

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
№2 (72)

Алматы, 2022
Almaty, 2022

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
№ 2 (72)

Алматы, 2022
Almaty, 2022

Абай атындағы
Қазақ ұлттық педагогикалық
университеті

ХАБАРШЫ

«Экономика» сериясы,
№2 (72), 2022

2003 ж. бастап шығады.
Шығару жиілігі – жылына 4 нөмір

Бас редактор:
Б.Д. Иманбердиев –
экон.ғыл.д., профессор

Бас редактордың орынбасары:
А.С. Смагулов – экон.ғыл.д., профессор

Редакция алқасы:
К.Н. Нарисбаев – ҚР ҰҒА академигі,
экон.ғыл.д., профессор,
Г.Б. Нурлихина – экон.ғыл.д., профессор,
К.Р. Касенов – экон.ғыл.д., профессор,
Е.К. Калдыбаев – экон.ғыл.д., доцент,
Victor Pou Serradell – Phd doctor
universitat intarnacional de Catalunya
(Испания),

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

В. Рудзкене – ScD, Assoc. professor (Литва),

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

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

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

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

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

© Абай атындағы Қазақ ұлттық
педагогикалық университеті, 2022

Қазақстан Республикасының мәдениет
және ақпарат министрлігінде 2009 жылы
мамырдың 8-де тіркелген №10100-Ж

Басуға 18.11.2022. қол қойылды.
Пішімі 60x84 1/8. Көлемі 8.75 е.б.т.
Таралымы 300 дана. Тапсырыс 672.

050010, Алматы қаласы,
Достық даңғылы, 13.
Абай атындағы ҚазҰПУ

Абай атындағы Қазақ ұлттық
педагогикалық университетінің
«Ұлағат» баспасы

МАЗМҰНЫ
СОДЕРЖАНИЕ
CONTENT

ТЕОРИЯ ЖӘНЕ ӘДІСТЕМЕ
ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ

Тлеуова А.М., Канабекова М.А. Агроөнеркәсіп
кешенін жаңғыртудың қазіргі жағдайы..... 5

Тлеуова А.М., Канабекова М.А. Современное
состояние модернизации агропромышленного
комплекса

Tleuova A.M., Kanabekova M.A. The current state of
modernization of the agro-industrial complex

Изеев С.Н., Азбергенова Р.Б. Особенности
маркетинга в сфере услуг..... 10

Изеев С.Н., Азбергенова Р.Б. Қызмет көрсету
саласындағы маркетингтің ерекшеліктері

Izeyev S.N., Azbergenova R.B. Features of marketing
in the service sector

Саидов Б.Н., Арзикулова Р.К. Инвестиции и
инвестиционная деятельность..... 15

Саидов Б.Н., Арзикулова Р.К. Инвестициялар
және инвестициялық қызмет

Saidov B.N. Arzikulova R.K. Investments and
investment activities

Көпжасар М.Д., Исаева А.Т. Бөлшек сауда кәсіп-
орындарының маркетингтік қызметі жүйесінде
мерчандайзингті ұйымдастыруды жетілдіру..... 25

Көпжасар М.Д., Исаева А.Т. Совершенствование
организации мерчандайзинга в системе маркетин-
говой деятельности предприятий розничной
торговли

Kopzhasar M.D., Isaeva A.T. Improving the
organization of merchandising in the system of
marketing activities of retail enterprises

Алиева Л.Ю., Джакишева У.К. Методы
комплексного анализа финансовой отчетности..... 31

Алиева Л.Ю., Джакишева У.К. Қаржылық
есептілікті кешенді талдау әдістері

Alieva L. Yu., Dzhakisheva U.K. Methods of
complex analysis financial statement

МАКРОЭКОНОМИКАЛЫҚ РЕТТЕУ
МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОЕ
РЕГУЛИРОВАНИЕ

Сюй Гуанлэй, Джубалиева З.У. Состояние и
направления развития технологий управления
персоналом в компаниях..... 36

Казахский национальный
педагогический университет
имени Абая

ВЕСТНИК

Серия «Экономическая»
№2 (72), 2022

Выходит с 2003 года.
Периодичность – 4 номера в год

Главный редактор:
Иманбердиев Б.Д. –
д.э.н., профессор

Зам. главного редактора:
Смагулов А.С. – д.э.н., профессор

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

© Казахский национальный
педагогический университет
имени Абая, 2022

Зарегистрировано в Министерстве
культуры и информации Республики
Казахстан 8 мая 2009 г. №10100-Ж

Подписано в печать 18.11.2022.
Формат 60x84 1/8. Объем 8.75 уч.-изд.л.
Тираж 300 экз. Заказ 672.

050010, г. Алматы,
пр. Достык, 13. КазНПУ им. Абая

Издательство «Ұлағат» Казахского
национального педагогического
университета имени Абая

Сюй Гуанлэй, Джубалиева З.У. Компанияларда
қызметкерлерді басқару технологияларының
мәртебесі мен дамыту бағыттары
Xu Guanglei, Dzhubaliev Z.U. Status and
directions of development of hr management
technologies in companies

Жолдасова Г.И. Канабекова М.А. Дай Чанвэнь
Повышение конкурентоспособности предприятия.. 46
Жолдасова Г.И. Канабекова М.А. Дай Чанвэнь
Кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігін арттыру
Zholdassova G.I., Kanabekova M.A., Dai
Changwen Increasing the competitiveness of the
enterprise

Исаева А.Т. Государственное регулирование
социально-экономического развития региона..... 54
Исаева А.Т. Аймақтың әлеуметтік – экономика-
лық дамуын мемлекеттік реттеу
Issaeva A.T. State regulation of socio-economic
development of the region

Телагусова Э.О. Запасы организации: вопросы
учета и аудита..... 61
Телагусова Э.О. Ұйымның қорлары: есебі мен
аудиті сұрақтары
Telagussova E.O. Reserves of the organization:
accounting and audit issues

Жомартбаева Ж.А., Джакишева У.К. Методы
совершенствования системы управления
запасами..... 67
Жомартбаева Ж.А., Джакишева У.К. Қорларды
басқару жүйесін жетілдіру әдістері
Zhomartbayeva Zh.A., Dzhakisheva U.K. Methods
of improving the inventory management system

Ван Тяньши, Джубалиева З.У. Организационно-
экономические формы и тенденции развития
совместного предпринимательства в Китае..... 71
Ван Тяньши, Джубалиева З.У. Қытайдағы
бірлескен кәсіпорындардың ұйымдық-экономика-
лық формалары мен даму тенденциялары
Wang Tianshi, Z.U.Dzhubaliev Z.U. Organizational and
economic forms and development trends of joint
ventures in China

ЖАС ҒАЛЫМДАРДЫҢ МІНБЕСІ ТРИБУНА МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ

Маткаримова Л.К. Қазақстан экономикасын
технологиялық жаңғырту мүмкіндіктері..... 81
Маткаримова Л.К. Возможности технологичес-
кой модернизации экономики казахстана

**Kazakh national pedagogical
university named after Abai**

BULLETIN

**Series of «Economic»
№2 (72), 2022**

Periodicity – 4 numbers in a year.
Publishing from 2003.

Editor in chief:

B.D. Imanberdiev –

Doctor of economic Sciences, Professor

Deputy Editor:

A.S. Smagulov – *Doctor of economic
sciences, professor*

Editorial Board:

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)*

© **Kazakh national pedagogical
university after Abai, 2022**

The journal is registered by the
Ministry of Culture and Information RK
8 May 2009. №10100-Ж

Signed to print 18.11.2022.
Format 60x84 1/8. Volume – 8.75 publ. literature.
Edition 300 num. Order 672.

