынның өз міндеттемелерін уақтылы төлеу мүмкіндігі оның қаржылық жағдайының жақсылығын көрсетеді» деп көрсеткен болатын.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

- 1 Дюсембаев К.Ш. *Кәсіпорынның қаржылық жағдайын талдау.* – Экономика, 2005. – 365 б.
- 2 *Путеводитель бухгалтера.* – №4, Наурыз-2016 ж.
- 3 Савицкая Г.В. *Анализ хозяйственной деятельности предприятия.* – М.: Инфра-М, 2002. – 336 с.
- 4 Пласкова Н.С. *Финансовый анализ деятельности организации: Учебник.* – Издательство: "Инфра-М, Вузовский учебник", 2016. – 384 с.
- 5 Ермолович Л.Л. *Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия.* – Мн.: БГЭУ, 2001. – 253 с.
- 6 Крейнина М.Н. *Финансовое состояние предприятия. Методы оценки.* – М.: Дис, 2004. – 224 с.

Тинасилов М.Д.¹, Узакова С.А.², Уркумбаева А.Р.³

*¹Казахский Национальный Исследовательский
Технический Университет имени К.И. Сатпаева,
г. Алматы, Казахстан*

*²Казахстанский университет инновационных
и телекоммуникационных систем,
г. Уральск, Казахстан*

*³Алматинский Технологический университет,
г. Алматы, Казахстан*

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ МЕДИЦИНСКОГО СТРАХОВАНИЯ

Аннотация

В данной статье четко определяется понятие «Страхование», которое является системой экономических отношений и включает совокупность форм и методов формирования целевых фондов денежных средств и их использование на возмещение ущерба при различных условиях (рисках), а также при оказании помощи гражданам при наступлении определенных событий в их жизни. Значимость медицинского страхования обеспечивала бы гражданам, в случае возникновения страхового случая, получения медицинской помощи за счет накопленных средств и финансирование профилактических мероприятий, предназначенных для компенсации гражданам расходов на медицинскую помощь и других расходов, связанных с поддержанием здоровья, в том числе и посещение врачей, амбулаторное лечение, приобретение медикаментов, лечение в стационаре, получение стоматологической помощи и т.д. При исследовании рынка страховых услуг в сегодняшних недостаточно благоприятных условиях необходимо изучать ценностные ориентации потенциальных клиентов, структуры угроз и страхов, вызывающих наибольшее беспокойство у человека, выявлять факторы, влияющие на принятие решения человека по страхованию, выяснять причины, определяющие поведение и установки реальных и потенциальных клиентов страховых компаний.

Ключевые слова: страхование, рынок медицинского страхования, экономические, денежные средства, страховые риски, стратегические планы

М.Д. Тинасилов¹, С.А. Узакова², А.Р. Уркумбаева³

*¹Қ.И. Сәтбаев атындағы Қазақ Ұлттық
Техникалық Зерттеу университеті,
Алматы қ., Қазақстан*

*²Қазақстан инновациялық және телекоммуникациялық
жүйелер университеті,
Орал қ., Қазақстан*

*³Алматы Технологиялық университеті,
Алматы қ., Қазақстан*

МЕДИЦИНАЛЫҚ САҚТАНДЫРУДЫҢ ӘЛЕУМЕТТІК- ПСИХОЛОГИЯЛЫҚ МӘСЕЛЕЛЕРІ

Аңдатпа

Бұл мақалада әр түрлі жағдайларда шығындардың орнын толтыруға арналған ақша – қаражаттарының мақсатты қорларын қалыптастыру әдістері мен түрлерінің жиынтығын білдіретін және белгілі бір жағдайлар туындаған уақытта азаматтарға көмек көрсетуге арналған экономикалық қатынастардың жүйесі болып табылатын «Сақтандыру» түсінігі анықталған. Медициналық сақтандырудың мәні азаматтарға сақтандыру жағдайы туған уақытта жиналған қаражаттар есебінен медициналық көмек алуға және денсаулықты сақтау, оның ішінде дәрігерге қаралу, амбулаториялық ем алу, дәрі-дәрмек сатып алу, стационарда емделу, стоматологиялық көмек және тағы басқаға байланысты шығындардың орнын толтыруға арналған профилактикалық шараларды қаржыландыруда көрінеді. Бүгінгі таңда сақтандыру қызметінің нарығын зерттеуде потенциалды клиенттердің құндылық бағыт-бағдарын, адам баласының алаңдауын туғызатын қауіптер құрылымын зерттеу қажет, азаматтардың сақтандыруға қатысты шешімдеріне әсер ететін факторларды анықтап, сақтандыру компанияларының нақты және потенциалды клиенттерінің мінез-құлқын анықтайтын себептерді білу керек.

Түйін сөздер: сақтандыру, медициналық сақтандыру тәуекелі, экономикалық, ақшалай ресурстар, сақтандыру тәуекелі, стратегиялық жоспарлар

Tinasilov M.D.¹, Uzakova S.A.², Urkumbaeva A.R.³

*¹Kazakh National Research Technical University after K.I. Satpaev,
Almaty, Kazakhstan*

*²Kazakhstan University of innovative and telecommunication systems,
Uralsk, Kazakhstan*

*³Almaty Technological University,
Almaty, Kazakhstan*

SOCIO-PSYCHOLOGICAL PROBLEMS OF HEALTH INSURANCE

Abstract

This article clearly defines the concept of "Insurance", which is a system of economic relations, and includes a totality of forms and methods of formation of the target funds of funds and their use for reimbursement of damage under different conditions (risks), as well as in the provision of assistance to citizens upon the occurrence of certain events in their lives. The importance of health insurance provided to citizens, in case of occurrence of an insured accident medical care due accumulated funds and funding for prevention activities and is intended to cover citizens health care costs and other costs associated with the maintenance of health, including doctors visits, outpatient treatment, purchase of medicines, hospital treatment, getting dental care etc. In the study of the insurance market today is not enough favorable conditions, it is necessary to examine the value orientations of potential customers, the structure of the threats and fears of major concern in humans, to identify factors influencing the adoption decision on insurance, to investigate the cause, determine the behavior and installation of real and potential clients of insurance companies. The authors recommend that the development of strategic plans for the development of the medical insurance companies, which should be based on understanding of customer behaviour and the main factors determining their social status.

Keywords: insurance, health insurance market, economic, funds, insurance risks, strategic plans

Первоначальное значение понятия "страхование" связано со словом "страх". Еще во времена первобытного строя люди испытывали страх за сохранение своей жизни и имущества, за возможность его потери или уничтожения в связи со стихийным бедствием, пожарами, кражами или другими непредвиденными опасностями. Чтобы предохранить свое имущество, себя и других от нежелательных жизненных ситуаций, получить поддержку в сложный час, человек создал систему страхования [1].

В определенном смысле тот или иной страх человека фиксирует степень значимости для него соответствующей жизненной ценности. У человека возникает страх, когда он чувствует возможность потери чего-либо, что ему присуще, необходимого и желаемого. Таким образом, страх можно рассматривать как ценность, но ценность "аффективно значимую", взятую в ракурсе субъективного внутреннего события. Страх – это угроза для реализации соответствующих целей. Вместе с тем, страх выполняет оценочно-защитную функцию. Он сообщает человеку об опасности, побуждает искать пути его преодоления, активизирует инстинкт самосохранения. Оценка ситуации как опасной приводит к активизации действий, защитных механизмов и других форм адаптивной активности, которые должны устранить источник потенциальной опасности [2].

Однако люди предпочитают жить со страхом за здоровье, а не стремятся защитить себя от возможных заболеваний и материальных затрат на их лечение с помощью механизмов медицинского страхования. Такой вывод следует на основе следующих мнений, анализа реальных фактов, данных социологических исследований и существующих проблем, решение которых обеспечит развитие медицинского страхования в частности и страхового рынка вообще.

Здоровье и жизнь – самое ценное благо человека, поэтому ценностная ориентация на здоровье должна корректироваться со страхом за здоровье и активизировать саму ценностную ориентацию на хорошее здоровье. Согласно социологическим исследованиям, здоровье как ценность входит в первую пятерку важнейших ценностей. Человек, однако, легкомысленно относится к своему здоровью. Для большинства людей оно, прежде всего, является инструментальной ценностью, с помощью которой достигаются другие жизненные, преимущественно материальные блага [3].

Понимание человеком здоровья как инструментальной ценности уменьшает чувство страха за его утрату. Сегодня большинство граждан занимается именно социальными и материальными проблемами. Согласно теории потребностей психолога А.Маслоу, неудовлетворенность физиологических потребностей вызывает у человека страх за свое существование, страх бедности. Удовлетворение потребностей безопасности и сохранения здоровья, особенно личного, отодвигается на второстепенные позиции. Для людей в экономически и социально развитых странах страх бедности не

является выраженным, поскольку они занимаются уже удовлетворением социальных потребностей и потребностей в признании, уважении и "борются" со страхами, которые возникают при не удовлетворении этих потребностей. А потребность в сохранении здоровья и страх за свое здоровье граждане развитых стран преодолевают с помощью медицинского страхования, которое имеет достаточно развитую систему защиты интересов человека в этой сфере. Медицинское страхование, страхование здоровья и жизни – есть самый распространенный вид страхования в мире [4].

Бытует мнение, что существенное влияние на негативное, менее сознательное отношение человека к собственному здоровью вызвали именно медицина, ее современные достижения, новые способы предохранения здоровья (в том числе и медицинское страхование), которые притупляют страх перед болезнью и смертью. На казахском страховом рынке, например, сегмент страхования жизни достигает лишь 0,5% [5].

Страхование – система экономических отношений, которая включает совокупность форм и методов формирования целевых фондов денежных средств и их использование на возмещение ущерба при различных условиях (рисках), а также при оказании помощи гражданам при наступлении определенных событий в их жизни. Медицинское же страхование обеспечивает гражданам, в случае возникновения страхового случая, получение медицинской помощи за счет накопленных средств и финансирования профилактических мероприятий. Оно предназначается для компенсации гражданам расходов на медицинскую помощь и других расходов, связанных с поддержанием здоровья, в том числе и посещением врачей, амбулаторным лечением, приобретением медикаментов, лечением в стационаре, получением стоматологической помощи и т.д. Объектом медицинского страхования являются жизнь и здоровье граждан, а также имущественные интересы, связанные с затратами на получение медицинской помощи [6].

Рынок медицинского страхования на сегодня в Казахстане постепенно развивается. На нем действуют около 60 страховых компаний, которые имеют соответствующие права. Однако реально работают только 8 или 10 компаний. По оценкам экспертов, объем платежей по добровольному медицинскому страхованию растет ежегодно в 1,5-1,6 раза и в ближайшем будущем такая динамика сохранится [7].

Основными причинами медленного развития медицинского страхования в Казахстане можно отметить такие:

- не существует спроса со стороны физических и юридических лиц на услуги страховых компаний;

- нет серьезной конкуренции между страховыми компаниями по ряду объективных причин, что делает сейчас эту сферу общественных отношений не весьма привлекательной и перспективной с инвестиционной и экономической точек зрения.

Негативно влияют на развитие этого вида страхования:

- экономическая нестабильность в некоторых регионах страны;
- низкое качество и сложные условия жизни;
- слабая развитость инфраструктуры страхового рынка;
- высокие страховые тарифы при низких доходах населения;
- экономическая слабость страховых компаний;
- необеспеченность законодательной и нормативно-правовой базы;
- наличие теневого рынка медицинских услуг, расцвет взяточничества и неудовлетворительный уровень врачебной этики;
- низкая заинтересованность субъектов системы здравоохранения в развитии страховой медицины;
- низкая платежеспособность большинства населения. По оценкам различных исследований, некоторые регионы населения имеют возможность воспользоваться страховыми услугами.

Субъективные факторы тоже способствуют развитию медицинского страхования:

- недостаточный профессионализм кадров;
- слабое использование современных, маркетинговых концепций ведения бизнеса;
- сравнительно узкий диапазон рисков, которые страхуются.

Стремясь увеличить количество своих клиентов, прибыль, страховые компании должны формировать спрос у населения на свои страховые услуги. При исследовании рынка страховых услуг в сегодняшних недостаточно благоприятных условиях необходимо изучать ценностные ориентации потенциальных клиентов, структуры угроз и страхов, вызывающих наибольшее беспокойство у человека, выявлять факторы, влияющие на принятие решения человека по страхованию, выяснять причины, определяющие поведение и установки реальных и потенциальных клиентов страховых компаний. Изучение этих аспектов возможно с помощью знаний страховой

психологии – отрасли экономической психологии, которая изучает психические процессы и вызванное ими поведение людей в течении осознания, оценки, анализа и в результате формирования в их сознании нужды (установки) участия в процессе страхования.

Страхование предполагает постоянные отношения между субъектами общества, как постоянно находятся под действием психологических процессов. При этом все субъекты страхования имеют свою психологию, которая и определяет конечный результат их взаимодействия. В процессе успешного взаимодействия клиента и страховой компании достигается результат – клиент покупает страховой полис, а страховая компания гарантирует защиту клиенту и должна получать прибыль. Потребность в психологических исследованиях возникает потому, что сложные общественные процессы и наличие большого количества страховых компаний заставляют констатировать и решать одну из основных проблем – как реализовать свои страховые услуги?

Но не только страховым компаниям, а для роста любой фирмы крайне необходимо знать:

- кто является их потенциальными клиентами?
- почему именно они являются их клиентами?
- какой процесс продажи или оказания услуг эффективный, а какой нет и почему?

Страховые компании должны ориентироваться не на мгновенные результаты, а на последовательную работу, обдуманную ее организацию и анализ. Они должны изучать ценности и потребности клиентов, их желания относительно страховых услуг, уметь распознавать и прогнозировать неудовлетворенные потребности и удовлетворять спрос. В процессе работы с клиентами страховые компании должны также опираться на иерархию потребностей человека.

Таким образом, весь стратегический план развития страховой компании должен строиться на понимании поведения клиентов. Всю работу нужно начинать с выяснения того, что является главным и ценным для клиента. Необходимо узнать о реальных потребностях и возможностях клиентов. Именно в этом и состоит главная задача и направление развития психологии страхования.

При разработке своих услуг страховые компании должны также учитывать особенности национального менталитета. За годы монополии Госстраха и в период становления рынка страховых услуг в «среднестатистической» казахской сложилось в целом негативное

отношение к страхованию. Это отличает его от граждан экономически развитых стран, где полис медицинского страхования является неотъемлемым элементом социального статуса. У нашего населения еще наблюдается недоверие, которое сформировалось в обществе после обесценивания в результате инфляции средств, вложенных в страховые полисы Госстраха. Кроме того, в Казахстане действуют почти три десятка обязательных видов страхования, аналогов которым не существует в мировой практике.

Население не спешит тратить средства на поддержку своего здоровья с помощью медицинского страхования, пока у него не появится в этом потребность или ее осознание. К тому же, многие относятся достаточно осторожно к тому, чтобы платить за какие-то услуги заранее, поскольку не имеет гарантий страховых выплат.

Европейский Союз среди пяти основных принципов любого страхования ставит на первое место именно наличие высокого доверия. Наверное, именно поэтому английское слово "insurance", которое переводится как страхование, происходит от слова "sure" – уверенность. Гражданину из развитой страны медицинское страхование дает уверенность в том, что он выгодно вложил свои средства для защиты собственного здоровья и жизни. Недоверие населения к страхованию, которая подкреплена систематическим невыполнением государством взятых на себя обязательств, – не единственная проблема в развитии отечественного страхового рынка.

По результатам общенационального опроса социологической службой Казахского центра экономических и политических исследований в июне 2015 года, на сегодня лишь 20,7% казахстанцев доверяет страховым компаниям (см.: www.marketing.vc). Проведенное автором статьи социологическое исследование в Алматы в сентябре 2016 года (выборка N = 400, случайная, репрезентативная) выявило основные факторы, побуждающие казахстанцев страховать. Если бы была возможность, 45,40% от общего количества респондентов купили бы страховой полис. Одновременно обосновать свое решение приобрести страховой полис смогло только около половины опрошенных. Это говорит неосведомленности населения с преимуществами медицинского страхования.

Причина покупки страхового полиса (в процентах). На вопрос: «Почему бы вы приобрели страховой полис?» ответили следующим образом:

- гарантия оказания медицинской помощи – 47,25%;
- в случае необходимости воспользовался – 20,88%;
- ощущение защищенности – 14,29%;
- это выгодно – 5,49%;
- медпомощь будет предоставляться квалифицированными врачами – 5,49%;
- меньше придется платить при получении медпомощи – 4,4%;
- лучше понемногу платить за будущие медицинские услуги – 4,4%;
- заболеть можно в любой момент – 3,3%;
- другое – 2,2% (сумма процентов превышает 100, поскольку респонденты могли указывать несколько вариантов ответов) [8].

Согласно данным социологической службы Медицинского Центра, главной причиной нежелания страховать граждан, не имеющие страхового полиса, назвали именно недоверие к страховым компаниям. Основные причины: недоверие отечественным страховым компаниям – 55,8%; нехватка средств – 23,8%. Практически каждый пятый (19,1%) из опрошенных показал негативное отношение к услугам негосударственных пенсионных фондов, мотивируя свою позицию тем, что "деньги будут разворованы".

Согласно данным социологического исследования, лишь 8,05% опрошенных однозначно отметили, что не желают страховать. 46,55% не определились.

Причина отказа купить страховой полис (в процентах). Вопрос: «Почему вы не покупаете страховой полис?». Ответы:

- нехватка денег и знаний о суммах страховых взносов – 30%;
- неосознание потребности в медицинском страховании – 25%;
- не создана система медицинского страхования – 13,33%;
- недостаток опыта общения со страховыми компаниями – 10%;
- недоверие к системе медицинского страхования – 18,33%;
- полис не обеспечит высокого качества медицинской помощи – 5%;
- страхование – дело государства – 1,67% (сумма процентов превышает 100, поскольку респонденты могли указывать несколько вариантов ответов) [9].

Таким образом, этими данными могут воспользоваться страховые компании при планировании стратегии информирования населения о медицинском страховании, проанализировав неточности в знаниях населения или моменты, которые не соответствуют действительности по медицинским страхованиям в их сознании.

Список использованной литературы:

- 1 Собкин В.С., Марич Е.М. Опыт структурного анализа ценностных ориентаций родителей дошкольников // *Вопросы психологии*. – 2003. – №1. С.3-12.
- 2 Петрунько А. Психологические функции страха в жизни человека // *Психологические перспективы*. – 2003. – Выпуск 4. – С.148-152.
- 3 Медицинское страхование дешевеет // *Казахский деловой еженедельник "Галицкие контракты"*. – 2003. – №4 (январь).
- 4 Титенко Л.В. Стандарт оказания медицинской помощи – одна из составляющих медицинского страхования // *Медицинская газета "Здоровье Казахстана"*. – 2002. – №3.
- 5 Барановский А.О. Большие проблемы маленького рынка // *"Зеркало недели"*. – 2003, 9 августа.
- 6 Воробьев Г. Психология рынка // *Управление персоналом*. – 2000. – №8. – С.34-36.
- 7 Бзовецька А.А. Информационное обеспечение общественности относительно страховой медицины. // *Вестник Харьковского национального университета им. В.Н. Каразина. «Социологические исследования современного общества: методология, теория, методы»*. – 2002. – №543. – С.187-193.
- 8 Тинасилов М.Д., Уркумбаева А.Р. Методология актуарных расчетов страхования в экономике. *Научный и информационный журнал «Наука и инновационные технологии» при МОН КР*. – Бишкек: Типография «Maxprint», 2017.
- 9 Тинасилов М.Д., Уркумбаева А.Р. Инновационная деятельность и оценка медицинской технологии Казахстана. *Научный и информационный журнал «Наука и инновационные технологии» при МОН КР*. – Бишкек: Типография «Maxprint», 2017.

С.А. Файзуллина¹, А.Ш. Айтжан²

¹Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті,
Алматы қ., Қазақстан

²Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті,
Алматы қ., Қазақстан

ЖАБДЫҚТАУШЫЛАР МЕН МЕРДІГЕРЛЕРДІҢ КРЕДИТОРЛЫҚ БЕРЕШЕКТЕР ЕСЕБІНІҢ ТЕОРИЯЛЫҚ НЕГІЗДЕРІ

Аңдатпа

Бұл мақалада жабдықтаушылар мен мердігерлердің кредиторлық берешектер бойынша операциялардың есеп айырысу есебінің жүрзілуі және теориялық негіздері қарастырылған.

Қаржылық жағдай белгілі бір кезеңдегі қаржылық тұрақтылығын және оның өз шаруашылық қызметін үздіксіз жүргізу мен қарыз міндеттемелерін уақытылы өтеу үшін қаржы ресурстарымен қамтамасыз етілуін сипаттайды. Тұрақты қаржылық жағдайын қалыптастыруға оның өз контрагенттерімен (салық органы, банктер жабдықтаушылар, сатып алушылар, акционерлер және тағы басқа) өзара қарым-қатынасы үлкен әсер етеді.

Сондықтанда серіктестіктер – реттелген іскерлік қатынаста болуы – жақсы қаржылық жағдайдың бірден-бір шарты болып табылады. Әрине акционерлер өз қаржыларымен қорларын, тұрақты жұмыс істейтін тиімді және дивиденттерді ұқыпты төлейтін ұйымдарға салады.

Жабдықтаушылар мен тұтынушылар жоғарғы атаған және төлем қабілеттілігі жоғары келісім шартқа қызығады. Тіпті қаржы органдарыда, әсіресе салық комитеті қаржы жағдайының тұрақты болғанын қалайды, себебі тек осы жағдайда салықтар мен басқа міндетті төлемдерді уақытылы және толық төлей алады. Осылайша қаржылық жағдай бәсекелестік қабілетін және іскерлік қарым-қатынастағы потенциалды анықтайды, өзінің және потенциалды анықтайды, өзінің және серіктестіктерінің қаржылық және басқа қатынастар тұрғысындағы экономикалық қызығушылықтары қаншалықты дәрежеде кепілдендірілгенін бағалайды.

Түйін сөздер: жабдықтаушылар, міндеттеме, кредиторлық берешек, міндеттемелерді бағалау

Файзуллина С.А.¹, Айтжан А.Ш.²

*¹Казахский национальный педагогический университет имени Абая,
г. Алматы, Казахстан*

*²Казахский национальный педагогический университет имени Абая,
г. Алматы, Казахстан*

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УЧЕТА КРЕДИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ С ПОСТАВЩИКАМИ И ПОДРЯДЧИКАМИ

Аннотация

В данной статье рассматриваются теоретические основы учета операций и расчетов по кредиторской задолженности поставщиков и подрядчиков.

Финансовое положение характеризует его финансовую устойчивость и непрерывное ведение хозяйственной деятельности и обеспеченность финансовыми ресурсами для своевременного погашения своих долговых обязательств за определенный период. Для формирования его устойчивого финансового состояния оказывает большое влияние его взаимоотношения с контрагентами (налоговый орган, банки, поставщики, покупатели, акционеры и другие).

Поэтому, пребывание в урегулированных деловых отношениях товариществ является единственным условием хорошего финансового положения. Конечно, акционеры будут вкладывать свои финансы и средства в те организации, в которых работа идет в устойчивом выгодном порядке и хорошо оплачиваемыми дивидендами.

Поставщики и потребители интересуются заключением договоров с высокой платежеспособностью. Даже финансовые органы, в особенности, налоговый комитет хотят чтобы финансовое положение было устойчивым, так как именно в этом случае они смогут оплачивать налоги и другие обязательные платежи в полном и своевременном порядке.

Таким образом, финансовое положение определяет его конкурентоспособность и потенциал в деловых отношениях, потенциал определяет, в контексте экономических отношений, оценки, в какой степени интересы и ассоциации являются финансовыми и другими.

Ключевые слова: поставщики, обязательства, оценка обязательств, кредиторская задолженность

Faizullina S.A.¹, Aitzhan Sh.A.²

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

*²Kazakh National Pedagogical University named after Abai,
Almaty, Kazakhstan*

THE THEORETICAL BASIS OF ACCOUNTS PAYABLE WITH SUPPLIERS AND CONTRACTORS

Abstract

In this article theoretical bases of account of operations and calculations are examined on an account payable of suppliers and contractors. Financial position characterizes his financial stability and continuous conducts of economic activity and material well-being by financial resources for timely redemption of the debt obligations for certain period. For forming of his stable financial state renders large influence of his interrelation with contractors (tax organ, jars, suppliers, customers, shareholders et al).

Therefore, a stay in the well-regulated business relationships of associations is the only condition of good financial position.

Certainly shareholders will inlay the finances and facilities in those organizations in that work goes to the steady advantageous order and by well-paid dividends. Suppliers and consumers are interested in entering into contracts with high solvency.

Even financial organs, in particular a tax committee is wanted that financial position was steady, because exactly in this case they will be able to pay taxes and other obligatory payments in the complete and timely order.

Thus, financial position determines his competitiveness and potential in business relationships, the potential determines, in the context of economic relations, estimates, in what degree to interests and associations financial et al it.

Keywords: suppliers, obligations, estimation of obligations, account payable

Кредиторлық берешектер ұйымдардың әртүрлі іс-шараларды іске асыруы барысында пайда болады және тауарлар мен көрсетілген қызметтер үшін болашақ төлемге заңдық негіз болады. Бухгалтерлік есепте міндеттемелердің пайда болу мезетін, жіктелуі мен бағалануы мәселелеріне көп көңіл бөлінеді.

Кредиторлық берешектер қарыз пайда болған уақытта ғана тіркеледі. Бұл ережені қолдану қиын, себебі, ағымдағы міндеттемелердің басым бөлігі есептелген еңбек ақы, пайыздар бойынша есептелген сомалар немесе бюджетке төленуге тиісті салықтар

түрінде болады. Екіншіден, ұйымдар болашақтағы іс-шаралар жөнінде келісім жасай алады. Бұл орындалуға тиісті міндеттемелер қарыз ретінде есептелмейді, себебі олардың орындалуы болашаққа қатысты, ол тікелей іс-шараға жатпайды.

Міндеттеме дегеніміз – қарызданушының пайдасына белгілі-бір қимыл жасаумен байланысты, яғни, қалай да бір ақша және басқа мүліктерді беру, жұмыстарды орындаумен, немесе белгілі-бір қызметтен бас тартумен байланысты міндеттемесі, ал қарыз беруші дедитордан міндеттемесін орындауды талап етуге құқылы [1].

Келесі жыл ішінде өтелуге жоспарланбайтын кредиторлық берешек – ұзақ мерзімді міндеттемелер деп аталады.

Кез келген ұйым өз қызметін жасарда мүліктің келесідей түрлерін сатып алуды жүзеге асырады:

Олар:

- негізгі құралдар және материалдық емес активтер;
- тауарларды сақтауға және тасымалдауға арналған – тара, шала фабрикалар, шикізаттар мен материалдар;
- ғимараттар және үй-жайларды жөндеу үшін босалқы бөлшектер;
- шаруашылық мақсаттар үшін басқа да материалдар;
- келешектегі тауарларды сату.

Ұйымдар бұдан басқа қолдаушы ұйымдармен жүзеге асатын түрлі қызметтерді пайдаланады. Осы қызметтер кезінде ұйымдар мердігерлерден құрылыс-монтаж жұмыстарын, жөндеу жұмыстарын қабылдайды.

Ұйымдар – шикізат және материалдарды, басқа да тауарлы-материалдық құндылықтарды жабдықтаушыларды, сонымен қатар әр түрлі қызмет көрсетушілерді (электроэнергияны, буды, газды, суды және басқаларды жіберу), түрлі жұмыстарды орындаушыларды (негізгі құралдарды күрделі және ағымдағы жөндеу) жабдықтаушылар және мердігерлер деп атайды.

Бухгалтерлік есеп жүйесінде Жабдықтаушылармен және мердігерлермен есеп айырысудың есебі маңызды элемент болып табылады.

Оның негізгі міндеттері болып:

- бухгалтерлік есептілікті іштей пайдаланушыларға (басшыларға, қызметкерлерге), сонымен қатар қаржылық есептілікті сырттай пайдаланушыларға – инвесторларға, кредиторларға, құрылтайшыларға және басқаларға қажетті толық әрі рас ақпаратты қалыптастыру;

- Жабдықтаушылармен және мердігерлермен есеп айырысудың жағдайын анықтау;

- жұмыстар мен көрсетілген қызметтердің және тауарлы-материалдық құндылықтардың есебін дұрыс ұйымдастыру;
- мерзімі өткен берешекті шығару үшін кредиторлармен және дебиторлармен есеп айырысуды өз уақытында тексеру;
- ҚР-дағы Заңдардың дұрыс сақталуына бақылау жасау.

Тапсырыс берушілермен (сатып алушылармен) және мердігерлер (жабдықтаушылар) арасында жасалған шарт негізінде жабдықтаушылардан келіп түскен материалдық құндылықтар, жұмыстар мен көрсетілген қызметтер мердігерлер арқылы жүргізіледі.