050010, Almaty, Dostyk ave., 13.
KazNPU after Abai

Publishing house «Ulagat» Kazakh National
Pedagogical University after Abai

Matkarimova L. Opportunities for technological
modernization of the economy of Kazakhstan

Сапарбаева А.М. Инвестиции в жилищное
строительство и меры государственной поддержки
в Казахстане..... 87

Сапарбаева А.М. Қазақстандағы тұрғын үй
құрылысына салынған инвестициялар және
мемлекеттік қолдау шаралары

Saparbayeva A.M. Investments in housing
construction and state support measures in Kazakhstan

Сырлыбаева М.Т. Мемлекеттік қызметті
жетілдіру жолдары..... 96

Сырлыбаева М.Т. Пути
государственной службы

Syrylybayeva M.T. Ways to improve public service

Авторлар туралы мәлімет..... 107

Сведения об авторах
Information about authors

ТЕОРИЯ ЖӘНЕ ӘДІСТЕМЕ ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ

МРНТИ 06.39.02

А.М.Тлеуова¹
М.А.Канабекова¹

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

АГРОӨНЕРКӘСІП КЕШЕНІН ЖАҢҒЫРТУДЫҢ ҚАЗІРГІ ЖАҒДАЙЫ

Аңдатпа

Елдің агроөнеркәсіптік кешенінде айтарлықтай нәтижелерге қол жеткізілді. Өндірістің тұрақты өсуі байқалады, жануарлардың өнімділігі, еңбек өнімділігі артады, негізгі қорлар жаңартылады, саланың инфрақұрылымы дамиды, негізгі азық-түлік өнімдері бойынша өзін-өзі қамтамасыз етуге қол жеткізілді, дәнді, майлы дақылдар, балық шаруашылығы өнімдерінің экспорты өсті. Аграрлық сектордың проблемаларын шешу үшін мемлекет отандық және сыртқы нарықтарда бәсекеге қабілетті жалпы өнім көлемін арттыруға, жаңа ауыл шаруашылығы объектілерін құруға бағытталған шаралар қабылдағанын атап өтеміз. Республиканың АӨК проблемалары анықталды, олардың шешімі агроөнеркәсіптік өндірісті табысты дамытуға ықпал ететін болады. Бұл, ең алдымен, саланы құрылымдық-технологиялық жаңғыртудың төмен қарқыны, нарықтық инфрақұрылымның қанағаттанарлықсыз деңгейі, ауыл шаруашылығындағы ұсақ тауарлылық, саланың қаржылық тұрақсыздығы, оның әлеуетін арттыруға инвестициялардың жеткіліксіз ағыны, білікті кадрлардың тапшылығы. Бұл аспектілерді аймақтық деңгейде қарастырудың маңызы зор екенін атап өтеміз. Мақалада Қазақстанның агроөнеркәсіптік кешенінің қазіргі жағдайы қарастырылған.

Түйін сөздер: агроөнеркәсіптік кешен, мал шаруашылығы, ауыл шаруашылығы, бағдарламалық құжат, қайта өңдеу салалары, инфрақұрылым

Тлеуова А.М.¹
Канабекова М.А..¹

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

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ МОДЕРНИЗАЦИИ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА

Аннотация

В агропромышленном комплексе страны достигнуты значительные результаты. Наблюдается постоянный рост производства, увеличивается продуктивность животных, производительность труда, обновляются основные фонды, развивается инфраструктура отрасли, достигнута самообеспеченность по основным продуктам питания, возрос экспорт зерновых, масличных культур, продукции рыболовства. Отмечаем, что для решения проблем аграрного сектора государством предприняты меры, направленные на рост объемов валовой продукции, конкурентоспособной на отечественном и внешнем рынках, создание новых сельскохозяйственных объектов. Выявлены проблемы АПК республики, решение которых будет способствовать успешному развитию агропромышленного производства. Это, прежде всего, низкие темпы структурно-технологической модернизации отрасли, удовлетво-

рительный уровень рыночной инфраструктуры, мелкотоварность в сельском хозяйстве, финансовая неустойчивость отрасли, недостаточный приток инвестиций на наращивание ее потенциала, дефицит квалифицированных кадров. Отмечаем, что важное значение имеет рассмотрение этих аспектов на региональном уровне. В статье рассмотрено современное состояние агропромышленного комплекса Казахстана.

Ключевые слова: агропромышленный комплекс, животноводство, сельское хозяйство, программный документ, перерабатывающие отрасли, инфраструктура

Tleuova A.M.¹

Kanabekova M.A.¹

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

THE CURRENT STATE OF MODERNIZATION OF THE AGRO-INDUSTRIAL COMPLEX

Abstract

Significant results have been achieved in the agro-industrial complex of the country. There is a constant increase in production, animal productivity and labor productivity are increasing, fixed assets are being updated, the infrastructure of the industry is developing, self-sufficiency in basic foodstuffs has been achieved, exports of cereals, oilseeds, and fishing products have increased. We note that in order to solve the problems of the agricultural sector, the state has taken measures aimed at increasing the volume of gross output competitive in the domestic and foreign markets, creating new agricultural facilities. The problems of the agro-industrial complex of the republic have been identified, the solution of which will contribute to the successful development of agro-industrial production. These are, first of all, low rates of structural and technological modernization of the industry, an unsatisfactory level of market infrastructure, small-scale agriculture, financial instability of the industry, insufficient inflow of investments to increase its potential, shortage of qualified personnel. We note that it is important to consider these aspects at the regional level. The article considers the current state of the agro-industrial complex of Kazakhstan.

Key words: agro-industrial complex, animal husbandry, agriculture, program document, processing industries, infrastructure

Тәуелсіздік алған сәттен бастап Қазақстан, басқа посткеңестік мемлекеттер сияқты, экономиканы жаңғыртуға және халық шаруашылығының барлық секторларын реформалауға кірісті. Бұл кезең Агроөнеркәсіптік кешендегі жаңа меншік нысандары мен бизнес-құрылымдардың дамуымен сипатталатын ауыл шаруашылығының дамуындағы жаңа кезеңнің қалыптасуының бастамасы болды. [1]

Аграрлық сектор соңғы жылдардағы өсудің оң динамикасына қарамастан әлі де көптеген келеңсіз үрдістер еңсерілмеген отандық экономиканың рентабельді секторларының қатарында қалып отыр.

1991 жылы Қазақстанның агроөнеркәсіп кешені ЖІӨ-нің үштен бірін дерлік (29,5%) қамтамасыз етсе, бүгінгі таңда агроөнеркәсіп кешені жалпы ішкі өнімнің 4,4%-ға жуығын ғана өндіреді. Негізгі мәселе, сарапшылардың бағалауы бойынша, ауыл шаруашылығы саласын мемлекеттік реттеу жүйесінің жетілдірілмегендігінде.

Агроөнеркәсіп кешенінің дамытудың көптеген арнайы бағдарламаларын жүзеге асыру бұл саланың жағдайын жақсартуға айтарлықтай әсер еткен жоқ.

Қазақстанда Тәуелсіздік жылдарында агроөнеркәсіп кешені және ауылдық аумақтарды дамытуға бағытталған тоғыз бағдарламалық құжат қабылданды:

1) 1991-1995 жылдарға және 2000 жылға дейінгі кезеңге арналған «Ауыл» әлеуметтік-экономикалық даму бағдарламасы;

2) Агроөнеркәсіптік кешенді дамытудың 1993-1995 жылдарға және 2000 жылға дейінгі тұжырымдамалық бағдарламасы;

3) Ауыл шаруашылығы өндірісін дамытудың 2000-2002 жылдарға арналған бағдарламасы;

4) 2003-2005 жылдарға арналған мемлекеттік агроазық-түлік бағдарламасы;

5) Ауылдық аумақтарды дамытудың 2004-2010 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасы;

6) Агроөнеркәсіптік кешенді тұрақты дамытудың 2006 - 2010 жылдарға арналған тұжырымдамасы;

7) Қазақстан Республикасының агроөнеркәсіптік кешенін тұрақты дамытудың 2006 - 2010 жылдарға арналған тұжырымдамасын іске асыру жөніндегі бірінші кезектегі шаралар бағдарламасы ;

8) Агроөнеркәсіптік кешенді дамытудың 2010 - 2014 жылдарға арналған бағдарламасы;

9) Қазақстан Республикасындағы агроөнеркәсіптік кешенді дамытудың «Агробизнес-2017» бағдарламасы (бастапқы атауы Қазақстан Республикасында агроөнеркәсіптік кешенді дамытудың 2013-2020 жылдарға арналған «Агробизнес-2020» бағдарламасы).

10) Қазақстан Республикасының агроөнеркәсіптік кешенін дамытудың 2017-2021 жылдарға арналған жаңа жаңартылған Мемлекеттік бағдарламасы

11) Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2017 жылғы 29 қарашадағы Қазақстан Республикасының агроөнеркәсіптік кешенін дамытудың 2021-2025 жылдарға арналған ұлттық жобасы (бұдан әрі – ұлттық жоба) іске асырылуда.