Шартта мыналар ескертіледі: келіп түскен материалдық құндылықтардың түрлері, орындалған жұмыстар мен қызметтер, жеткізілімнің коммерциялық шарты, есеп айырысу тәртібі (төлем шарты), материалдық құндылықтардың, қызметтердің сандық және құндық көрсеткіштері [2].

Келісім-шарт – азаматтық-құқықтық мәміленің бір түрі болып табылады.

Мәміле жазбаша түрде мынадай болады:

- 1) мәміледен басқа, олардың өзінің іске асуы кезінде орындалған 100 айлық есептік көрсеткіштен (АЕК) жоғары сумма болу керек;
- 2) кей жағдайда, басқа жақ келісімімен немесе заңмен алдын-ала қарастырылу керек.

Сонымен қатар, мәмілені міндетті тіркеуге тиісті және тиісті емес деп бөледі. Мәмілені міндетті тіркеу болып мыналар жатады:

- 1) Жылжымайтын мүліктің мәмілесін тіркеу.
- 2) Жылжитын мүліктің мәмілесін тіркеу.
- 3) Бағалы қағаздардың мәмілесін тіркеу.
- 4) Лизингтің келісім-шартын тіркеу.
- 5) Қоғам үшін айтарлықтай трайхи, көркемдік немесе басқа да мәдени құндылықтары бар мүліктердің мәмілесін тіркеу.
- 6) Капитал қозғалысымен байланысты мәмілені тіркеу.
- 7) Лицензиялық мәмілені тіркеу.
- 8) Жер қойнауын пайдаланушылардың мәмілесін тіркеу.
- 9) Мемлекеттік қарыз шартын тіркеу.

Жабдықтаушылар мен мердігердің есеп айырысуы шот иеленушіге өзінің есеп шотындағы ақшалай қаражатынан алушының шотына ақша аударуға өкім беретін төлем тапсырмасы арқылы жүргізіледі. Онда міндетті түрде аударуға тиісті сома көрсетілуі керек. Төлем тапсырмасы тауарлы-материалдық құндылықтарды алғаннан кейін

төлеушінің банк мекемесіне табысталады. Төлем тапсырмасымен есеп айырысу мерзімдік, мерзімінен бұрын және мерзімі ұзартылған төлемдер түрінде болуы мүмкін. Мерзімдік төлемдерге аванстық, жөнелтімнен кейінгі және ірі мәмілелер кезіндегі ішінара төлемдер жатады. Мерзімінен бұрын және мерзімі ұзартылған төлемдер екі жақтың қаржы жағдайына зиянсыз шарттық қарым-қатынастың шеңберінде жүргізіледі [3].

Тауарлы-материалдық құндылықтардың жеткізіліміне арыз өз бетінше құрылады, бірақ келесі талаптарға сәйкес болуы керек:

- ұйымның атауы;
- шарттың нөмірі және күні;
- қажетті тауарлардың тізімі;
- арыздың құрылуына жауапты адамның қолы.

Шот жеткізушіге қолма-қол немесе қолма-қол ақшасыз есеп айырысу төлемі негізінде алдын-ала төлеу үшін ұсынылады. Шоттың негізінде шоттардың сәйкестендірмесі жасалмайды және бұл құжат төлем тапсырмасына немесе кассалық-шығыс ордеріне тіркеледі.

Материалдық құндылықтарды алғаннан соң, орындалған жұмыстар мен көрсетілген қызметтерден кейін жеткізуші шот-фактурасын көрсетуге міндетті. Шот-фактура – бұл есеп-қисап тізілімдерінде шоттардың сәйкестендірмесін таратып жазу үшін қолданылатын міндетті құжат. Сондай-ақ бұл құжат – сатып алынған тауарларды, жұмыстарды және қызметтерді растайды. Егер ұйым қосымша құн салығын (ҚҚС) төлейтін болса, әрі жеткізуші де ҚҚС-ң төлеушісі болған жағдайда шот-фактураның негізінде ҚҚС-ғы есепке алынады және ол құжатта белгілеп бөледі.

Шот-фактура айналым жаалған күннен кешіктірмей жазылады және жазылған шот-фактура басшының, бас бухгалтердің, жауапты адамның қолымен расталады, сонымен қатар онда міндетті түрде заңды тұлғаның мөрі болуы керек.

Сыртқы сауда шарты бойынша тауарларды өткізу жағдайы болғанда шот-фактурадағы тауарлар құны және ҚҚС-ның сомасы ҚР-ның ұлттық валютасымен көрсетіледі [4].

Жеңілдетілген мағлұмдаманың негізінде арнайы салықтық тәртіпті қабылдайтын жеке кәсіпкер бухгалтерлік есептің талаптарына сәйкес толтырылған шот-фактураны ұсынуы қажет. Егер ол ҚҚС-ның төлеушісі болған жағдайда ҚҚС-ң есебі бойынша куәліктің нөмірін көрсетуге немесе көшірмесін ұсынуға міндетті. Қолма-қол есеп

айрысу төлемі кезінде қазыналық чегін және кассалық-кіріс ордерінің ұсынуы қажет.

Жабдықтаушылардың шот-фактурасы міндеттердің атқарылатын күні көрсетілген орындалған жұмыстың актісі шарттың негізінде орындалған жұмыстың актісіне мәміленің екі тарапы да қол қояды.

Жабдықтаушылар мен мердігерлерден алынған барлық акцептелген шот-фактуралар жинақтамалалы және талдамалы шоттың негізі болып табылады. Жабдықтаушылар және мердігерлермен есеп айырысудың синтетикалық есебі. Ұйымның қаржы-шаруашылық қызметінің бухгалтерлік есебі типтік шоттар жоспарына сәйкес жабдықтаушылармен және мердігерлермен есеп айырысудың есебі 3310 шотта жүргізіледі. Бұл шот алынған материалдық құндылықтар, орындалған жұмыстар және тұтынылған қызметтер және т.б. үшін жабдықтаушылармен және мердігерлермен есеп айырысу туралы ақпараттарды талдап қорытуға арналған.

Шотта орындалған жұмыстар мен қызметтер, жоспарлы төлемдер ретінде жасалатын есептеулер, тауарлы-материалдық құндылықтардың есебі бойынша, сонымен қатар жабдықтаушылармен және мердігерлерден түспеген есеп айырысу құжаттарының операциялары жүзеге асырылады. Қабылданған жұмыс немесе тұтынылған қызметтер, алынған материалдық құндылықтар үшін есеп айырысумен байланысты барлық операциялар, көрсетілген шотқа төлем уақытынан тәуелсіз 3310 шот бойынша жүргізіледі.

Материалдық құндылықтардың және қызметтердің жабдықтаушылармен есеп айырысу есебі 3310 шотта ұйымдастырылады. Баланс бойынша шот пассивті болып табылады. Шоттың кредитінде жабдықтаушылармен және мердігерлердің берешегі көрсетіледі, ал дебетінде осы берешектің азаюы көрсетіледі.

Кредиттік сальдо жабдықтаушыларға және мердігерлерге ұйымның берешек сомасы туралы куәландырады. Кейбір жағдайларда 3310 шот бойынша сальдо дебет болуы да мүмкін, бұл материалдық құндылықтар үшін Жабдықтаушыларға төленген соманы білдіреді, бірақ айдың соңында бұл материалдық құндылықтар түспейді, жолдағы тауар ретінде есептеледі.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1 Сайдуллаева А.Б. Учет кредиторской задолженности // Бухучет на практике, февраль 2018. – №3(65). – С.25-29.

2 Габидуллина Ю.А. Расчеты с поставщиками и подрядчиками // Бюллетень бухгалтера. – №3, январь 2018. – С.145.

3 Пласкова Н.С. Анализ финансовой отчетности, составленной по МСФО: Учебник. – ИНФРА-М, 2017. – 269 с.

4 Назарова В.Л., Жапбарханова М.С. Бухгалтерлік есеп: Учебник для вузов. – Алматы кітап баспасы, 2012. – 445 с.

УДК 339.56

МРНТИ 72.13.39

Тинасилов М.Д.¹, Картабай А.Т.², Уркумбаева А.Р.³

*¹Казахский национальный исследовательский
технический университет имени К.И. Сатпаева,
г. Алматы, Казахстан*

*²Центрально-Азиатский Университет,
г. Алматы, Казахстан*

*³Алматинский Технологический университет,
г. Алматы, Казахстан*

РОЛЬ ИНЖИНИРИНГА В НЕФТЕДОБЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Аннотация

Авторы, исследуя о роли инжиниринга в нефтедобывающей промышленности, научно доказывают о важнейших особенностях исследования инжиниринга в нефтедобывающей промышленности включая в себя ряд услуг, направленных на консультационную, проектную, конструкторскую, исследовательскую, расчетно-аналитическую деятельность для решения вопросов эффективной работы предприятий в секторе нефтедобычи и разработка рекомендаций в области маркетинга, управления и производства, составление и корректирование плана развития компании, реализации продукции, подготовка обоснований проектов, как с технической, так и с экономической точки зрения.

В связи с этим, авторы рекомендуют, что в процессе исследования инжиниринга в инвестиционном проекте нефтегазовой промышленности должны определить потребителю информационного продукта через решение ряда задач, временные и финансовые затраты на решение которых посредством использования собственных ресурсов и одновременно позволяет потребителю информационного продукта решить ряд задач, временные и финансовые

затраты на решение которых посредством использования собственных ресурсов.

Ключевые слова: инжиниринг, маркетинг, инвестиционные проекты, эффективность, профессиональные навыки, проектирования, нефтедобывающие отрасли, расчетно-аналитические

М.Д. Тинасилов¹, А.Т. Картабай², А.Р. Уркумбаева³

*¹Қ.И. Сәтбаев атындағы Қазақ ұлттық
техникалық зерттеу университеті,
Алматы қ., Қазақстан*

*²Орталық Азия университеті,
Алматы қ., Қазақстан*

*³Алматы Технологиялық университеті,
Алматы қ., Қазақстан*

МҰНАЙ ӨНДІРУ ӨНЕРКӘСІБІНДЕГІ ИНЖИНИРИНГТІҢ РӨЛІ

Аңдатпа

Бұл мақалада инжиниринг, мұнай өндіру өнеркәсібін, ғылыми дәлелдеудің маңызды ерекшеліктері туралы нәтижелерінің инжиниринг мұнай өндіру өнеркәсібін қоса алғанда бірқатар қызметтер, бағытталған консультациялық, жобалық, конструкторлық, зерттеу, есептік-талдамалық қызметін мәселелерді шешу үшін, тиімді жұмыс кәсіпорын секторында мұнай өндірудің және ұсынымдар әзірлеу, маркетинг саласындағы басқару және өндіру, құрастыру және түзету, компанияның даму жоспарын, өнімді өткізу, дайындау негізде-мелерін жобалардың техникалық, сондай-ақ экономикалық тұрғыдан авторлар зерттей келе, олардың экономикадағы рөлі туралы ұсыныс жасайды. Осыған байланысты зерттеу процесінде инжиниринг инвестициялық жобада мұнай-газ өнеркәсібі анықтауы тиіс тұтынушыға ақпараттық өнім арқылы бірқатар мін-деттерді шешуге уақытша және қаржылық шығындарды оларды шешуге пайдалану арқылы өз ресурстары және бір мезгілде мүмкіндік береді, тұты-нушыға ақпараттық өнімнің бірқатар міндеттерді шешуге уақытша және қар-жылық шығындарды оларды шешуге пайдалану арқылы өз ресурстарын мейлінше пайдалануды қарастырулары тиіс екенін авторлар ұсынады.

Түйін сөздер: инжиниринг, маркетинг, инвестициялық жобалар, тиімділік, кәсіби дағдылары, жобалау, мұнай өндіруші сала, аналитикалық- есептеу

Tinasilov M.D.¹, Kartabai A.T.², Urkumbaeva A.R.³

*¹Kazakh National Research Technical University after K.I. Satpaev,
Almaty, Kazakhstan*

*²Central Asian University,
Almaty, Kazakhstan*

*³Almaty Technological University,
Almaty, Kazakhstan*

THE ROLE OF ENGINEERING IN THE OIL INDUSTRY

Abstract

The authors exploring the role of engineering in oil industry, scientific prove about the most important features of the study of engineering in the oil industry including a number of services aimed at consulting, design, research, calculation and analytical activities to address the issues of effective operation of enterprises in the oil sector, and development of recommendations in the field of marketing, management and production, drafting and correction of the plan of business development, sales, feasibility studies of projects, technical and from an economic point of view. In this regard, in the research process engineering in investment projects of oil and gas industry must determine the consumer information product through a number of tasks, time and cost to find the solution by using own resources and at the same time allows the consumer of the information product to solve a number of problems, time and cost to find the solution through their own resources.

Keywords: engineering, marketing, investment projects, efficiency, professional skills, engineering, oil industry, analytical

В процессе исследования инжиниринг в нефтедобывающей промышленности включает в себя ряд услуг, направленных на консультационную, проектную, конструкторскую, исследовательскую, расчетно-аналитическую деятельность для решения вопросов эффективной работы предприятий в секторе нефтедобычи. Также в задачи специалистов входят разработка рекомендаций в области маркетинга, управления и производства, составление и корректирование плана развития компании, реализации продукции, подготовка обоснований проектов, как с технической, так и с экономической точек зрения [1].

Основой для обращения к инжинирингу является возникновение потребности организации в использовании сложных механизиро-

ванных систем или механизации процесса для осуществления рабочего процесса. Помочь в решении этого сложного вопроса могут специалисты, владеющие всеми необходимыми профессиональными навыками для воплощения замысла в реально действующий проект.

При проектировании оборудования для нефтедобывающей отрасли инженеры решают ряд задач, в том числе, проблемы подбора оборудования, инструмента, станков, проведение обследования производственных площадей, разработка направлений совершенствования имеющихся установок, проведение анализа нагрузок на систему, определение коэффициента прочности трубопроводов и др. [2].

Работа с распределением финансов включает в себя расчет стоимости подготовки необходимой документации, сметы материалов, системы трубопроводов в целом и др.

Например, АО «Инжиниринг» оказывает широкий спектр услуг для организаций, работающих в нефтедобывающей отрасли:

- эскизное проектирование нового оборудования;
- наладивание старых систем;
- ведение деятельности организации на любом этапе ее работы;
- помощь в документоведении;
- запуск и наладивание функционирования механизмов [3].

Исследование "Инвестиционные проекты и инжиниринг в нефтегазовой промышленности Казахстана" является комплексным изучением динамики развития нефтяной и газовой отраслей Казахстана.

В ходе подготовки Исследования "Инвестиционные проекты и инжиниринг в нефтегазовой промышленности Казахстана" выявлены и проанализированы ключевые тренды, обуславливающие развитие нефтегазовой промышленности Казахстана, а также рынков проектирования и строительства промышленных объектов в данной отрасли. Активная реализация крупнейшими игроками нефтегазовой и нефтегазохимической отраслей программ развития производственных мощностей обусловила высокую актуальность вопроса мониторинга и оценки инвестиционной активности в ТЭК, перспективах и темпов реализации инвестиционных проектов в добыче, транспортировке и переработке углеводородов. Позитивной тенденцией развития нефтяной отрасли является формирование новых нефтедобывающих центров в Западном Казахстане и на Каспий. Ввод в эксплуатацию новых месторождений углеводородов требует соответствующего развития системы утилизации попутного нефтяного газа,

конденсата и прочего углеводородного сырья, объемы добычи которого превышают как существующие производственные мощности предприятий нефтегазохимии, так и системы трубопроводного транспорта по ряду направлений. Таким образом, в компании нефтегазовой промышленности сформирован избыток относительно к объему строительного и проектного рынков Казахстана. Данный фактор выступает основным драйвером роста строительных и проектных организаций, стимулирует процессы интеграции активов и наращивания компетенций в ходе создания инжиниринговых компаний полного цикла [4].

Стандартная версия Исследования "Инвестиционные проекты и инжиниринг в нефтегазовой промышленности Казахстана" должна включать вводную часть, описывающую цели, задачи и структуру Обзора, основные предпосылки и результаты разработки продукта, и три основных раздела: характеристику текущего состояния нефтяной и газовой промышленности Казахстана, ключевых формируемых государством направлений и стимулов развития нефтегазовой промышленности, анализ динамики и прогноз инвестиционной активности в нефтегазовой промышленности прошлых лет:

Во-первых, инвестиционная деятельность проанализирована и представляется по макроэкономическим (отрасль в целом в масштабе Казахстана) и микроэкономическим (в разрезе инвестиционных программ нефтяных и газовых компаний) профилям; по сегментам "добыча", "переработка", "транспортировка", "нефте- и газохимия", "сжижение газа".

Во-вторых, требуется описание специфики и динамики формирования рынка проектных услуг для нефтегазовой промышленности Казахстана и мирового рынка комплексных инжиниринговых услуг, должно быть охарактеризовано текущее состояние казахстанского рынка проектных услуг для нефтегазовой промышленности и ключевые тенденции его развития.

В третьих, требуется описание специфики и динамики формирования рынка строительных услуг в нефтегазовой отрасли Казахстана, стратегий развития игроков данного рынка, ключевых тенденций и перспектив его развития.

Процесс исследования "Инвестиционные проекты и инжиниринг в нефтегазовой промышленности Казахстана" позволяет потребителю информационного продукта решить ряд задач, временные и фи-

нансовые затраты:

1. Анализ текущего уровня и направления инвестиционной активности в нефтегазовой, нефтегазоперерабатывающей и нефтегазохимической отраслях.

2. Анализ финансовых показателей деятельности крупнейших компаний, лидеров отрасли.

3. Характеристика инвестиционных проектов развития компаний нефтяной, газовой и нефтегазохимической отраслей в сфере добычи, транспортировки и переработки сырья.

4. Характеристика инвестиционной активности компаний ТЭК Казахстана.

5. Оценка перспектив развития отрасли в Казахстане, а также спроса на услуги проектных и строительных компаний и их реализации.

Объектами исследования могут являться:

- менеджмент и отделы продаж компаний, производящих оборудование и иную продукцию, а также оказывающих услуги для нефтедобывающих и нефтеперерабатывающих компаний;

- инвестиционные компании, казахстанские и иностранные финансовые инвесторы;

- менеджмент и отделы маркетинга нефтедобывающих компаний и нефтеперерабатывающих предприятий Казахстана [5].

Таким образом, важнейшими особенностями исследования являются:

1. Формирование в качестве основы прогнозирования уникальной базы реализуемых и перспективных инвестиционных проектов отрасли; база составлена на основе стратегических документов Правительства и компаний нефтегазовой отрасли, проектных и подрядных организаций и других участников инвестиционной деятельности в нефтегазовой промышленности Казахстана. База инвестиционных проектов не входит в стоимость исследования формирования прогноза инвестиционных вложений в нефтяной отрасли на 2012-2016 годы, структурированного по сегментам отрасли.

2. Оценка перспектив развития производственных мощностей по добыче, транспортировке и переработке нефти с учетом действующих технологических установок и реализуемых в отрасли инвестиционных проектов.

Список использованной литературы:

1 Тинасилов М.Д. Креативный менеджмент. Научный журнал, №4 / Наука и образование / МОН РК. – Астана, 2009.

2 Тинасилов М.Д. Проектные подходы и конкурсные принципы в научно-исследовательских коллективах. Вестник журнала Евразийская интеграция: экономика, право, политика. – Санкт-Петербург, 2011. – №1.

3 Тинасилов М.Д., Уркумбаева А.Р. Креативный менеджмент в инновационной экономике. Республиканская научно-практическая конференция «Д.А. Кунаев и индустриально-инновационное развитие современного Казахстана», 100-лет Д.А. Кунаеву. – Алматы, 2012.

4 Тинасилов М.Д. Развитие научной деятельности в инновационной экономике Казахстана. Практическая конференция КазНТУ, посвященная 20-летию Независимости Республики Казахстан и 105-летию Акжана Машины на тему: «Духовно-культурные основания Казахской Государственности». – Алматы, 2012.

5 Тинасилов М.Д., Уркумбаева А.Р. Совершенствование государственного управления национальной экономики Казахстана в условиях индустриально-инновационной технологии производства. Сб. трудов. Международная научно-практическая конференция КазНТУ имени К.Сатпаева. – Алматы, 2012.

ЖАС ҒАЛЫМДАРДЫҢ МІНБЕСІ **ТРИБУНА МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ**

УДК 330.341.4:339.13; 330.341.44; 338.33; 334.012; 334.7
МРНТИ 06.56.25

Курмантаева А.Ж.¹

¹*Казахский национальный педагогический университет имени Абая,
г. Алматы, Казахстан*

УПРАВЛЕНИЕ МАЛЫМ И СРЕДНИМ БИЗНЕСОМ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

Аннотация

В данной статье рассматриваются значение малого и среднего бизнеса, его роль в экономике, а также необходимость управления малого и среднего бизнеса в Казахстане. В этой связи приобретает особую актуальность исследование процесса осуществления государственной поддержки малого и среднего бизнеса в Республике Казахстан и разработка приоритетных направлений ее развития. Без бизнеса экономика ни функционировать, ни развиваться не в состоянии.

Таким образом, государственная поддержка малого бизнеса должна реализовываться посредством создания системы государственной поддержки малого и среднего бизнеса. Нужно продолжить работу по сокращению издержек для предпринимателей и населения при государственном администрировании. В связи с этим, важно ускорить принятие закона, направленного на дальнейшее дерегулирование бизнеса.

Ключевые слова: малый и средний бизнес, финансовая поддержка малого бизнеса, повышение эффективности, система государственной поддержки малого и среднего бизнеса, государственное администрирование

А.Ж. Курмантаева¹

¹*Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті,
Алматы қ., Қазақстан*

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНЫҢ ШАҒЫН ЖӘНЕ ОРТА БИЗНЕСІН БАСҚАРУ

Аңдатпа

Бұл мақалада шағын және орта бизнестің маңыздылығы, экономикадағы оның ролі, сонымен бірге Қазақстандағы шағын және орта бизнесті басқару

қажеттілігі қарастырылған. Осыған байланысты Қазақстан Республикасындағы шағын және орта бизнесті мемлекеттік қолдауды жүзеге асыру үрдісін зерттеу және оның қағидалы даму бағытын жасау ерекше өзектілікке ие болып табылады. Бизнессіз экономика қызмет жасай және дами алмайды.

Сонымен, шағын бизнесті мемлекеттік қолдау шағын және орта бизнесті мемлекеттік қолдау жүйесін құру арқылы жүзеге асу керек. Мемлекеттік әкімшілендіру барысында кәсіпкерлер мен халықтың шығынын азайту бойынша жұмысты жалғастыру керек. Осыған байланысты бизнесті қайта реттеуге бағытталған заңды қабылдауды жылдамдату керек.

Түйін сөздер: шағын және орта бизнес, шағын бизнесті қаржылық қолдау, тиімділігін арттыру, шағын және орта бизнесті мемлекеттік қолдау жүйесі, мемлекеттік әкімшілендіру

Kurmantaeva A.Zh.¹

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

MANAGEMENT OF SMALL AND MEDIUM BUSINESS OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN

Abstract

This article examines the importance of small and medium-sized businesses, its role in the economy, and the need to manage small and medium-sized businesses in Kazakhstan. In this regard, the study of the process of implementing state support for small and medium-sized businesses in the Republic of Kazakhstan and the development of priority directions for its development becomes particularly urgent. Without business, the economy can neither function nor develop.

Thus, state support for small businesses should be implemented through the creation of a system of state support for small and medium-sized businesses. It is necessary to continue the work to reduce costs for entrepreneurs and the population in the state administration. In this regard, it is important to accelerate the adoption of a law aimed at further deregulating the business.

Keywords: small and medium-sized businesses, financial support for small businesses, improving efficiency, a system of state support for small and medium-sized businesses, public administration

Малый и средний бизнес – основа стабильного гражданского общества и от его развития зависит благосостояние всех казахстанцев. МСБ не только выполняет огромную социальную роль, поддерживая экономическую активность большей части населения, но и обеспечивает значительные налоговые поступления в бюджет. В нынешней непростой ситуации именно МСБ может выступить в

качестве стабилизатора, а потому вправе рассчитывать на соответствующее внимание общества и государства. Без бизнеса экономика ни функционировать, ни развиваться не в состоянии.

Малый и средний бизнес в экономике – ведущий сектор, определяющий темпы экономического роста, структуру и качество валового национального продукта; во всех развитых странах на долю малого среднего бизнеса приходится 70-80% ВВП. Поэтому абсолютное большинство развитых государств всемерно поощряет деятельность малого и среднего бизнеса [1].

Существенный вклад вносит малый и средний бизнес в формирование конкурентной среды, что для нашей высокомонополизированной экономики имеет первостепенное значение.

Нельзя также забывать, что малые и средние предприятия оказывают меньшее воздействие и на экологическую обстановку.

Немаловажна роль малого и среднего бизнеса в осуществлении прорыва по ряду важнейших направлений НТП, прежде всего, в области электроники, кибернетики и информатики. Все эти и многие другие свойства малого и среднего бизнеса делают его развитие существенным фактором и составной частью экономики Казахстана.

В Казахстане предпринимательский сектор смог занять свое заметное место в обществе. Была достигнута главная стратегическая цель – государством созданы необходимые условия для развития малого и среднего предпринимательства.

Возможность заниматься предпринимательством стало реальной и неотъемлемой частью конституционных прав граждан республики.

Чтобы наглядно понять структуру, состав, количество и статус субъектов малого и среднего бизнеса в Республике Казахстан предлагаю изучить следующие данные:

Численность занятых в МСП, тыс. человек

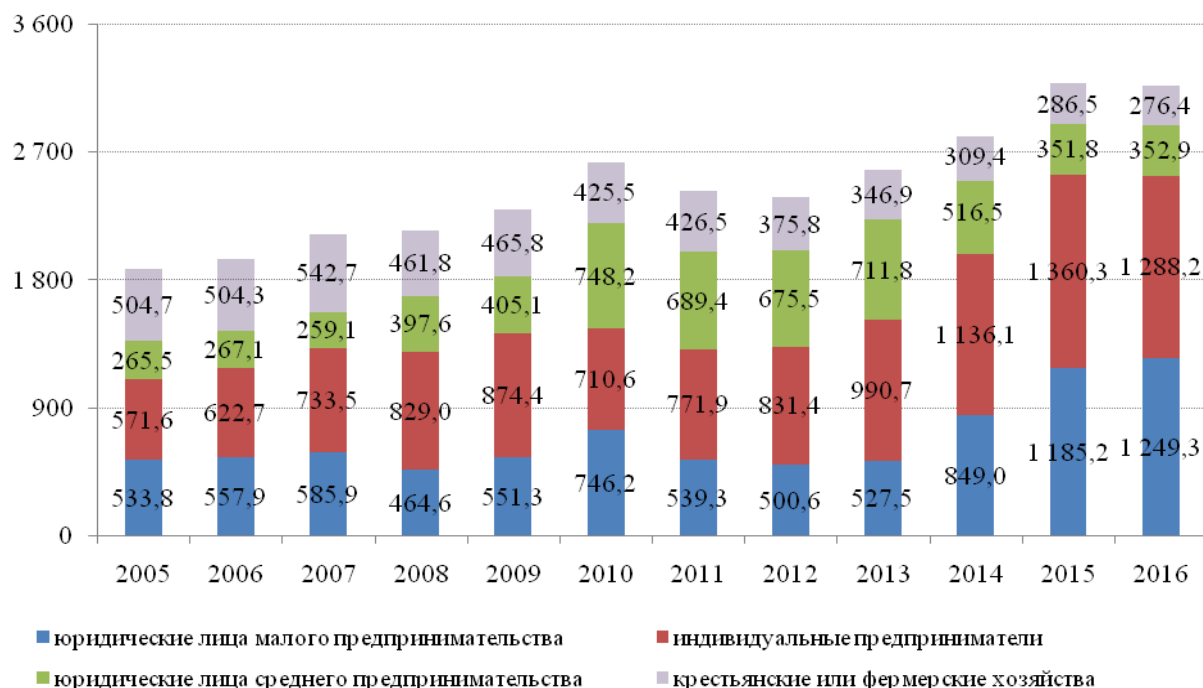


Рисунок-1. Численность занятых в малом и среднем предпринимательстве, тыс. человек [2]

Всего занятых в малом и среднем предпринимательстве в 2016 году составил 3166,8 тыс. человек, из них юридические лица малого предпринимательства занимают первостепенную роль, что составил в 2016 году 1249,3 тыс. человек, следующее звено занимают индивидуальные предприниматели, который составил 1288,2 тыс. человек, третье место занимают юридические лица среднего предпринимательства (352,9 тыс. человек), и наконец последнее звено занимают лица занятые крестьянским хозяйством (276,4 тыс. человек). Число лиц занятых в малом бизнесе сравнительно с 2015 годом выросло на 64,1 тыс. человек, в среднем предпринимательстве выросло на 1,1 тыс. человек, уменьшение наблюдается в числе индивидуальных предпринимателей и в числе занятых крестьянским или фермерским хозяйством.