Бағдарламалардың барлығында дерлік агроөнеркәсіп кешенінің бәсекеге қабілеттілігін арттыру басты мақсат болды. Сонымен қатар, осы жылдар ішінде агроөнеркәсіптік кешенді дамытудың басым бағыттары жиі өзгерді, мемлекеттік қолдау жүйесі, субсидиялау ережелері, жергілікті ауыл шаруашылығы өнімдерінің экспортын қолдау бағыттары қайта қаралды. Аграрлық секторға қомақты бюджеттік қаражаттың бөлінуі нақты оң нәтижелер әкелмеді, оның көмегімен инвестицияның тиімділігін бағалауға болады. Аграрлық сектор соңғы жылдардағы өсудің оң динамикасына қарамастан әлі де көптеген келеңсіз үрдістер еңсерілмеген отандық экономиканың рентабельді секторларының қатарында қалып отыр. [2]

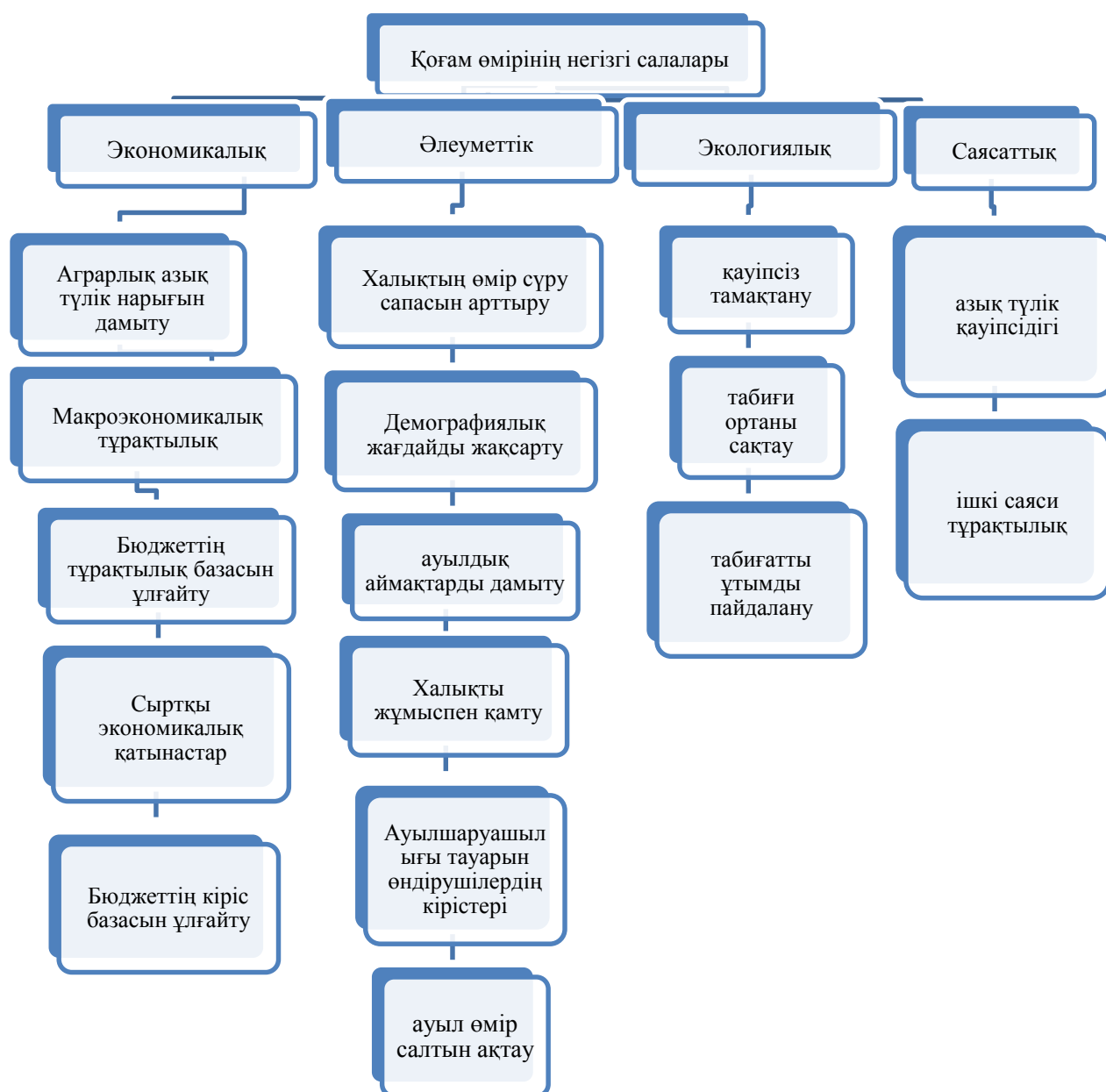
Агроөнеркәсіптік кешен (АӨК) ең ауқымды салааралық кешен болып табылады, оның мақсаты ауыл шаруашылығы шикізатын өндіру және қайта өңдеу, содан кейін бастапқы өнімді түпкілікті тұтынушыға жеткізу болып табылады.

АӨК төрт ірі бағытты қамтиды:

- Ауыл шаруашылығы;
- Қолдау салалары (ауыл шаруашылығы машиналарын жасау, тыңайтқыштар, химиялық заттар өндірісі);
- Қайта өңдеу салалары (тамақ және жеңіл өнеркәсіп);
- Инфрақұрылым (ауыл шаруашылығы шикізатын дайындаумен, тасымалдаумен, сақтаумен, дайын өнімді сатумен, кадрлар даярлаумен айналысатын өндірістер).[3]

Сонымен қатар агроөнеркәсіптік кешеннің қоғамның экономикалық, әлеуметтік, экологиялық және саяси өміріндегі рөлі өте зор (сурет. 1). АӨК жағдайы негізінен өңірдің азық-түлік қауіпсіздігі (өзін-өзі қамтамасыз ету) деңгейін, оның саяси және экономикалық тұрақтылығын айқындайды. Ауыл шаруашылығы бар халықты сапалы азық-түлікпен қамтамасыз етуде, табиғи ортаны сақтауда үлкен маңызға ие.

Еліміздің қала халқының саны 59,1% - это құрайды-бұл 11,1 млн адам, ал қазақстандық ауылдарда ел халқының 40,9% - ы тұрады, бұл 7,7 млн адам. Бұл көрсеткіш Қазақстан ауылдарының тарихи-мәдени әлеуетін сақтаудың, демографиялық жағдайды жақсартудың, жұмыссыздық пен әлеуметтік шиеленісті төмендетудің, өмір сүру деңгейі мен сапасын арттырудың негізі болып табылады. [4]



Сурет 1. Экономикадағы АӨК рөлі (И. Г. Ушачев бойынша құрастырылған [5])

Агроөнеркәсіп кешенін жаңғырту дегеніміз машиналар, жабдықтар, технологиялық процестер. Жаңғырту процестерінің күрделі құрамдас бөліктерін де ескеру қажет, олар мыналарды қамтиды:

- ұдайы өндірісті интенсификациялауды, трансформациялық процестерді анықтауды көздейтін экономикалық жаңғырту;
- белгілі бір саяси құралдарды жасауда көрінетін саяси модернизация;
- әлеуметтік модернизация, динамикалық әлеуметтік жүйе, ашық қоғамды қалыптастыру;
- ресурстарды үнемдейтін ауыл шаруашылығы технологияларына жоғары кәсіби көзқарасты, кешеннің ғылыми сыйымдылығын, жоғары корпоративтік мәдениетті, білім экономикасы контекстіндегі аумақтық-ұйымдастырушылық экономикалық қатынастарды білдіретін мәдени жаңғырту. [6]

Кесте 1. Қазақстан Республикасының ауыл шаруашылығы өнімдерінің жалпы шығарылымы (млн.тг)

Көрсеткіштер	2019	2020	2021	Өсу қарқыны	
				2020/2019 %	2021/2020 %
Ауылшаруашылығы өнімдерінің жалпы шығарылымы	5 151 163,0	6 334 668,8	7 515 433,5	23,0	18,6
Өсімдік шаруашылығының жалпы өнімі	2 817 660,6	3 687 310,3	4 387 236,5	30,8	19,0
Мал шаруашылығының жалпы өнімі	2 319 496,7	2 637 460,7	3 116 973,5	13,7	18,1
Ауылшаруашылығы салаларындағы қызметтер	14 005,7	9 897,9	11 223,4	(29,3)	13,3

Кестеде ҚР ауыл шаруашылығы өнімдерінің жалпы шығарылымы 2021ж дерек бойынша 7 515 433,5 млн тг құрады. Алдыңғы жылмен салыстырғанда 18,6 пайызға өскен. Оның ішінде өсімдік шаруашылығының үлесі 19 пайызды құраса, мал шаруашылығының үлесі 18,1 пайызды құрайды.

Қазақстан Республикасы Ауыл шаруашылығы министрлігінің деректері бойынша 2015 жылғы 1 қаңтардағы жағдай бойынша 154 мыңға жуық трактор болған, оның ішінде 126 мыңға жуығы (82%) доңғалақты, 16,5 мыңы (10,7%) энергиямен қаныққан К-700 және К-744р 5-класты ресейлік тракторлар, 77,2 мыңы (50%) Беларусь тракторлары барлық модификациядағы МТЗ өндірген, 28,6 мың шынжыр табанды тракторлар, оның ішінде 17,3 мың (11,2%) ДТ-75М тракторлар. Әр түрлі елдердің (Қытай, АҚШ, Италия, Германия, Канада) және фирмалардың (Foton, John Deere, Challenger, Lamborghini, New Holland, Versatile-Buhler, Case, CLAAS) өндірісінің тоғыз маркасы ұсынылған.