В приоритетных направлениях развития общества, поставленных Президентом страны Н.Назарбаевым в своих ежегодных Посланиях народу Казахстана, центральное место занимает экономический рост, базирующийся на реальной конкуренции с высоким уровнем иностранных инвестиций и внутренних сбережений.

Зарубежный опыт экономического и социального развития под-

тверждает, что малый бизнес может стать реальным фактором не только стабилизации, но и роста экономики Казахстана. Малое предпринимательство содействует поддержанию на должном уровне конкуренции, гибкой перестройке производства, ускорению инновационных процессов и росту занятости. В связи с этим научный анализ экономических проблем малого бизнеса в Казахстане приобретает особую значимость в условиях реформирования экономики, характеризующейся, в первую очередь необходимостью стабилизации воспроизводственных процессов и обеспечения в перспективе устойчивого экономического развития.

На сегодняшний день особую актуальность приобретают проблемы оптимизации государственного и негосударственного воздействия на сектор малого бизнеса, отсутствие целостной системы управления предпринимательством на уровне государства и его регионов, конкретного предприятия. Государство нуждается в ряде исследований, посвященных как теоретическим аспектам бизнеса, определению малого и среднего бизнеса, так и изучению практических вопросов создания и эффективного функционирования малых фирм.

Роль малого и среднего бизнеса в современной экономике трудно переоценить. В развитых странах в сфере малого и среднего бизнеса действует около 55-60% предприятий и производится около половины валового внутреннего продукта. Малый и средний бизнес является сегодня ядром устойчивого экономического и политического развития.

Развитие малого бизнеса имеет ряд преимуществ в сравнении с крупным производством, которые выражаются в предоставлении широкой свободы рыночного выбора и дополнительных рабочих мест, обеспечении быстрой окупаемости затрат, оперативной реакции на изменения потребительского спроса. Малый бизнес способствует насыщению рынка товарами и услугами, преодолению отраслевого и территориального монополизма, увеличению уровня конкуренции.

Также малое предпринимательство обладает значительным потенциалом в сфере трудоустройства населения, вовлечения в производство резервов рабочей силы, которые не могут быть использованы в крупном производстве из-за его технологических и иных особенностей.

Из следующей таблицы 1 можно увидеть сравнительную картину основных показателей малого предпринимательства. Количество ак-

тивных юридических лиц малого предпринимательства в 2014 году составил 74829 человек, а в 2016 году 189637 человек, этот показатель показывает увеличение за три года на 114808 человек, т.е. в полтора раза. Индивидуальные предприниматели в 2014 году составляли 694759 человек, а в 2016 году увеличился на 118723 человек (17%), и лица занятые крестьянским или фермерским хозяйством составляли 152697 человек, которые также значительно увеличены на 28102 человек (18,4%). Соответственно, выпуск продукции за три года значительно увеличен.

Таблица-1. Основные показатели малого предпринимательства

Основные показатели малого предпринимательства									
	Количество активных субъектов, единиц			Численность занятых, тыс. человек			Выпуск продукции, млн. тенге		
	юридические лица малого предпринимательства	индивидуальные предприниматели	крестьянские или фермерские хозяйства	юридические лица малого предпринимательства	индивидуальные предприниматели	крестьянские или фермерские хозяйства	юридические лица малого предпринимательства	индивидуальные предприниматели	крестьянские или фермерские хозяйства
2014	74 829	694 759	152 697	849,0	1 136,0	309,4	8 007 342	972 670	786 084
2015	175 679	882 849	181 154	1185,2	1 360,3	286,5	10 200 061	1 518 237	904 543
2016	189 637	813 482	180 799	1249,3	1 288,2	276,4	13 568 530	1 511 733	1 043 755
Примечание – составлено на основе [2] источника									

В целом можно отметить, что в республике государственная поддержка малого и среднего бизнеса носит многоуровневый характер: осуществляются мероприятия в области снижения налогового бремени, проводится легализация собственности и активов, реализуется комплекс мер по облегчению доступа к кредитным ресурсам, упрощаются административные процедуры и разрешения, организовываются региональные центры поддержки малого и среднего бизнеса как в городах, так и на селе.

В настоящее время со стороны государства находят активную под-

держку конструктивные инициативы общественных организаций предпринимателей, в обществе пропагандируется активная жизненная позиция каждого предпринимателя в создании экономически развитого государства и повышении благосостояния граждан республики.

Тем не менее, малое предпринимательство в Казахстане продолжает испытывать серьезные трудности, для преодоления которых необходима последовательная работа, прежде всего, по дальнейшему совершенствованию законодательства, финансовой поддержки малого бизнеса, повышению эффективности региональных программ развития малого и среднего бизнеса, по устранению административных барьеров и преодолению коррупции.

В этой связи приобретает особую актуальность исследование процесса осуществления государственной поддержки малого и среднего бизнеса в Республике Казахстан и разработка приоритетных направлений ее развития.

Сегодня, одной из важнейших задач является консолидация усилий всех ветвей власти по реализации конституционных прав и свобод предпринимателей. Независимые предприниматели представляют собой наиболее многочисленный слой частных собственников и в силу своей массовости играют значительную роль не только в социально-экономической, но и в политической жизни. Малый и средний бизнес обеспечивают укрепление рыночных отношений, основанных на демократии и частной собственности. По своему экономическому положению и условиям жизни предприниматели малого и среднего бизнеса близки к большей части населения и составляют основу среднего класса, являющегося гарантом социальной и политической стабильности.

Широкомасштабное развитие частной инициативы граждан во многих странах должно являться общегосударственной доктриной проводимых социально-экономических преобразований.

Система государственной поддержки малого и среднего бизнеса включает в себя:

- предоставление дополнительных возможностей для сектора малого бизнеса, способствующих преодолению специфических трудностей и проблем, объективно присущих данному сектору экономики (особая чувствительность к конъюнктуре, менее благоприятные условия доступа к факторам производства, медленные темпы накопления капитала и т.д.);

- организацию системы мер, направленных на стимулирование деятельности сектора малого бизнеса;
- подготовку и переподготовку людей к занятию собственным бизнесом;
- формирование соответствующего общественного мнения и содействие устранению разобщенности предпринимателей, осознанию ими общих корпоративных интересов, объединению по отраслевым, региональным, профессиональным и другим признакам;
- радикальное упрощение государственных регулирующих процедур в отношении малого и среднего бизнеса (упрощение порядка регистрации, сокращение перечня лицензируемых видов деятельности, унификация административных процедур, минимизация числа согласующих и контролирующих инстанций, упрощение порядка и форм отчетности и др.);
- наличие полной и гласной информации о содержании конкретных мер государственной поддержки, установление открытых процедур распределения средств при участии представителей деловых кругов, введение практики публичной отчетности об использовании выделенных на поддержку малого бизнеса средств и деятельности соответствующих государственных институтов;
- гибкость системы государственной поддержки, предусматривающую специфические меры применительно к различным этапам деятельности малого и среднего бизнеса, особенностям каждой отрасли и отдельных групп предпринимателей;
- внедрение действенных механизмов взаимодействия крупных предприятий с малыми и средними, способными встраиваться в их технологические цепочки, производить необходимые комплектующие и оказывать всевозможные услуги;
- стимулирование опережающих темпов роста малого бизнеса в инновационной сфере и производстве наукоемкой продукции с использованием научного потенциала страны;
- учет национальных, региональных и исторических особенностей; поощрение ремесел, народных промыслов, кооперативных, артельных и семейных форм организации предпринимательской деятельности; сезонных работ, самозанятости;
- постепенный переход от государственного регулирования отдельных аспектов деятельности малого бизнеса к саморегулированию через предпринимательские союзы и объединения;

- значительное расширение прав и возможностей региональных властей и местного самоуправления в сфере регулирования деятельности малого бизнеса и его государственной поддержки при сохранении единства стратегических целей и информационного пространства;
- разработку и применение рациональных механизмов использования бюджетных средств, выделенных для поддержки малого и среднего бизнеса;
- координацию деятельности и четкое разграничение полномочий и ответственности органов исполнительной власти, решающих в той или иной степени вопросы государственной поддержки малого бизнеса на региональном уровне;
- использование имущества неэффективных и неплатежеспособных предприятий в качестве мощного источника ресурсного обеспечения малого бизнеса и создания объектов его инфраструктуры;
- формирование инфраструктуры, обеспечивающей создание благоприятных условий для его развития путем оказания комплексной адресной поддержки малых и средних предприятий в различных направлениях: информационном, консультационном, обучающем и т.д.;
- создание условий для эффективного развития межрегиональных связей и деловой кооперации субъектов малого бизнеса.

Существует широкий спектр консультационных услуг для новых и развивающихся предприятий и многие способы оказания этих услуг. В то же время потребность фирм в таких услугах может варьироваться в зависимости от степени их развития, сектора и местоположения. В этом отношении можно сделать важное разграничение между потребностями фирм в поддержке во время образования предприятия и стадии, предшествующей этому, и потребностью в поддержке, которую испытывают уже существующие малые предприятия, в данном случае их потребности более конкретизированы. В этом отношении бизнес-инкубаторы обладают важным потенциалом для предоставления поддержки новым предприятиям в период их образования и исключительно важный период становления. Вследствие этого любое политическое действие в этой области должно основываться на тщательном анализе потребностей малого и среднего бизнеса в поддержке и возможного ряда консультационных услуг, требуемых для удовлетворения этих нужд [3].

У субъектов малого бизнеса есть потребности в поддержке, которые лучше всего решать путем консалтинга, но они также

нуждаются в обучении и повышении профессионального мастерства. Развитие всесторонней коммерческой инфраструктуры поддержки бизнеса для малых предприятий требует тесной координации между обучением и консультированием, которые должны быть доступны на местном и региональном уровнях. Оно также требует консультантов и преподавателей, которые обладают пониманием и опытом решения проблем менеджмента, с которыми сталкиваются владельцы малых и средних предприятий по сравнению с владельцами крупных предприятий. Таким образом, предоставление консалтинговых услуг более мелким предприятиям представляет собой определенные трудности, особенно если получатель помощи обладает небольшим (или вовсе не обладает) профессиональным образованием и опытом управления. В этом контексте наиболее эффективным оказывается консультирование, основанное на опыте клиента.

Существуют также и определенные недостатки рынка консалтинговых услуг, что характеризуется нестабильностью и концентрацией внимания на сиюминутных результатах, а не на долгосрочном развитии.

Что касается бизнес-инкубаторов, то основная цель их создания направлена на помощь предпринимателям в организации своих предприятий, упрощая и удешевляя этот процесс. Они часто включают в себя совместное пользование помещением, административными и коммуникационными услугами и, в зависимости от конкретных обстоятельств, могут ассоциироваться с университетами, технологическими парками и т.д. Преимущество бизнес-инкубаторов для предпринимателей включает снижение первичных затрат на помещения, накладных расходов путем совместной оплаты административных и коммуникационных услуг, положительные последствия взаимодействия с другими предприятиями инкубатора и приобретение опыта общения с государственными учреждениями. Обычно предприниматели могут пользоваться инкубаторами ограниченный период времени.

Оказание непрерывной помощи в период бизнес-инкубации от первичной идеи до первого коммерческого успеха является важным принципом развития инновационных предприятий. В дополнение к этому, предоставляя помощь в создании новых предприятий в зарождающихся секторах, бизнес-инкубаторы вносят важный вклад в экономическое развитие. Это особенно важно, когда деятельность

инкубатора концентрируется на помощи новым предприятиям в секторах на технологической основе, когда время на разработку идей и внедрения ее в рынок достаточно продолжительно, а коммерческий риск высок. В этом смысле бизнес-инкубаторы являются важным элементом инфраструктуры, необходимым для поддержки развития и коммерциализации новых производственных технологий, дополняя действия других учреждений, имеющих дело с правами на интеллектуальную собственность и подготовкой патентов.

Создание благоприятных условий внешней среды для предприятий малого и среднего бизнеса (усовершенствование законодательно-нормативной базы, налоговой, административной системы). На малое предпринимательство в определенной степени оказывают влияние факторы внешней среды, поэтому существует объективная необходимость в создании благоприятной совокупности внешних факторов, которая предполагает:

- изменение налоговой системы в отношении субъектов малого бизнеса;
- минимизацию административно-разрешительной и контролирующей практики, устранение бюрократических барьеров, препятствующих развитию действующих и выходу на рынок новых малых предприятий;
- распространение отечественного и зарубежного опыта поддержки малого бизнеса.

Финансовая поддержка. Для начинающих предпринимателей финансовая поддержка и повышение эффективности деятельности малых предприятий должна осуществляться за счет использования следующих финансовых механизмов:

- льготные кредиты (займы) субъектам малого бизнеса (в т.ч. через фонды поддержки малого бизнеса);
- лизинг и аренда оборудования;
- венчурное финансирование инновационных проектов малого бизнеса;
- гарантии по кредитам, выдаваемым малым предприятиям финансовыми организациями;
- компенсации снижения процентной ставки по банковским кредитам;
- развитие и поддержка механизмов самофинансирования;
- привлечение зарубежных инвестиций.

Имущественная поддержка. Должна быть направлена на решение

острой проблемы производственных помещений для малых предприятий, должна предполагать принятие следующего комплекса мер:

- законодательная установка порядка и условий проведения специализированных конкурсов на приобретение и аренду объектов недвижимости, участниками которых могут быть только малые предприниматели;

- создание специализированных фондов нежилых помещений для размещения малых предприятий и организаций его инфраструктуры;

- развитие практики создания с государственным финансовым и имущественным участием объектов интегральной поддержки малого бизнеса (бизнес-инкубаторов, технопарков, промышленных зон и т.д.).

- передачу нежилых помещений в собственность малых предприятий в рассрочку.

Таким образом, можно сделать вывод, что государственная поддержка малого бизнеса должна реализовываться посредством создания системы государственной поддержки малого и среднего бизнеса.

Сегодня мир вступает в эпоху Четвертой промышленной революции, эру глубоких и стремительных изменений: технологических, экономических и социальных [4]. Нужно продолжить работу по сокращению издержек для предпринимателей и населения при государственном администрировании. В связи с этим важно ускорить принятие закона, направленного на дальнейшее дерегулирование бизнеса. Необходимо обеспечить цифровизацию процессов получения бизнесом господдержки с ее оказанием по принципу «одного окна». Требуется решительные действия по **улучшению бизнес-климата**, особенно на региональном уровне. Правительство должно подготовить **новый пакет системных мер** по поддержке бизнеса, вывода его из тени.

Система государственной гарантии должна реализовываться посредством создания гарантийных фондов на республиканском и региональном уровнях.

Список использованной литературы:

1 Акимов О.Ю. *Малый и средний бизнес: эволюция понятий, рыночная среда, проблемы развития.* – Алматы: Финансы и статистика, 2011. – 192 с.