Парктегі астық жинайтын комбайндар 44,3 мың, оның ішінде 18,7 мыңы (42%) – "Енисей-1200" және "Енисей-950 Руслан", 15 мыңы (34%)-"Нива" СК-5А, 2,5 мыңы (5,7%) – "Вектор", 1 мыңы (2,2%) – "Дон-1500". Алыс шетелде (АҚШ, Германия, Италия, Канада, Финляндия) өндірілген комбайндардың 4,6 мың он түрлі маркасы бар (John Deere, Case, CLAAS, New Holland, Sampro және т.б.).

Жем жинайтын комбайндар – Беларусь, Украина, Германия, АҚШ-тан 1,65 мың (маркалары: ПИК-100, КПИ-2,4, Jaguar 830 және 850, John Deere 7200 және т.б.).

Дәнді дақылдарды өндірудің нөлдік және минималды технологияларын қолданудың кеңеюіне байланысты егіс кешендеріне сұраныс күрт өсті. Олардың саны 3328 дана. он алты бренд: Morris Maxim, Case, New Holland, Bourgault, Flexi-Coil, Buhler, John Deere, "Кузбасс", Concord және т. б.

Парктегі астық сепкіштердің 90,6 мыңы, Қазақстан мен Ресей өндірген 6,5 мың жазық кескіштер, 5 мыңға жуық бүріккіштер, оның ішінде алыс шетелде өндірілген 110 дана (2%).

Талдау тракторлардың, комбайндардың, егіс кешендерінің және басқа да техникалардың алуан түрлілігін көрсетеді, бұл оған қызмет көрсетуді қиындатады.

Өндірістің энергиямен жабдықталуы 100 га егістікке 123 кВт құрайды. Алайда, бұл көрсеткішке жыл сайын 400 млн. мемлекеттік және жеке қаражат. Сонымен қатар, техника, әдетте, қабылдау, бейімделу және салыстырмалы сынақтардан өтпестен шетелден әкелінеді. 1990 жылы 1000 га егістікке 13 трактор мен 6 астық жинайтын комбайн, ал 2014 жылы тек 5,8 трактор мен 2,9 комбайн келді. [7]

Қазақстанда АӨК-дегі жалпы өндіріс көрсеткіштерінің және негізгі өнім бағасының тұрақты өсуі байқалады, алайда бағаның айтарлықтай өсуі саланы дамыту әлеуетін кәсіпорындарды дербес жаңғырту үшін мүмкіндіктерді төмендетеді. Демек, бүгінгі таңда ең

жақсы әдіс—бұл мемлекеттің араласуы болып табылады. Салаларды жаңғырту процесіне жетекшілік ету, әсіресе АӨК қайта өңдеу салаларына. Бұл әдіс үшін барлық мемлекеттік органдар, жеке субъектілер арасындағы тік және көлденең байланыстардың реттелген жүйесі үшін қажет. Бүгінгі таңда өзара іс-қимылдың ашық, біріздендірілген көлденең жолы жоқ, мәселелердің барлығын ауыл шаруашылығы министрлігі мен Ұлттық экономика министрлігінің жекелеген бастамалары шеңберінде шешілуде.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі

1. Об утверждении национального проекта по развитию агропромышленного комплекса Республики Казахстан на 2021 - 2025 годы

2. Информационно-аналитический обзор к парламентским слушаниям на тему: «Вопросы развития агропромышленного комплекса» г. Нур-Султан, февраль 2020 года

3. Сыздықбаева Н.Б. Роль агропромышленного комплекса в экономике Казахстана // Экономика: стратегия и практика. 2018. № 4 (48), г. Талдықорган

4. Ускова Т.В. Агропромышленный комплекс региона: состояние, тенденции, перспективы [Текст]: монография / Т.В. Ускова, Р.Ю. Селименков, А.Н. Чекавинский. – Вологда: ИСЭРТ РАН, 2013. – 136 с.

5. Ушачев, И.Г. Сельское хозяйство как базовый фактор продовольственной безопасности России / И.Г. Ушачев // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2010. – № 8. – С. 13-15.

6. Борщ Л.М. Объективная необходимость модернизации АПК: вызов времени прорывных технологий // Научный вестник: Финансы, банки, инвестиции - 2018 - №3

7. Голиков В.А., Усманов А.С., Рзалиев А.С. Анализ структуры машинно-тракторного парка Казахстана и перспективы развития сельхозмашиностроения // Журнал «Тракторы и сельхозмашины» №11 ноябрь 2015 г.

МРНТИ 71.33.75

С.Н. Изеев¹

Р.Б. Азбергенова¹

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

ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГА В СФЕРЕ УСЛУГ

Аннотация

Рынок услуг характеризуется высокой степенью конкуренции, усиливающейся за счет постоянного роста числа организаций, предоставляющих услуги в условиях территориальной близости. Продукты все больше становятся стандартизированными, услуги унифицируются, поэтому для удержания потребителя необходима индивидуализация отношений с ним, что возможно только на основе долгосрочного взаимодействия. Все это усиливает роль и значимость маркетинговой деятельности организаций сферы услуг, направленной на привлечение потребителей.

Услуга как вид деятельности существует давно. В конце 60-х – начале 70-х гг. XX в. сфера услуг развитых стран стала приносить ВВП примерно столько же, сколько промышленный и аграрный сектор экономики вместе взятые.

В данной статье определены роль и особенности понимания маркетинговой деятельности в сфере услуг в контексте эволюции экономической мысли. Рассматриваются различные

модели маркетинга в сфере сервиса, применимые к различным этапам становления и развития сферы сервиса.

Ключевые слова: маркетинг, рынок услуг, туризм, рекреация, социально-культурный сервис, маркетинг в сфере услуг, специфика маркетинга, принципы маркетинга.

С.Н. Изеев¹

Р.Б. Азбергенова¹

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

ҚЫЗМЕТ КӨРСЕТУ САЛАСЫНДАҒЫ МАРКЕТИНГТІҢ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ

Аңдатпа

Бүгінгі таңда қызмет нарығы бәсекелестіктің жоғары деңгейімен сипатталады. Бұл жағдай қызмет саласында қызмет ететін компаниялардың санының артуы есебінен жылдан жылға күшейіп келеді. Ұсынатын өнімдер барған сайын ұқсастық сипаттары да артып келеді, қызмет түрлері унификацияланып келеді. Сондықтанда, тұтынушыларды ұстап қалу мақсатында олармен қарым-қатынасты әрбір тұтынушының дара ерекшелігін ескеріп жасау керек, ал бұл өз кезеңінде өндірушімен тұтынушы арасында ұзақ мерзімді қарым-қатынасты орнатуға мүмкіндік береді. Бұның барлығы сервис саласында кәсіпкерлік қызметті атқаратын компаниялардың маркетингтік қызметінің рөлін арттырады.

Сервис қызмет түрі ретінде адамзат тарихында бұрыннан белгілі. 60-шы жылдардың соңында – 70 жылдардың басында дамыған елдер экономикасында қызмет сферасы аграрлық және өнеркәсіптік секторлар сияқты ЖІӨ өсіміне өз үлесін қосып отырды.

Берілген мақалада экономикалық ойдың эволюциясы тұрғысынан қызмет саласындағы маркетингтік қызметтің рөлі және ерекшелігі анықталған. Сондай-ақ сервис сферасындағы маркетингтің әр түрлі моделдері қарастырылған.

Түйін сөздер: маркетинг, қызмет көрсету нарығы, туризм, демалыс, әлеуметтік-мәдени қызмет көрсету, қызмет көрсету саласындағы маркетинг, маркетингтің ерекшеліктері, маркетинг принциптері.

Izeyev S.N.¹

Azbergenova R.B.¹

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

FEATURES OF MARKETING IN THE SERVICE SECTOR

Abstract

The service market is characterized by a high degree of competition, which is intensified due to the constant growth in the number of organizations providing services in the conditions of territorial proximity. Products are becoming more and more standardized, services are being unified, therefore, in order to retain the consumer, it is necessary to individualize relations with him, which is possible only on the basis of long-term interaction. All this enhances the role and significance of the marketing activities of service organizations aimed at attracting consumers.

Service as a type of activity has existed for a long time. In the late 60s - early 70s. 20th century The service sector of developed countries began to bring GDP about the same as the industrial and agricultural sectors of the economy combined.

This article defines the role and features of understanding marketing activities in the service sector in the context of the evolution of economic thought. Various models of marketing in the service sector are considered, applicable to various stages of the formation and development of the service sector.

Keywords: marketing, services market, tourism, recreation, social and cultural service, marketing in the service sector, marketing specifics, marketing principles.

Сфера услуг стала важным направлением роста экономики страны. В развитых странах до 70 % валового внутреннего продукта производится в сфере услуг, при этом ежегодные темпы роста сферы услуг составляют более 15%, что значительно превышает темпы роста в сфере торговли (6-8 %).

Первые исследования в области маркетинга услуг появились в начале 70-х и осуществлялись преимущественно западными экономистами.

Одна из самых ранних докторских диссертаций по маркетингу услуг датируется 1969 годом. Ее написал Эжен Джонсон в Вашингтонском университете (США). Примечательно, что для того времени название диссертации носило почти риторический характер: «Отличаются ли товары вещной формы и услуги? Упражнение по теории маркетинга». Примечательность заключается в том, что сегодня ответ на этот риторический вопрос является общеизвестной истиной и известен каждому студенту в виде «четырёх НЕ», характеризующих услугу как товар [1].

В 1972 г. другой американский исследователь Вильям Джордж завершил докторскую диссертацию в Университете Джорджии (США). Название диссертации говорит само за себя: «Маркетинг в индустриях услуг». Научным руководителем В. Джорджа был профессор Хайрам Баксдейл. Вместе они опубликовали результаты своего исследования в 1974 г. в авторитетном журнале *Journal of Marketing* [2].

Из ранних европейских диссертаций, посвященных маркетингу услуг, следует отметить исследования скандинавских ученых. Эверт Гаммессон, который в настоящее время преподаёт маркетинг в Стокгольмском университете, защитил в 1977 г. диссертацию по теме «Маркетинг и приобретение профессиональных услуг» [3].

За рубежом на сегодня существует около 70 научно-исследовательских групп в вузовских структурах, изучающих менеджмент и маркетинг услуг.

Несмотря на важность отрасли услуг, теоретическая концепция маркетинга услуг в Казахстане начала развиваться с начала 90-х годов. Такое положение можно объяснить тем, что концепция марксистской теории отдавала предпочтение, прежде всего материальному производству, а сфера услуг игнорировалась как самостоятельное направление экономики. Кроме того, идеологическая концепция пролетариата как авангарда социалистического общества, вероятно, не могла не рассматривать теорию услуг, как самостоятельную отрасль деятельности, в силу того, что теория услуг несет в себе еретическую идею обслуживания кого-то, противоречащая идее освобождения труда.

К настоящему моменту в Казахстане сложились несколько центров исследования маркетинга услуг, а также вышли коллективные труды отечественных исследователей.

Несмотря на повышенное внимание экономической науки к сфере услуг, до сих пор отсутствует единое мнение относительно маркетинга услуг. По определению, маркетинг — это концепция производства, в основе которой лежит ориентация производителя товара на потребности пользователя. Цель маркетинга — обеспечить стабильную прибыль и развитие бизнеса — может быть достигнута с помощью системы прикладных знаний, формализующей поступательный процесс взаимодействия производителя товара и покупателя. В этой системе имеют большое значение такие процессы, как обмен информацией между производителем и потребителем, оценка макро-и микросреды, в которой действует фирма, оценка

возможностей самой фирмы. Х. Ворачек утверждает, что завершенной теории маркетинга услуг в настоящее время пока не существует и, возможно, она и не будет создана. Речь может идти скорее о ряде теоретических положений, которые освещают маркетинг услуг с различных точек зрения [4, с. 99].

Часть экономистов придерживаются мнения, что маркетинг услуг не должен чем-либо отличаться от маркетинга материально-вещественных товаров. Они утверждают, что между товарами и услугами не столь большая разница, чтобы учитывать ее при разработке и проведении маркетинговых мероприятий. Так, М. Кляйнальтенкамп считает, что разделение маркетинга вещей и маркетинга услуг нецелесообразно по следующим причинам:

1) различие проводится по исключительно спорному критерию (материальность продукции);

2) большая часть реализуемых на практике сбытовых процессов заранее сориентирована на услуги или характеризуется «типичными» признаками маркетинга услуг, что выражается, например, в сбыте намечаемой к производству, а не готовой продукции, а также в процессах интеграции внешних, то есть предоставляемых клиентом, факторов производства [5, с. 106].

Ряд авторов, таких, как Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз, приводит следующее определение понятия маркетинга услуг: «управляемый социальный процесс, посредством которого индивидуумы и группы людей приобретают то, в чем нуждаются и что хотят получить, обмениваясь с другими созданными продуктами и ценностями» [6, с. 17].

Другая часть исследователей убеждены, что специфика услуг, например их процессный характер, неосязаемость, невозможность хранения и транспортировки, находит свое отражение в системе маркетинга, которую использует предприятие сферы обслуживания.

Такой позиции придерживаются В. Зейтхамл и М. Битнер. Они считают, что главная причина создания особого комплекса маркетинговых коммуникаций в сервисных фирмах — необходимость демонстрировать заказчику высочайшее качество той услуги, которую он собирается приобрести.

Признанный лидер Северной школы маркетинга услуг К. Гренроос также придерживается этого мнения. Он приводит и другие причины создания особой системы маркетинга в сервисной фирме. Прежде всего, покупатель присутствует (участвует) в процессе оказания услуги, и процесс оказания услуги для него настолько же важен, как и результат. Это обуславливает особые требования к персоналу и системе контроля качества. Невозможность хранения услуг требует точных расчетов возможностей предприятий в сфере услуг.

Таким образом, мы можем отметить существование противоречивых суждений о теории маркетинга услуг, которые связаны со следующими причинами сложности выведения определения услуги:

1. К услугам относятся все экономические блага, которые нельзя отнести к сельскому хозяйству или промышленному производству.

2. К услугам относятся многочисленные и разнообразные действия, направленные на различные объекты.

3. Эти многочисленные и разнообразные действия относятся существующей официальной статистикой к одному классу экономических благ.

4. Услуга — гибкий объект, границы которого легко меняются.

Наличие этих фактов стало причиной неоднозначного отношения к маркетингу услуг и появления различных теоретических моделей маркетинга услуг.

В зарубежных исследованиях, посвященных актуализации маркетинга услуг существуют несколько признанных теоретических моделей, авторами которых являются такие ученые, как Д. Ратмела, П. Эйглие, Е. Лангеард, К. Гренроос, М. Битнер, Ф. Котлер. Они характеризуют специфику понимания маркетингового процесса в сфере сервиса.

Модель Д. Ратмела. Первой актуализацией маркетинга услуг принято считать модель, созданную Д. Ратмелом в 1974 году.

В этой модели производственный сектор разбивается на три вполне самостоятельных процесса: 1) производство товаров; 2) маркетинг произведенных товаров; 3) потребление этих товаров.

Маркетинг в этой модели присутствует на этапах производства и потребления услуг, поскольку эти процессы нередко происходят одновременно. В рамках модели определилась необходимость изучать спрос на услуги и потребности клиентов. Появился первый коммуникационный элемент - взаимодействие покупателя и продавца. Недостатком модели является неопределенность содержания процесса маркетинга, нечеткость определения цикла маркетинга услуг.

Модель П. Эйглие и Е. Лангеарда (1976 год). Модель, названная П. Эйглие и Е. Лангеард «сервакшн», или «обслуживание в действии», подчеркивает не только одновременность производства и потребления услуги, но и ее неосязаемость. Процесс взаимодействия покупателя и продавца в модели Д. Ратмела обозначается как новая функциональная маркетинговая задача, требующая внимания, а в модели П. Эйглие и Е. Лангеард – это попытка рассмотреть то, что, происходит в процессе такого взаимодействия.

Основные элементы модели «сервакшн»: 1) процесс обслуживания, 2) организация услуг, 3) потребитель А, 4) потребитель Б.

Модель К. Гренрооса. К. Гренроос является наиболее известным представителем Северной школы маркетинга услуг «Нордик скул».

К. Гренроос вводит понятие «интерактивный маркетинг». Он направлен на процесс взаимодействия потребителя и персонала фирмы в процессе оказания услуг. Главная цель интерактивного маркетинга — это создание и поддержание качественных стандартов обслуживания. Важная роль отводится таким факторам как качественный процесс обслуживания и поведение персонала, оказывающего услуги. Для воздействия на них автор предлагает использовать два дополнительных инструмента - «функционально-инструментальную модель качества обслуживания» и «внутренний маркетинг».

Недостатком указанной модели является отсутствие конкретных технологий в рамках маркетинг-микса услуг, неструктурированность модели. Положительной чертой является дальнейший анализ терминов, касающихся современной концепции маркетинга услуг.