2 *Статистические показатели.* [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://stat.gov.kz/>. (дата обращения 01.03.2018)

3 Босчаева З.Н. *Формула малого предпринимательства как основы развития регионов: Учебник.* – М.: Экономика, 2012. – 254 с.

4 *Послание Президента Республики Казахстан Н.А. Назарбаева народу Казахстана «Новые возможности развития в условиях четвертой промышленной революции» 10 Января 2018, Астана.*

**СОРБОННА-ҚАЗАҚСТАН
ИНСТИТУТЫНЫҢ ЖАҢАЛЫҚТАРЫ
НОВОСТИ ИНСТИТУТА СОРБОННА-КАЗАХСТАН**

Bernard Chavance
University Paris Diderot – Paris 7
chavance@univ-paris-diderot.fr

**POSTSOCIALIST INSTITUTIONAL CHANGE:
FORMAL AND INFORMAL DIMENSIONS**

Abstract

Diversity of trajectories of post-socialist transforming economies is a stylised fact of this experience of system change. The paper explores the relations between change in formal and informal rules in historical perspective, discussing new institutional views about rationality of formal institutions and detrimental inertia of informal institutions. It submits that an open and complex approach of the centrality of formal/informal rules interaction may give a better explanation of the multiplicity of national post-socialist pathways.

Keywords: post-socialist transformation, diversity of trajectories, institutional change, formal rules, informal rules, enforcement

Introduction

The wide-ranging experiences of post-socialist transformation in about 30 countries during the 1990s and 2000s have led to a number of surprises and puzzles for the social sciences. Two stylised facts of transformation are the striking diversity of national paths of change and the general importance of informal relations and rules, even though the process of system change from socialism to capitalism has generally been understood as a process of rationalization and formalization¹.

The variety of trajectories of transformation has been remarkable indeed, be it observed at the national level (Magnin 1999; Van de Mortel 2002; Chavance and Magnin 1997, Bohle and Greskovits 2012) or at a more aggregate level where the differences or contrasts between a Central European, a post-Soviet and an Asian trajectory are apparent. The specific and evolving relations between formal and informal institutional change have been a key element in the array of causes of such an emerging and enduring variety.

¹This article expands a previous paper, «Formal and informal institutional change: the experience of postsocialist transformation», *European Journal of Comparative Economics*, Vol.5, №1, June 2008.

The role of informal relations and rules has been underlined in numerous analyses of a wide range of phenomena: networks, social norms and values in general, but also spontaneous privatization, corruption, cronyism, mafia-ization, tunnelling, arrears, labor hoarding, barter, tax evasion, informal economy or, on the other hand, trust, social capital, new work and business ethics and informal cooperation. The manifest significance of the informal realm in systemic change has contributed to a gradual shift in economic theory from a de-institutionalized and market-centered analysis to a more institutional approach (Chavance, 2009).

The distinction and interaction between the formal and informal dimensions of social relations have long been analyzed by social theorists, particularly from the legal and sociological tradition but also by economic theorists dealing with institutions. Weber (1921) observed that the relationship between informal behavioral regularities and formal rules is complex and reciprocal. Commons (1934) wrote that customs are produced spontaneously and that authoritative figures operate an “artificial selection” among them in trying to manage conflict, leading to formal and legitimized rules; this is the “common law method”, which is at work in the numerous going concerns that constitute capitalist society (including the larger going concern, the state). Hayek (1988) emphasized (informal) law or moral rules that had evolved over long periods before some were eventually transformed into legislation; beneficial informal rules were principally subject to a kind of selection through “cultural evolution” that was neither natural nor artificial. In his analysis of institutional evolution, North (1990) stressed the distinction between formal and informal constraints, with the latter both underlying and supplementing the former.

In examining the historical experience of post-socialist transformation, this question has recently been recognized as an important dimension of wide-scale organizational and institutional change. Different views of these interactions have been put forward in economic analyses of systemic change. In this paper, I will explore how the relationship between formal and informal institutional change² may contribute to clarifying questions concerning the variety of transformational pathways and national forms of post-socialist capitalism.

²Here, institutions will be interpreted as rules, and formal and informal rules will be treated as equivalent to formal and informal institutions.

1. Diversity of Transformation Trajectories and Path-Dependence.

The search for commonalities in transformation experience may be carried out at various levels of abstraction. The lowest implies a comparison directly based on the national level of about 30 countries or a subgroup of them. The highest level of abstraction concerns “system change” in general (e.g. Kornai 2000). An intermediate level may deal with strong similarities within groups of countries that have experienced similar trajectories. The dominant transition doctrine initially applied a uniform analysis and strategy to most national cases (this excludes the Asian countries). Later, the contrasts among the various experiences were acknowledged but remained under-theorized in the mainstream approach³.

The wide-ranging experience of post-socialist transformation has not resulted until now in a consensual set of stylised facts among the different schools of thought that may serve as a basis for various theories to test the light they can shed on such epochal change. The variety of trajectories in different economies and the diversity of post-socialist national capitalisms partly explain such a paradoxical situation. Different generalizations have been attempted about “transition” in general, but they remain unsatisfactory as they can often be refuted by one or more national counter-examples. Most of the time they rely on one or a few national experiences deemed “typical”, but fail to take into account contrasting paths of transformation. In order to draw “general lessons” from the transformation processes so far, the challenge of diversity has to be faced, and more inductive analysis has to be done of the variety of experiences that have surfaced. If not, we face the risk of wrongly generalizing from just one specific or partial experience or period, without dealing with historical specificity (Hodgson 2001) as a necessary component of general theorization.

2. Formal and Informal Institutional Change.

In the recent period we find two influential but contrasted ways to conceptualize the relation of informal and formal rules or institutions.

The first is Hayek’s theory of law. It is influenced by the *common law* experience and sees law (like morals) as evolved abstract rules that have been selected through a lengthy historical process of cultural evolution,

³Roland (2000) lists national “differences” as stylised facts about transition: differences in reform paths and strategies; differences in macroeconomic performance after liberalization; and differences in enterprise performance in response to changes in ownership and corporate governance. But besides the fact that the performance itself should be problematized (see below), differences in performance should be related to differences in institutional configurations of post-socialist capitalisms. See also Myant and Drahekoupil (2011).

where the advantageous rules have been filtered through group selection (Hayek 1988). Deliberate legislation may be positive inasmuch as it codifies – or remains compatible with – evolved general rules of conduct, or perfects them at the margins without replacing them with teleological and instrumental organizational rules that are totally unfit for an extended, spontaneous order (Hayek 1973). Followers of this line of thought consequently give great weight to informal, evolved rules, and view formal, deliberate ones as beneficial only when they correspond closely to the former. But formal rules may reflect a constructivist attempt to build an extended order following the pattern of a teleological organization, in which case they will endanger society and economy.

The second prominent theory is North's view of institutional change (North 1990). In his influential book, North distinguishes between formal and informal institutions, and underlines the inertial character of the latter. He writes about alterations produced by discontinuous institutional change, such as revolution or conquest: "What is most striking (although seldom observed, particularly by advocates of revolution) is the persistence of so many aspects of a society in spite of a total change in the [formal] rules" (North 1990, p. 36). Defining institutions as constraints, he notes that "informal constraints that are culturally derived will not change immediately in reaction to changes in the formal rules," leading to a "tension between altered formal rules and the persisting informal constraints" (North 1990, p. 45). While changes in formal rules are made and enforced by the polity, informal constraints are linked to cultural inheritance. North also strongly criticizes the mainstream approach to transition, emphasizing the limits to our understanding of institutional change, and opposing "a certain amount of hubris evident in the annual surveys of the World Bank and in the writings of orthodox economists who think we now have it right" (North 1997, p. 15), adding that "path-dependence can and will produce a wide variety of patterns of development, depending on the cultural heritage and specific historical experience of [each] country" (North 1997, p. 17). Another limit of orthodoxy is the lack of consideration of *enforcement* of formal rules: "Economies that adopt the formal rules of another economy will have very different performance" because of "different informal norms and enforcement" characteristics (North, 1994, p. 366). This discrepancy results in putting limits on expected revolutionary (formal) changes and in disappointment in terms of performance when imitating formal rules of successful countries.

Authors influenced by the Northian approach have a rather critical view of informal rules, often regarding them as a negative legacy of the past, and more readily admit that the correct or «adaptively» efficient combination of formal rules/enforcement characteristics/informal rules is not known in the present state of institutional economics.

Table-1. Formal and Informal Rules in Two Theories of Change

	Hayek	North
<i>Formal rules</i>	Legislation ought to correspond to evolved (informal) law	Laws, constitutions: often imitated from successful countries
<i>Informal rules</i>	Evolved and selected through cultural evolution, generally beneficial (constitute tradition); underlie formal rules but are effective beyond them	Norms of behavior, conventions, self-imposed codes of conduct (constitute culture); generally underlie and supplement formal constraints
<i>Potential conflicts</i>	Legislation contradicts evolved law	Rapid change in formal rules with inertial informal rules
<i>Consequence of conflict</i>	Constructivist attempts threaten the beneficial spontaneous order of society or the market	Revolutionary changes do not follow expectations and do not bring anticipated performance
<i>Criticism of mainstream transition strategy</i>	Constructivist (?) (Hypothetical criticism)	Focuses only on formal rules change, overlooks problems of their enforcement and the inertia of informal rules
<i>Doctrinal background</i>	Economic liberalism	Historical new economic institutionalism

These two theories have influenced the new institutional economists' attempts to interpret and guide the post-socialist transformation. As they are not directly compatible, tentative syntheses giving more weight to one or the other do not give convincing conclusions. Moreover, such syntheses have been blended with various degrees of neo-liberal confidence in the market as such, adding an element of heterogeneity to conclusions.

The first theory runs into serious difficulty when the «transition» to a capitalist order is at stake, as this starts from a revolutionary upheaval and not from a historical incremental evolution; the second may appear one-sided in treating informal institutions (equated with cultural legacies) primarily as obstacles to progressive change⁴.

⁴Building on the German tradition of Ordoliberalism might have reduced some contradictions in neo-liberal approaches to system change, but it has been barely present in transition debates. According to Leibold (2001), scrutiny of the political process and of the role of informal rules has been absent from this tradition.

3. Extension of Formal/Informal Distinction.

Several authors have elaborated on the Northian distinction between formal and informal institutions against the backdrop of the highly diverse and complex experiences of post-socialist change in many countries. A number of authors have extended the new institutionalist view in terms of the interplay between formal and informal rules.

Pejovich (1999, p. 170) has put forward the “interaction thesis,” where different instances of relations are distinguished: 1) Formal institutions suppress, but fail to change informal institutions; 2) Formal rules directly conflict with informal rules; 3) Formal rules are either ignored or rendered neutral; and 4) “Formal and informal rules cooperate” – as in cases where the state institutionalizes informal rules that had evolved spontaneously. Pejovich observes: “When formal rules conflict with the prevailing informal rules, the interaction of their incentives will tend to raise transaction costs and reduce the production of wealth in the community” (Pejovich 1999, p. 171).

In a discussion on norms and networks, Nee (1998) differentiates between congruent, decoupled and opposition (informal) norms according to their relations with formal rules. Congruent norms are closely coupled with formal rules, and both are mutually reinforcing. Decoupled norms allow activities to vary according to practical considerations while retaining formal structures, which may become largely ceremonial. Opposition norms encourage direct resistance to formal rules. According to Nee, the first relationship promotes, while the third is highly detrimental to economic performance⁵.

Defining institutions as rules accompanied by an enforcement mechanism, Voigt and Engerer (2001) describe external institutions as rules sanctioned by the state and internal institutions as rules sanctioned by members of society. While not identical to the distinction between formal and informal rules (as the case of private rules linked to organized private enforcement may actually refer to formal internal rules), there is a strong overlap between the two definitions.

⁵ See also Fiori (2018).

Table-2. Internal and External Institutions

<i>Nature of rule</i>	<i>Nature of enforcement</i>	<i>Type of institution</i>
1. Convention	Self-enforcing	Type 1 – internal
2. Ethical rule	Self-commitment of actor	Type 2 – internal
3. Customs	Via informal societal control	Type 3 – internal
4. Private rule	Organized private enforcement	Type 4 – internal
5. State law	Organized state enforcement	External

Source: Voigt and Engerer (2001).

The authors define four kinds of relationships between internal and external rules: neutral; complementary; substitutive (non-compliance is sanctioned either by the state or by private individuals); and conflicting. Complementarity is a necessary but not sufficient condition for economic success: everything depends on the content of an institution. Internal institutions change more slowly than external ones, as they are not subject to deliberate choice mechanisms.

Winiecki (2000), like Pejovich, stresses the interaction between formal and informal rules, with the latter generally displaying resilience. The harmony between the two types of rules conditions economic success in the long term; however, discordance may prevail to varying degrees. Informal rules can slow down the positive effects of new formal rules, but they may also limit the negative consequences of new formal rules that are misguided. Winiecki defends the shock therapy approach and expresses reservation towards formal rules in general (he mentions an “institutional Laffer curve,” where beyond a certain threshold, formal regulations exercise a negative effect on wealth creation). A limited number of formal rules should, thanks to decentralization, allow for flexible evolution in informal rules (Winiecki 2000, p. 160-161). Winiecki opposes gradualism on the grounds that a critical mass of formal rule change is initially needed, and also because the “market for institutions” proposed by Pejovich (which implies a co-existence of different types of rules), is based on a false analogy with the emergence of capitalism (Winiecki 1998, p. 21).

Katharina Pistor, distinguishing between formal and informal law, notes that both tend to be complementary when they evolve over time, but in political and economic regime change, new formal and pre-existing informal

institutions compete or operate independently (Pistor 1999, p. 4). Law is usually neutral, contrary to Marx’s superstructure thesis, but it is not neutral in regime change, as existing socio-economic and political control rights are re-allocated (Pistor 1999, p. 9). Pistor seems inclined to follow North concerning power as a causal force on formal institutional change, contrary to authors like Winiecki or Pejovich, who mainly concentrate on formal/informal relations or have an efficiency-centered approach to formal rules⁶, but she limits the validity of this notion to “regime change”.

In the second half of the 1990s, the initial transition doctrine itself was somewhat modified. The importance of legal frameworks, administrative capacity and the enforcement of formal rules were underlined (Sachs and Pistor 1997). A number of “soft concepts” (Sztompka 1999) were also developed and studied, such as trust, social capital, etc. “Institutional” rhetoric became dominant.