Модель М. Битнер. М. Битнер была разработана модель маркетинга услуг, которая по своей сути суммировала накопленные до этого знания. Как известно, американская модель товарного маркетинга включает в себя «4Р»: продукт (product), который предлагается рынку, место (place) - дистрибуция, деятельность, делающая товар доступным потребителю, ценообразование (price), продвижение (promotion). М. Битнер введены в модель дополнительные «Р», включающие в себя помимо основных «4Р» также:

- людей, связанных с предоставлением услуги - People, Personnel;
- процесс оказания услуги - Process;
- физический атрибут - PhysicalEvidense - материальное подтверждение или выражение факта оказания услуги.

Эти элементы комплекса маркетинга услуг должны находиться под постоянным контролем менеджеров организаций сферы услуг [<http://scienceproblems.ru/modeli-marketinga-uslug.html>].

Модель Ф. Котлера. Взяв за основу исследования коммуникационных процессов внутри организации и концепции маркетинга отношений, Котлер предлагает различать три взаимосвязанных компонента в маркетинге услуг: 1) руководство фирмы; 2) контактный персонал; 3) потребителей [6]. В соответствии с этой моделью три ключевых компонента

образуют три контролируемых звена: 1) фирма-потребитель; 2) фирма-персонал; 3) персонал-потребитель.

Элементы традиционного маркетинга направлены на звено «фирма-потребитель» которое связано с вопросами ценообразования, коммуникаций и каналами распространения. На звено «фирма-персонал» направлена деятельность в рамках внутреннего маркетинга, она связана с мотивацией персонала на качественное обслуживание потребителей. Деятельность в рамках интерактивного маркетинга направлена на звено «персонал-потребитель» и ориентирована на контроль качества оказания услуги, происходящий в процессе взаимодействия персонала и потребителей.

Обращаясь к теоретико-методологическим вопросам маркетинга, можно констатировать, что создание теории и методологии маркетинга в основном завершено, и главные направления развития данной концепции в ближайшее десятилетие будут находиться в практической плоскости. Безусловно, возможны появление новых определений и моделей маркетинга, конкретизация и дополнение его принципов и методов, продиктованных реалиями экономической ситуации, однако такое развитие теории маркетинга не носит принципиального характера и скорее представляет интерес для теоретиков, а не для практических работников.

Список использованной литературы

1. Новаторов Э.В., Становление маркетинга услуг как самостоятельной научной дисциплины за рубежом // *Маркетинг в России и за рубежом*. – 2002. - № 4
2. George, W. *Marketing in the Service Industries: Unpublished Ph.D. dissertation*. — Georgia University, 1972.
3. Gummesson, E. *The Marketing and Purchasing of Professional Services, Stockholm*. — Marketing Technology Center, 1977.
4. Ворачек Х. *О состоянии «теории маркетинга услуг» // Проблемы теории и практики управления*. — 2002. — № 1.
5. Кляйнальтенкамп М. *Синергетический потенциал исследований в области маркетинга промышленных товаров и услуг // Проблемы теории и практики управления*. — 2002. — № 1.

МРНТИ 06.52.33

Б.Н. Саидов¹

Р.К. Арзикулова¹

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

ИНВЕСТИЦИИ И ИНВЕСТИЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Аннотация

С точки зрения предприятия, инвестиция представляет собой вложение денежных средств, капитала и характеризуется тем, что средства вкладываются до получения результата. Инвестируются средства на приобретение оборудования, в научно-исследовательские работы, с целью приобретения акции, облигации, ценных бумаг. Денежные средства в виде капитальных вложений направляются на приобретение новой техники и технологии, совершенствование действующей технологии, модернизацию и техническое перевооружение предприятий.

Рыночная экономика предполагает выбор наиболее оптимального направления инвестиционной деятельности каждого предприятия. Выбор же всегда останавливается на том, что представляет собою минимум риска и максимум

положительного эффекта. Одним из основных условий хозяйственной деятельности является постоянное обновление и совершенствование всех элементов производства. Все эти обстоятельства возникают с изменениями конъюнктуры рынка. Поэтому постоянно присутствуют проблемы, как преобразовать существующую структуру производства, какая структура нужна в будущем.

Ключевые слова: инвестиции, инвестиционная деятельность, виды инвестиций, типы инвестиций, источники финансирования, капитал

Б.Н. Саидов¹

Р.К. Арзикулова¹

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

ИНВЕСТИЦИЯЛАР ЖӘНЕ ИНВЕСТИЦИЯЛЫҚ ҚЫЗМЕТ

Аңдатпа

Кәсіпорын тұрғысынан инвестиция ақша қаражаттарын, капиталды инвестициялау болып табылады және қаражат нәтижеге жеткенге дейін салынатындығымен сипатталады. Акцияларды, облигацияларды, бағалы қағаздарды сатып алу мақсатында жабдықтарды сатып алуға, ғылыми-зерттеу жұмыстарына қаражат инвестицияланады. Күрделі салымдар түріндегі ақша қаражаты жаңа техника мен технологияларды сатып алуға, қолданыстағы технологияларды жетілдіруге, кәсіпорындарды жаңғыртуға және техникалық қайта жарақтандыруға бағытталады.

Нарықтық экономика әр кәсіпорынның инвестициялық қызметінің ең оңтайлы бағытын таңдауды қамтиды. Таңдау әрқашан тәуекелдің минимумы және максималды оң әсер ететін нәрсеге тоқталады. Экономикалық қызметтің негізгі шарттарының бірі-өндірістің барлық элементтерін үнемі жаңарту және жетілдіру. Осы жағдайлардың барлығы нарық жағдайының өзгеруімен туындайды. Сондықтан үнемі проблемалар бар, қолданыстағы өндіріс құрылымын қалай өзгерту керек, болашақта қандай құрылым қажет.

Түйін сөздер: инвестициялар, инвестициялық қызмет, Инвестициялар түрлері, Инвестициялар түрлері, қаржыландыру көздері, капитал

Saidov B.N.¹

Arzikulova R.K.¹

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

INVESTMENTS AND INVESTMENT ACTIVITIES

Abstract

From the point of view of an enterprise, an investment is an investment of money, capital and is characterized by the fact that funds are invested until the result is obtained. Funds are invested for the purchase of equipment, in scientific research, in order to purchase shares, bonds, securities. Funds in the form of capital investments are directed to the acquisition of new equipment and technology, improvement of existing technology, modernization and technical re-equipment of enterprises.

The market economy presupposes the choice of the most optimal direction of investment activity of each enterprise. The choice always stops at what represents a minimum of risk and a maximum of positive effect. One of the main conditions of economic activity is the constant updating and improvement of all elements of production. All these circumstances arise with changes in market

conditions. Therefore, there are always problems of how to transform the existing production structure, which structure is needed in the future.

Keywords: investments, investment activity, types of investments, types of investments, sources of financing, capital

Термин "*инвестиции*" происходит от латинского слова "invest", что означает "вкладывать"[1]. В более широкой трактовке инвестиции представляют собой вложения капитала с целью последующего его приумножения. При этом прирост капитала должен быть достаточным для того, чтобы скомпенсировать коммерческому банку инвестору, отказ от использования имеющихся финансовых ресурсов для вложения в другие альтернативные инструменты на денежном рынке, вознаградить его за риск и возместить потери от инфляции в предстоящем инвестиционном периоде.

Обзор отечественной и зарубежной экономической литературы, посвященной теоретическим вопросам инвестиционной деятельности, показывает, что существуют различные определения понятия "инвестиции".

В обыденной речи часто под инвестициями понимают любые вложения средств. Этот подход распространился и на многие экономические издания. Так, авторы сборника "Портфель приватизации и инвестирования" пишут: "Понятие "инвестиционная деятельность" используется для широкого круга явлений, связанных с вложениями финансовых ресурсов в различные активы с целью получения доходов в краткосрочной или долгосрочной перспективе. В зависимости от характера активов, являющихся объектами инвестиционной деятельности, выделяются инвестиции в материальные активы, или реальный капитал, и в нематериальные активы"[2].

Авторы учебника "Экономикс" Кэмпбелл Р. Макконнелл и Стэнли Л.Брю дают следующее определение: "Инвестиции – затраты на производство и накопление средств производства и увеличение материальных запасов"[3].

Авторы книги "Основы экономической теории" считают, что "инвестиции представляют собой совокупность затрат, направленных на создание новых и реконструкцию действующих предприятий"[4].

М.Ж.Садыкова отмечает, что "инвестиции можно рассматривать в двух аспектах (расширительно и с более узких позиций). В первом случае под инвестициями вообще следует понимать любые вложения финансового, производственного или интеллектуального капитала с целью получения прибыли или социального эффекта. Содержание собственно инвестиций, или чистых инвестиций, имеет более строгие ограничения. Сюда, на наш взгляд, нужно относить вложения капитала только в реальный сектор экономики с целью получения прибыли (социального эффекта) и реального продукта в форме капитальных благ и услуг"[5].