4. Four Periods of Change.

The interdependence between changes in formal rules, their enforcement, and informal rules has assumed different forms during successive periods of post-socialist transformation. If we take the Central European countries, schematically distinguishing the last decade of socialism as pre-revolutionary, the first three years as revolutionary, the twelve following years as post-revolutionary (taking accession to the European Union in 2004 as the symbolic marker) and the following period as evolutionary, we have the following table.

Table-3. Four Periods of Change in Central Europe

Periods	Formal rules	Enforcement of formal rules	Informal rules
<i>Pre-revolutionary</i>	Significant but partial changes in reforming countries, * limited change in others	Uneven, often decreasing	Fast and opportunistic changes in reforming countries, slow but real changes in others
<i>Revolutionary</i>	Radical, wide-ranging and extended systemic changes	Generally weak	Fast, opportunistic and protective changes and innovations (systemic uncertainty)

⁶Winiecki (2000, p. 150) refers to “cost-benefit calculation” concerning the introduction of new formal rules over time.

<i>Post-revolutionary</i>	Continuing changes, systemic (e.g. privatization) and intra-systemic (driven by complementarity)	Consolidation, uneven depending on domains considered	Opportunistic change, learning processes in stabilizing formal framework (intra-systemic uncertainty)
<i>Evolutionary</i>	Incremental changes, intra-systemic	Consolidation, routinization	Changes principally through learning processes, gradual innovations

*Such as Poland and Hungary (in the 1980s).

But let us insist on the fact that in the post-Soviet or Asian post-socialist experiences, we would have different periodizations and characteristics of interdependence between changes in formal rules, their enforcement, and informal rules (there is no clear revolutionary period in the Asian case⁷). While such interdependence remains central to all trajectories of post-socialist transformation, different path-dependent and context-dependent configurations of system change may thus be explained with the help of a less deterministic approach than those used in new institutional economics (NIE) theories.

5. Rationality of Formal Rules?

In many NIE accounts of system change, new formal rules are seen as unproblematic as they are deemed rational and beneficial in principle. The main difficulty comes from informal rules, their resilience and lack of rationality.

Capitalism as a target model of transformation actually entails various levels of formality. There are different degrees of generality and specificity in formal institutions. For instance, private ownership of the means of production is a highly general institution that has taken numerous concrete forms in historical and present types of capitalism. As the literature on the diversity of contemporary capitalisms has shown, a variety of formal institutional configurations prevails in different national contexts (Amable 2003; Hollingsworth and Boyer 1997; Esping-Andersen 1990). Consequently, the introduction and development of formal rules typical of capitalism in general in the post-socialist countries have

⁷However, Lubman (1996) mentions a “legislative explosion” in China’s legal reforms.

assumed multiple forms according to the political context, and the influence of foreign models and international organizations⁸.

New formal rules can create problems of their own due to a number of reasons: they may have a low level of legitimacy, lack robust complementarity with other formal institutions, or produce unexpected and undesirable consequences⁹. The revolutionary and early post-revolutionary periods highlighted a significant instability in formal rules, with legislation frequently changed following internal conflict, external pressure or unanticipated consequences¹⁰, the prevalence of a kind of transitional *anomie* (not in the sense of a lack of formal rules but in the sense of weak stability and learning), and systemic uncertainty¹¹ (reduced by the teleological representation of the market economy).

Original institutional economics argued rightly that institutions in general – including formal ones – incorporate both knowledge and ignorance (Hamilton 1932). These formal institutions thus have an ambivalent effect on economic actors, their behavior and interactions.

The notion that new formal rules constitute, in principle, a rational and beneficial anchor of systemic change is consequently somewhat

⁸While the Washington consensus promoted by the International Monetary Fund, the World Bank, the Organisation for Economic Cooperation and Development and the European Bank for Reconstruction and Development was dominant in the first period in Eastern and Central Europe, other international organizations (mostly linked with the United Nations), like the Economic Commission for Europe, tried to promote different policies or institutions despite being less influential. The International Labor Organization (ILO), for instance, served as a reference for the creation of tripartite councils to negotiate between governments, trade unions and employer organizations in most Central European countries in the early 1990s. As these bodies were at cross purposes with the dominant neo-liberal trend, they declined or disappeared from the scene after some time. For the *sui generis* character of the reform policies followed in China, see Tsai, 2006 and Chavance (2017).

⁹This has been the case, for instance, with different schemes of mass privatization.

¹⁰For instance, early provisions for social protection, unemployment, etc., were soon revised in many countries, privatization rules were frequently reshuffled, and tax rules took quite some time to be stabilized.

¹¹Referring to Poland in the first half of the 1990s, Sztompka writes: “The general feeling of uncertainty is also due to normative disorganization or anomie. The legal system is a fragmented mosaic of partial-regulations, old and new, often inconsistent, repeatedly changed, and arbitrarily interpreted. The overload of rules, regulations, administrative codes, and conflicting interpretation of laws makes them incomprehensible. The next constitution is still missing, as twenty-seven projects are vigorously debated by a divided parliament, and the old one is a patchwork of ad hoc amendments. The rule of law is compromised by extra-legal decisions of the highest authorities, including the presidential office, and by the retroactive legislation occasionally passed by the parliament. Trust in the continuity, stability, and orderliness of social life is effectively undermined.” (Sztompka 1999, p. 77)

misleading¹². It is a simplification to put all the burden of difficulties observed in system change on informal institutions or on the enforcement of formal ones.

6. Inertial Informality?

The reduction of informal rules to culture is sometimes deemed to explain development and performance, resulting in a kind of culturalist fallacy. Pejovich writes that “the culture of collectivism and egalitarianism in Central and Eastern Europe is stronger the farther east and southeast one travels. The interaction thesis suggests that differences in transaction costs arising from those cultural differences within the region explain differences in the results of transition” (Pejovich 2003, p. 351). He contends that “research and empirical evidence show that the ranking of countries with respect to economic freedoms correlates with their respective economic performances” (Pejovich 2003, p. 351). However, he forgot to travel further east, where transforming Asian countries – in which “economic freedoms” are not so conspicuous and where egalitarianism also has a long tradition – provide a refutation of his assessment. Culturalist theories are sometimes tautological. Japan’s backwardness in terms of capitalist development has for a long period been attributed to its Confucian culture (following Weber’s thesis), while later that same culture has been called upon as an explanation of Japan’s capitalist success (Morishima 1982).

Culture is a general concept; in the same society we find various “cultures” with different temporalities of change (e.g. long-term pre-socialist, socialist and late socialist cultures). Cultural change, extinction, revival and creation are dependent on the historical context¹³. In some senses systemic change is accompanied by a “cultural revolution,” which does not preclude, as do all revolutions, strands of continuity.

Informal rules are formed at numerous levels of economic life and action¹⁴. Some have a cultural and long-standing nature, but many have a

¹²When new formal rules were contrasting with the dominant transition doctrine, as in China’s dual-track reform system (with two channels of price formation in the state sector), they were criticized by mainstream economists as irrational ; but they later appeared to have been instrumental in system change (Naughton 1995).

¹³Alesina and Giuliano (2015) observe that it would be wrong to claim the causal superiority of either culture or institutions: “Culture and institutions interact and evolve in a complementary way, with mutual feedback effects.” (Alesina and Giuliano, 2015)

¹⁴Discussing informal rules which are endogenous to formal institutional structures, Helmke and Levitsky (2004) point to their diverse origins; they are created by actors because formal rules are incomplete; informality may be a “second best” strategy for actors who prefer, but cannot, achieve a formal institutional solution. One motivation for creating informal rules may be the pursuit of goals not considered to be publicly (or internationally) acceptable.

limited time span and a remote or weak relationship with cultural values and rules. While some are highly resilient, the degree of inertia varies considerably at different levels of economy and society, and in diverse periods of evolutionary or revolutionary change. Post-socialist transformation has not taken place in a uniform way in informal institutions: enduring legacies have co-existed with the rapid collapse of unwritten rules and with the swift emergence of non-codified rules.

For instance, a culture and informal behavioral traits linked to shortage have declined rapidly in all countries where a shift from a resource-constrained to a demand-constrained economy has been realized in a few months or even a few weeks¹⁵. Changes in values and informal rules are often observed after a few years, as Ledeneva (1998) has documented in her study of transformational Russia with reference to success, individualism and efficiency¹⁶.

Apparently similar informal rules, like labor hoarding in large Russian enterprises, assumed very different characteristics in the late socialist period and during the transformational crisis. The same change is also true for networking, as observed in Chinese *guanxi* (Wank 1999), Russian *blat*' (Ledeneva 1998) or Hungarian "recombinant" networks (Stark and Bruszt 1998).

That many new conventions have proved ephemeral in the wholesale process of system change is shown by the gambling craze, the success of financial pyramids in many countries or the early rush to West German products in the former GDR. Informal rules established among Russian

¹⁵Kornai (2005) observes the volatility of memory: "People very easily forget; both collective and individual memories are highly unreliable. Decades ago, we were flooded with complaints from individuals because certain consumer items were unavailable: one had to wait many years for a car or an apartment or a telephone line. Nowadays it seems that I, once the author of a book entitled *Economics of Shortage* (1980), will be left as the single individual in Eastern Europe, who still remembers the shortage economy and feels genuine joy that it is over. Chronic shortages have been replaced by abundant supplies. Nowadays, people grumble that we are awash in an incredible number of products, that prices are prohibitively expensive and that people are tormented by the 'consumer society'."

¹⁶ Ledeneva also noted that it had become difficult to borrow money from friends in the Russia of the mid-1990s, whereas it was the most frequent support among friends in Soviet times, and that children were fast becoming money-conscious. She also observed a change from cooperation to secrecy in the academic world. Connections (*blat*') used to be value-oriented, they became driven by considerations of self-interest and mutual profit, etc. (Ledeneva 1998). See also Désert (2006).

oligarchs for wide-scale plundering of state assets in the loans-for shares scheme remained for no more than two years (Freeland, 2000). « Robber barons» conventions in the middle of 1990s were followed after a period by increased submission to formal rules in business practices, some observers interpreting such change as a transformation of business culture ...

Conversely, the development of a barter economy in Russia during a period of acute monetary crisis that lasted around seven years in the 1990s gave rise to sophisticated and extended informal rules of exchange that even developed into elaborate schemes of compensation. Unwritten barter rules accompanying specific problems of Soviet planning had long existed in the previous system, but the post-Soviet barter economy and its specific rules represented a genuine novelty where new informal relations were established and developed in a short (and eventually transitory) historical period. Another set of rapidly emerging informal rules was linked to the introduction of a (formal) dual-track system in China in the 1980s¹⁷ but this, too, proved to be relatively short-lived.

7. Detrimental Informality?

Mainstream economic theory has a strongly implicit normative reference – Pareto optimality – deemed to be a situation beneficial for all members of society. It gives many economists this extraordinary self-confidence and peremptory attitude, provided by the conviction that efficiency and collective interest can be perfectly reconciled, so that “performance” is unambiguous. In this approach, formal institutions showing the “one best way” to optimality are supposed to be known, and informal rules consequently are often interpreted as detrimental – except when they correspond closely to the good formal rules. This taken-for-granted normative standard has strong links with equilibrium thinking, which makes genuine change difficult to understand or reduces it to a teleological “transition” to the beneficial systemic equilibrium.

But efficiency and performance are problematic notions that make little sense in a historical context unless there is an answer to the questions, “efficiency for whom?”¹⁸ and “which performance?” Likewise, different

¹⁷It became very common, for instance, for state enterprises to sell planned and low-priced supplies on the free market for much higher prices.

¹⁸Schmid observes that: “The problem with efficiency is that there are too many of them and thus efficiency gives no basis for choosing among them.” It takes a “moral choice of whose interests count” (Schmid 2004, p. 83).

types of formal and informal rules and their interaction may create beneficial or detrimental consequences for different individuals or social groups. They may also have ambiguous or changing effects as time goes by¹⁹. A normative evaluation by social scientists of these configurations in terms of given values or standards would be welcomed, as long as it was based on an explicit and open theoretical approach.

The frequent reference to the standard of “transparency” in general, and in post-socialist societies in particular, is an example of the implicit normative stance of mainstream economic theory: it implies that perfectly informed agents will act in a rational way, bringing about the optimal equilibrium predicted by the mainstream approach. More often than not, transparency is turned into a normative concept disguised as a technical requirement for efficiency. Keynesian uncertainty, Hayekian complexity and ignorance, Simonian bounded and procedural rationality, and Stiglitzian imperfect information are simply ignored or forgotten. Notably, the standard use of the notion of transparency implies that rules are or ought to be exclusively formal and spontaneously enforced; it overlooks the universal duality of formal and informal institutions in the economy and polity. It carries a double bias in postulating the rationality of formal rules and in assuming a negative character of informality.

Beyond the mainstream transition doctrine, we also find little acknowledgment of the complexity of formal/informal relations. While Hayek gave positive weight to evolved or grown (informal) rules of just conduct, as mentioned earlier, the latter are of little help in explaining post-socialist change unless a very specific tradition is taken as genuine reference for cultural evolution²⁰, while others are rejected as poisoned by various forms of constructivism. The cultural reduction of informal rules

¹⁹ Official rules may be replaced or complemented by informal arrangements through an “informalization of the rules:” “First, formal rules are imposed by the public officials in a way which leaves room for their discretion and creates a high level of uncertainty for market actors. Second, confronting high costs of compliance with the formal rules, economic agents create specific governance structures to avoid formal rules on a systematic basis. Third, public officials establish selective control, in which formal rules are used for extortion and selective pressures on economic agents. Fourth, economic agents, in turn, bargain with the public officials on terms and conditions of the implementation of formal rules. Fifth, multiple arrangements and interpretations are produced to legitimate practices of informalization” (Radaev 2004, p. 94). *Informalization* here carries a negative connotation.

²⁰ Hayek’s theory has been characterized as “romantic anglophilia” (O’Brien 1998).

linked to a negative assessment of their inertial role in transformation, as developed by North or caricatured by Pejovich, leaves no room for positive path-dependent informality or for innovative informal rules in the process of change. The former can be observed in the revived traditions of entrepreneurship in Poland or China, while examples of the latter are numerous, be they detrimental (corruption, cronyism, law evasion), beneficial (tax compliance) or ambiguous (labor hoarding, barter). Symmetrical examples could be easily listed in the history (or present-day situation) of venerable capitalist economies²¹.

8. Beneficial Complementarity?

New institutional theories often display an implicitly normative stance where formal rules – or conversely, informal evolved rules – are given a positive value in general. The harmony of formal and informal institutions is predominantly seen as a good model or idealized type providing a normative standard to evaluate given situations or processes of change. However, post-socialist transformation has again shown the great evolving diversity of rule configurations that may arise in the process of historical change, suggesting that implicitly normative models may be misleading when confronted with historically specific trajectories of transformation.