Различие в понимании сущности инвестиций в плановой и рыночной системах наглядно показывают определения, данные М.М. Мунатаевым: "В самом общем смысле инвестиции – денежные средства, целевые банковские вклады, паи, акции и другие ценные бумаги, технологии, машины, оборудование, лицензии, в том числе на товарные знаки, кредиты, любое другое имущество или имущественные права, интеллектуальные ценности, вкладываемые в объекты предпринимательской деятельности в целях получения прибыли (дохода) и достижения положительного социального эффекта. В такой формулировке понятие инвестиций близко по содержанию к рыночному подходу.

Ранее использовался термин "капитальные вложения", то есть финансовые средства, затрачиваемые на строительство новых и реконструкцию действующих предприятий (производственные капитальные вложения), на жилищное, коммунальное и культурно-бытовое строительство (непроизводственные капитальные вложения)"[6].

Таким образом, в условиях плановой экономики инвестиции выступали в виде затрат, которые отличались от текущих издержек лишь единовременным характером. В настоящее время в отечественной практике используются оба термина. В рыночной экономике под инвестициями традиционно понимают процесс вложения средств в любой форме для получения дохода или какого-либо эффекта. Такое понимание является наиболее общим и распространенным.

При определении инвестиций следует акцентировать внимание не только на содержательную характеристику инвестиций, но и подчеркивать их целевую направленность. С этой точки зрения инвестиции составляют важную часть доходов, затрачиваемых на производство валового национального продукта и представляют собой расходы на расширение и обновление производства, т.е. связаны с капиталообразованием, расширением физического капитала в отличие от капитала денежного[7].

Как указывает М.К.Мамырова, различают реальные (капиталообразующие) инвестиции - вложения в создание новых, реконструкцию или техническое перевооружение существующих предприятий и финансовые (портфельные) вложения в покупку акций и ценных бумаг государства, других предприятий, инвестиционных фондов. В первом случае предприятие-инвестор, вкладывающее средства, увеличивает свой производственный капитал - основные производственные фонды и необходимые для их функционирования оборотные средства. Во втором случае инвестор увеличивает свой финансовый капитал, получая дивиденды - доход на ценные бумаги. Вложения денежных средств в создание производств при этом осуществляют другие предприятия и организации, выпустившие акции для привлечения финансовых средств на осуществление их инвестиционных проектов [8].

Кроме того, различают прямые и косвенные инвестиции. Прямые инвестиции в Казахстане - все виды инвестиций, за исключением связанных суверенными гарантиями РК и входящих в рамки официальной технической помощи или грантов, предоставляемых РК. Косвенные инвестиции - это вложения в портфель, иначе говоря, набор ценных бумаг или имущественных ценностей. Например, инвестор может купить акцию взаимного фонда, который представляет собой диверсифицированный набор ценных бумаг, выпущенных различными фирмами. Сделав эту покупку, инвестор будет обладать не требованиями к активам отдельно взятой компании, а долей в портфеле ценных бумаг.

Другой формой инвестирования является приобретение земельных участков, имущественных прав (оцениваемых денежным эквивалентом), лицензий на передачу прав промышленной собственности, секретов производства, патентов на изобретения; свидетельств на новые технологии, полезные модели и промышленные образцы, товарные знаки, фирменные наименования; сертификатов на продукцию и технологию производства, права землепользования и т.п.

Одной из важнейших сфер деятельности любой фирмы являются инвестиционные операции, т.е. операции, связанные с вложением денежных средств в реализацию проектов, которые будут обеспечивать получение фирмой выгод в течение периода, превышающего один год.

В коммерческой практике принято различать следующие типы инвестиций:

- инвестиции в физические активы;
- инвестиции в денежные активы;
- инвестиции в нематериальные активы.

Под физическими активами имеются в виду производственные здания и сооружения, а также любые виды машин и оборудования со сроком службы более одного года, любое другое имущество, используемое в производстве или обладающее ликвидностью.

Под денежными активами понимаются права на получение денежных сумм от других физических и юридических лиц. Это депозиты в банке, облигации, акции, кредиты, займы, залоги и т.д.

Под нематериальными (неосязаемыми) активами понимаются ценности, приобретаемые фирмой в результате проведения программ переобучения или повышения квалификации персонала, разработки торговых знаков, приобретения лицензий на передачу прав промышленной собственности - патентов на изобретения, свидетельств на полезные модели и промышленные образцы, сертификатов на продукцию и технологию производства, а также права землепользования и др.

Все типы инвестиций имеют большое значение для сохранения жизнеспособности фирмы и ее развития.

Основными объектами инвестирования являются:

- вновь создаваемые, реконструируемые и расширяющиеся основные фонды, а также оборотные средства во всех отраслях хозяйствующих субъектов;
- ценные бумаги (акции, облигации и др.);
- целевые денежные вклады;
- научно-техническая продукция и другие объекты собственности;
- имущественные права и права на интеллектуальную собственность.

По объектам вложения средств выделяют реальные и финансовые инвестиции. Поскольку в экономической литературе существуют различные подходы к определению сущности и структуры данных экономических форм, их соотношению с другими классификационными группами инвестиций, необходимо уточнить содержание реальных и финансовых инвестиций, определить их объекты.

Реальные инвестиции выступают как совокупность вложений в реальные экономические активы: материальные ресурсы (элементы физического капитала, прочие материальные активы) и нематериальные активы (научно-техническая, интеллектуальная продукция и т.д.). Важнейшей составляющей реальных инвестиций являются инвестиции, осуществляемые в форме капитальных вложений, которые в экономической литературе называют также реальными инвестициями в узком смысле слова, или капиталобразующими инвестициями.

Финансовые инвестиции включают вложения средств в различные финансовые активы - ценные бумаги, паи и долевые участия, банковские депозиты и т.п.

По цели инвестирования выделяют прямые и портфельные (непрямые) инвестиции.

Прямые инвестиции выступают как вложения в уставные капиталы предприятий (фирм, компаний) с целью установления непосредственного контроля и управления объектом инвестирования. Они направлены на расширение сферы влияния, обеспечение будущих финансовых интересов, а не только на получение дохода.

Портфельные инвестиции представляют собой средства, вложенные в экономические активы с целью извлечения дохода (в форме прироста рыночной стоимости инвестиционных объектов, дивидендов, процентов, других денежных выплат) и диверсификации рисков. Как правило, портфельные инвестиции являются вложениями в приобретение принадлежащих различным эмитентам ценных бумаг, других активов.

Достаточно часто реальные и финансовые инвестиции рассматривают как соответственно прямые и портфельные. При этом в одних случаях под прямыми инвестициями понимают непосредственное вложение средств в производство, а под портфельными - приобретение ценных бумаг, т.е. критерием классификации служит в этом случае характеристика объекта инвестирования. Однако реальные инвестиции помимо вложений в физические элементы производительного капитала включают вложения и в другие формы реальных активов, а финансовые инвестиции охватывают вложения не только в ценные бумаги, но и в другие финансовые инструменты.

Некоторыми исследователями высказываются сомнения в том, чтобы относить к производственным вложениям только прямые инвестиции, так как часть портфельных инвестиций (вложения в ценные бумаги производственных предприятий при их первичном размещении) также предназначена для привлечения средств инвесторов в производство[9].

Выделение реальных и финансовых инвестиций осуществляется в зависимости от объекта вложения средств, в то время как в основе разделения инвестиций на прямые и портфельные используется качественно иной критерий - цель инвестирования.

В частности, прямые инвестиции, представляющие собой вложения, направленные на установление непосредственного контроля и управления объектом инвестирования, могут осуществляться не только в реальные экономические активы, но и в финансовые инструменты. Возможность управления объектом инвестирования достигается через приобретение контрольного пакета акций, другие формы контрольного участия. Портфельные инвестиции представляют собой вложения, ориентированные на получение текущего дохода.

Следовательно, реальные и финансовые инвестиции, с одной стороны, и прямые и портфельные инвестиции, с другой, выступают как различные по типологии группы инвестиций.

Различают также интеллектуальные (нематериальные) инвестиции которые представляют из себя затраты на покупку патентов, лицензии, ноу-хау, подготовку и переподготовку персонала, вложения в научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки, рекламу и др.

Кроме вышеуказанных, различают так называемые нетто-инвестиции, брутто-инвестиции и валовые инвестиции. Нетто-инвестиции - это начальные инвестиции, которые осуществляются на основании инвестиционного проекта или при покупке фирмы (предприятия). Нетто-инвестиции вместе с реинвестициями образуют брутто-инвестиции. Реинвестиции - это вновь освободившиеся инвестиционные ресурсы, которые используются на приобретение или изготовление новых средств производства и другие цели. Реинвестиции могут быть использованы на обновления действующих основных фондов, рационализацию и модернизацию технологического оборудования или процессов, изменение объёма выпуска продукции (производства), диверсификацию, связанную с изменением номенклатуры, созданием новых видов продукции, организацией новых рынков сбыта и др.