The normative harmony model is sometimes qualified. Winiecki (2000) suggests in a neo-liberal spirit that informal rules may reduce the detrimental effects of misguided formal institutions. Adopting a new institutional approach, the *2002 World Bank Development Report* stated that “one size does not fit all in institutional design,” seeming to admit context specificity. Furthermore, it observed: “Where informal institutions operate effectively, and when formal institutions require supporting institutions, building new formal institutions may not be a priority for policymakers.” It suggested “accepting informal institutions when formal institutions would not have their desired impact” (World Bank 2002). A less normative stance was thus suggested, but this has remained a minority position in the literature and in policy advice.

The notion of institutional complementarity (Aoki 2001; Amable 2003) stresses interdependencies and reinforcement processes between (formal) institutions in different economic or social domains or within the same domain. However, it does not deal with the relationship between formal and informal rules or institutions; neither does it consider the possibility of

²¹A remarkable survey of the diversity and ambiguity of informal institutions is given in Ledeneva et al. (2018).

perverse reinforcement, as in a case where a given beneficial institution leads to the consolidation of negative but interdependent institutions. It should be made less static and extended for that purpose²².

Conclusion.

Post-socialist transformation and the great variety of national trajectories of system change, as well as the diversity of emerging post-socialist capitalisms, confirm that informal institutions and rules do matter (Williams et al., 2013). The interdependence of formal and informal rules in the process of historical change is now widely acknowledged²³. However, reductionist or biased theories may perpetuate obstacles to an open approach on this important theme through a one-sided focus on either informal rules or formal rules, or a hypothetical equilibrium between both. Normative models of “good rules,” or of formality- or informality-centered harmony between the two types of institutions, linked to a one-sided assessment of efficiency and performance, can distort the analysis of system dynamics.

Differential change in formal and informal institutions takes very diverse forms in different evolutionary or revolutionary circumstances. Context dependence and historical specificity lead to a great variety of configurations of the relationship between formal and informal rule changes. A better understanding of such diversity poses a stimulating challenge for future research.

References:

- 1 Acemoglu Daron & Robinson James (2012), *Why Nations Fail. The Origins of Power, Prosperity, and Poverty*. – New York: Crown.
- 2 Alesina, Alberto, and Giuliano, Paola (2015), «Culture and Institutions», *Journal of Economic Literature*, 53(4). – P.898-944.
- 3 Amable, B. (2003), *The Diversity of Modern Capitalism*, Oxford, Oxford University Press
- 4 Aoki, M. (2001), *Toward a Comparative Institutional Analysis*, Cambridge, Mass. and London, MIT Press.
- 5 Bohle, D., and Greskovits, B. (2012), *Capitalist Diversity on Europe's Periphery*, Cornell University Press.
- 6 Casson, Mark, Della Giusta, Marina, and Kambhampati, Uma (2010), « Formal and Informal Institutions and Development », *World Development*, 38(2). – P.137-141.

²²Systemic coherence (Kornai 1992) is a concept with an even higher degree of abstraction compared to institutional complementarity. The first concerns system families (such as capitalism and socialism), while the second is about stylised historical forms of national capitalisms.

²³Casson et al. (2010). However, the influential institutional analysis of Acemoglu and Johnson (2013), is limited to the role of formal institutions.

- 7 Chavance, B., Magnin, É. (1997), 'Emergence of Path-dependent Mixed Economies in Central Europe', in A. Amin, J. Hausner, eds., *Beyond Market and Hierarchy. Interactive Governance and Social Complexity*, Cheltenham, Edward Elgar.
- 8 Chavance, B. (2009), *Institutional Economics*, London, Routledge.
- 9 Chavance, B. (2017), «Ownership transformation and economic system change in China», *Revue de la Régulation*, 21, 1^{er} semestre 2017.
- 10 Commons, J. (1934), *Institutional Economics. Its Place in Political Economy*, 2 vol., New Brunswick and London, Transactions Publishers, 1990.
- 11 Désert, Myriam (2006), «Le débat russe sur l'informel», *Questions de Recherche*, CERI, Sciences Po, Paris, 17, Mai.
- 12 Esping-Andersen, G. (1990) *The Three Worlds of Welfare Capitalism*, Cambridge, Polity Press.
- 13 Fiori, Stefano (2018), «Formal and informal norms: their relationships in society and in the economic sphere», *Review of Social Economy*, DOI: 10.1080/00346764.2017.1423510
- 14 Freeland, C. (2000), *Sale of the Century. The Inside Story of the Second Russian Revolution*, London, Little, Brown and Company, 2000.
- 15 Hamilton, W. (1932), 'Institution', in E. Seligman, A., Johnson, eds., *Encyclopedia of the Social Sciences*, vol. 8, London, Macmillan (repr. in Hodgson, G., ed. (1993), *The Economics of Institutions*, Aldershot, Edward Elgar.)
- 16 Hayek, F. (1973), *Law, Legislation and Liberty*, vol. 1, 'Rules and Orders', London, Routledge & Kegan Paul.
- 17 Hayek, F. (1988), *The Fatal Conceit. The Errors of Socialism*, Chicago, University of Chicago Press.
- 18 Helmke, G., Levitsky, S. (2004), 'Informal Institutions and Comparative Politics : A Research Agenda', *Perspectives on Politics*, 2(4), December, 725-740.
- 19 Hodgson, Geoffrey (2001), *How Economics Forgot History. The Problem of Historical Specificity in Social Science*, London, Routledge.
- 20 Hollingsworth, R., Boyer, R., (eds.) (1997), *Contemporary Capitalism : The Embeddedness of Institutions*, Cambridge, Cambridge University Press.
- 21 Kornai, J. (1992), *The Socialist System. The Political Economy of Communism*, Oxford, Oxford University Press.
- 22 Kornai, J. (2000), 'What the Change of the System from Socialism to Capitalism Does and Does Not Mean', *Journal of Economic Perspectives*, 14 (1), 27-42.
- 23 Kornai, J. (2005), 'The Great Transformation of Central Eastern Europe: Success and Disappointment', *Presidential Address, I.E.A. 14th World Congress, Marrakech, August 29th*.
- 24 Ledeneva, A. (1998), *Russia's Economy of Favours: Blat, Networking and Informal Exchange*, Cambridge, Cambridge University Press.
- 25 Ledeneva, Alena, Bailey, Anna, Barron, Sheelagh, Curro, Costanza & Teague, Elizabeth, eds. (2018), *The Global Encyclopaedia of Informality. Understanding Social and Cultural Complexity*, 2 vol., London, UCL Press.

26 Leibold, H. (2001), 'The Contribution of Neoliberal Ordnungstheorie to Transformation Policies', in Labrousse, A., Weisz, J.-D., eds., *Institutional Economics in France and in Germany. The German Ordoliberalism versus the French Regulation School*, Berlin, Springer Verlag.

27 Lubman, S. (1996), *China's Legal Reforms*, Oxford, Oxford University Press.

28 Magnin, Éric (1999), 'La contribution des économies post-socialistes à la diversité du capitalisme', in B. Chavance et al., eds., *Capitalisme et socialisme en perspective. Evolution et transformation des systèmes économiques*, Paris, La Découverte.

29 Morishima, M. (1982), *Why has Japan 'succeeded' ?*, Cambridge, Cambridge University Press.

30 Myant M., Drahokoupil, J. (2011), *Transitions Economies: Political Economy in Russia, Eastern Europe and Central Asia*, Hoboken (NJ), John Wiley & Sons.

31 Naughton, B. (1995), *Growing Out of the Plan: Chinese Economic Reforms 1978-1993*, Cambridge University Press.

32 Nee, V. (1998), 'Norms and Networks in Economic and Organizational Performance', *American Economic review*, 88 (2), May, 85-89.

33 North, D. (1990), *Institutions, Institutional Change, and Economic Performance*, New York, Cambridge University Press.

34 North, D. (1994), 'Economic Performance Through Time', *American Economic Review*, 84(3), June, 359-368.

35 North, D. (1997), 'Understanding Economic Change', in J. Nelson, C. Tilly, L. Walker, eds., *Transforming Post-communist Political Economies*, Washington D. C., National Academy Press.

36 O'Brien, D. (1998), 'Hayek, Friedrich August von (1899-1992)', in P. Newman (ed.), *The New Palgrave Dictionary of Economics and the Law*, London, Macmillan, Vol.1.

37 Pejovich, S. (1999), 'The Effects of the Interaction of Formal and Informal Institutions on Social Stability and Economic Development', *Journal of Markets & Morality*, 2(2), Fall, 164-181.

38 Pejovich, S. (2003), 'Understanding the Transaction Costs of Transition : It's the Culture, Stupid !', *Review of Austrian Economics*, 16, 361-374.

39 Pistor, Katharina (1999), 'The Evolution of Legal Institutions and Economic Regime Change', *Annual Bank Conference on Development Economics*, World Bank, Paris, June.

40 Radaev, V. (2004), 'How Trust is Established in Economic Relationships When Institutions and Individuals are not Trustworthy : The Case of Russia', in Kornai, J., Rothstein, B. & Rose-Ackerman, S, eds., *Creating Social Trust in Post-Socialist Transition*, New York, Palgrave Macmillan.

41 Roland, G. (2000), *Transition and Economics : Politics, Markets and Firms*, Cambridge, Mass., MIT Press.

42 Sachs, J. ; Pistor, K., eds. (1997), *The Rule of Law and Economic Reform in Russia*, Boulder (Co.), Westview Press.

43 Schmid, A. (2004), *Conflict and Cooperation. Institutional and Behavioral Economics*, Blackwell.

44 Stark, D. ; Bruszt, L. (1998), *Postsocialist Pathways. Transforming Politics and Property in East Central Europe*, Cambridge, Cambridge University Press.

45 Sztompka, P. (1999), *Trust : A Sociological Theory*, Cambridge, Cambridge University Press.

46 Tsai, K. (2006), « *Adaptive Informal Institutions and Endogenous Institutional Change in China* », *World Politics*, 59(1).

47 Van de Mortel, E. (2002), *An Institutional Approach to Transition Processes*, Aldershot, Ashgate.

48 Voigt, S. and Engerer, H. (2001), 'Institutions and Transition. Possible Policy Implications of the New Institutional Economics', SSRN, Working paper, December.

49 Wank, D. (1999), *Commodifying Communism : Business, Trust, and Politics in a Chinese City*, Cambridge, Cambridge University Press.

50 Weber, Max (1921), *Economy and Society : An Outline of Interpretive Sociology*, Berkeley, University of California Press, 2 vol., 1978.

51 Williams, Colin, Round, John & Rodgers, Peter (2013), *The role of informal economies in the post-Soviet world: The end of transition?*, London, Routledge.

52 Winiiecki, Jan (1998), 'Formal and Informal Rules in Post-Communist Transition', *Journal of Public Finance and Public Choice*, XVI (1), 3-26.

53 Winiiecki, Jan (2000/1), 'Formal Rules, Informal Rules, and Economic Performance', *Acta Oeconomica*, 51(2), 147-172.

54 World Bank (2002), *Building Institutions for Markets*, World Development Report 2002, Oxford, Oxford University Press.

МАЗМҰНЫ

ТЕОРИЯ ЖӘНЕ ӘДІСТЕМЕ ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ

Нурлихина Г.Б., Орманова А.Б. Стратегии управления международными компаниями в контексте глобализации.....	5
Nurlikhina G., Ormanova A. Strategies of multinational companies management in the context of globalization.....	7
Иманбердиев Б.Д., Касымбаева Н.С. Концепция управления образовательной деятельностью и история ее развития в Казахстане.....	15
Imanberdiyev B.D., Kassymbayeva N.S. The concept of management of educational activities and the history of its development in Kazakhstan.....	16
Джубалиева З.У., Бегижанова Г.Ч. Роль маркетинга в современных моделях построения бизнеса.....	25
Dzhubaliyeva Z.U., Begizhanova G.Ch. The role of marketing in modern models of business.....	26

МАКРОЭКОНОМИКАЛЫҚ РЕТТЕУ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ

Телагусова Э.О., Смагулова А.М. Развитие учета и аудита в банках второго уровня.....	36
Telagusova E.O., Smagulova A.M. Development of accounting and audit in banks of the second level.....	37
Амрахлы Э.М. Особенности таможенного оформления ликеро-водочных изделий.....	44
Amrakhly E.M. Features of customs registration of liker-vodka products.....	46
Есенбаева Г.С., Талгатбеков А.Т. Система управления взаимоотношениями с клиентами.....	50
Esenbaeva G.S., Talgatbekov A.T. System customer relationship management.....	51

Джакишева У.К., Гулимбетова Р.У. Ұйымның қаржылық жағдайын талдау.....	57
Dzhakisheva U.K., Gulimbetova R.U. Analysis of the financial condition of the organization.....	59
Тинасилов М.Д., Узакова С.А., Уркумбаева А.Р. Социально-психологические проблемы медицинского страхования.....	65
Tinasilov M.D., Uzakova S.A., Urkumbaeva A.R. Socio-psychological problems of health insurance.....	67
Файзуллина С.А., Айтжан А.Ш. Жабдықтаушылар мен мердігерлердің кредиторлық берешектер есебінің теориялық негіздері.....	75
Faizullina S.A., Aitzhan Sh.A. The theoretical basis of accounts payable with suppliers and contractors.....	77
Тинасилов М.Д., Картабай А.Т., Уркумбаева А.Р. Роль инжиниринга в нефтедобывающей промышленности.....	82
Tinasilov M.D., Kartabai A.T., Urkumbaeva A.R. The role of engineering in the oil industry.....	84

ЖАС ҒАЛЫМДАРДЫҢ МІНБЕСІ ТРИБУНА МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ

Курмантаева А.Ж. Управление малым и средним бизнесом Республики Казахстан.....	89
Kurmantaeva A.ZH. Management of small and medium business of the Republic of Kazakhstan.....	90

СОРБОННА-ҚАЗАҚСТАН ИНСТИТУТЫНЫҢ ЖАҢАЛЫҚТАРЫ НОВОСТИ ИНСТИТУТА СОРБОННА-КАЗАХСТАН

Bernard Chavance. Postsocialist institutional change: formal and infor-mal dimensions.....	101
---	------------

ХАБАРШЫ ВЕСТНИК

«Экономика» сериясы
Серия «Экономическая»
«Economic» series
№1(55)

Басуға 25.04.2018. Пішімі 60x84^{1\}₁₆.
Қаріп түрі «Тип Таймс» Сыктивкар қағазы.
Көлемі 7,625. Таралымы 300 дана.
Тапсырыс №165.

050010, Алматы қаласы, Достық даңғылы, 13.

Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университетінің
«Ұлағат» баспасының баспаханасында басылды