Валовые инвестиции - это сумма новых инвестиции, увеличивающих размер основного капитала и направляемых на его модернизацию (возмещение средств, направляемых на восстановление износа основного капитала).

Подготовка и анализ инвестиций в реальные активы существенно зависят от того, какого рода эти инвестиции, т.е. какую из стоящих перед предприятием задач необходимо решить с их помощью. С этих позиций все возможные разновидности инвестиций можно свести к следующим основным группам:

1) инвестиции в повышение эффективности. Их целью является, прежде всего, создание условий для снижения затрат фирмы за счет замены оборудования, обучения персонала или перемещения производственных мощностей в регионы с более выгодными условиями производства;

2) инвестиции в расширение производства. Задачей такого инвестирования является расширение возможностей выпуска товаров для ранее сформировавшихся рынков в рамках уже существующих производств;

3) инвестиции в создание новых производств. Такие инвестиции обеспечат создание совершенно новых предприятий, которые будут выпускать ранее не изготавливавшиеся предприятием товары (или оказывать новый тип услуг), либо позволят фирме предпринять попытку выхода с ранее уже выпускавшимися товарами на новые для нее рынки;

4) инвестиции с целью удовлетворения требований государственных органов управления. Эта разновидность инвестиций становится необходимой в том случае, если предприятие оказывается перед необходимостью удовлетворить требования властей либо в части экологических стандартов, либо безопасности продукции, либо иных условий деятельности, которые не могут быть обеспечены за счет только совершенствования менеджмента[10].

Структуру и классификацию основных видов инвестиций можно изобразить схематично следующим образом:

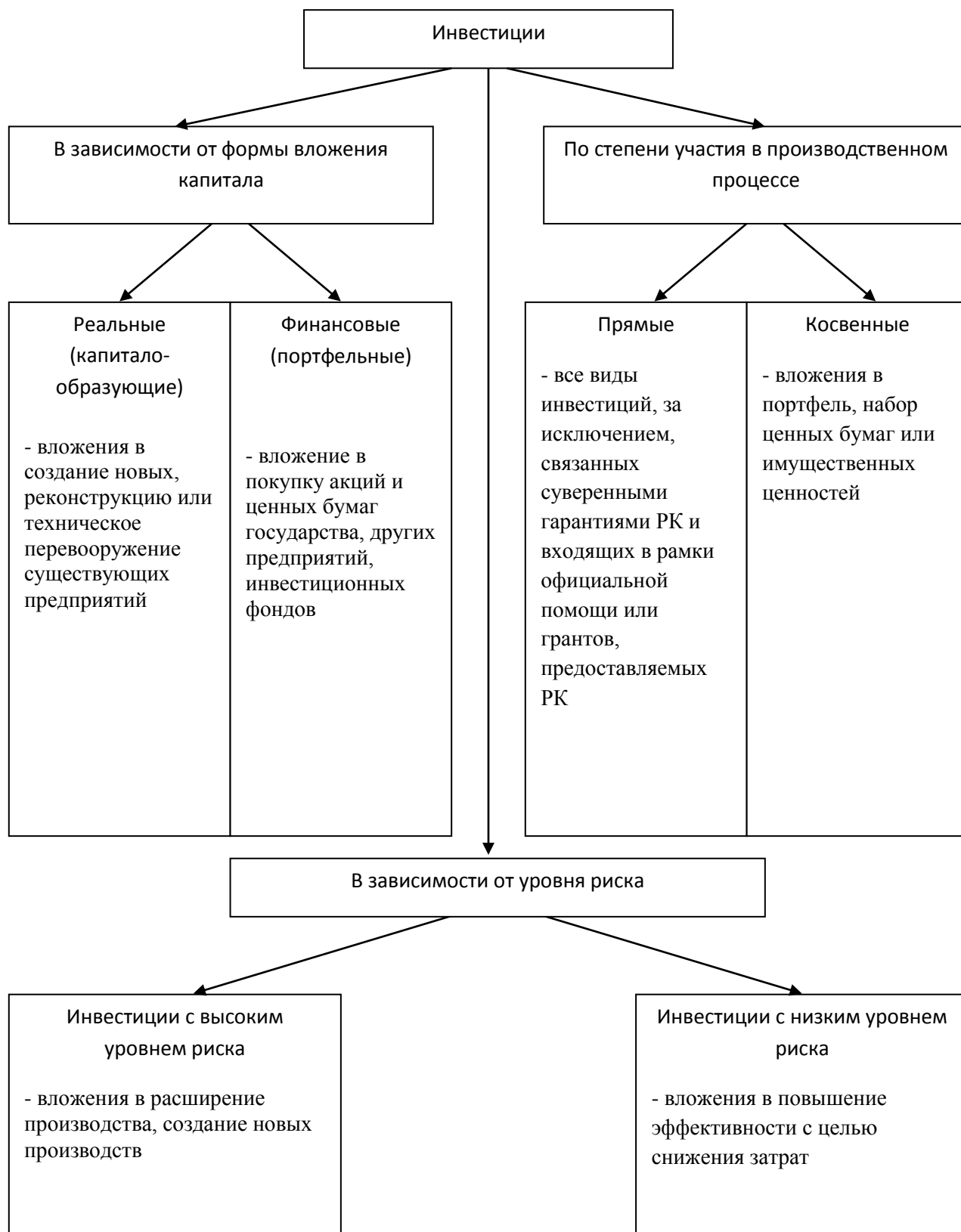


Рисунок 1– Основные виды инвестиций

Центральной проблемой инвестиционной политики государства, предприятия является поиск источников инвестиционных ресурсов. Основными источниками инвестиций являются: 1) внебюджетные средства; 2) собственные средства предприятий; 3) кредиты коммерческих банков; 4) средства населения (частные инвестиции резидентов РК); 5) иностранные инвестиции (инвестиции нерезидентов РК).

Классификация источников инвестиций различается в зависимости от признаков, положенных в ее основу. Так, если исходить из основного назначения источников, укрупненно инвестиционные расходы можно разделить на амортизационные, направленные на замену изношенного оборудования, зданий и сооружений, и чистые инвестиции, расширяющие физический капитал, то есть способствующие экономическому росту.

Как было указано выше, понятию "инвестиции" разными авторами дается различная трактовка, так же следует отметить большую разницу в подходах авторов к вопросу об источниках инвестиций.

Наибольший интерес может представлять классификация, при которой инвестиции разделены по экономическим и организационно-финансовым признакам. Экономическими источниками инвестиций являются амортизационный фонд, чистые накопления народного хозяйства (прибыль предприятий, прямые доходы бюджета), сбережения населения, элементы национального богатства (резервные, страховые и другие аналогичные фонды, выручка от реализации основных средств и товарно-материальных ценностей из запаса), эмиссия кредитных денег и иностранный капитал.

В организационно-финансовом отношении источники капиталовложений подразделяются на собственные средства предприятий (амортизационные отчисления, выручка от реализации выбывшего имущества, мобилизация внутренних активов, нераспределенная прибыль и другие денежные накопления), заемные средства (кредиты банков, ссуды финансово-инвестиционных структур, средства от размещения эмиссии ценных бумаг предприятий, задолженность кредиторам), централизованные ресурсы (безвозвратные бюджетные ассигнования и льготные инвестиционные государственные кредиты), иностранные инвестиции (вклады уставные фонды и покупка акций предприятий, кредиты зарубежных банков и международных финансовых организаций) и средства отдельных граждан.

Источники финансирования инвестиций также имеют производственное или непроизводственное происхождение. В первом случае они формируются на основе создания валового внутреннего продукта, во втором – вступают в хозяйственный оборот страны, не будучи результатом этого процесса. К инвестиционным ресурсам производственного происхождения относятся все экономические источники капиталовложений, кроме эмиссии кредитных денег и иностранного капитала. Образование этой совокупности финансовых средств связано с перераспределением между фондом потребления и фондом накопления денежной массы уже имеющейся в экономике в соответствии с произведенным ВВП. Инвестирование за счет указанных источников не влияет на насыщенность рынка деньгами, и не затрагивает темпы инфляции, которые поддерживаются устарелой отраслевой и монопольной структурой производства, сжатым предложением отечественных товаров, разрегулированностью финансово-кредитной системы, интервенцией иностранных валют и другими факторами.

Как указывает М.М.Гейдаров, основными источниками финансирования инвестиций на территории Республики Казахстан являются:

- 1) собственные средства хозяйствующих субъектов-инвесторов (прибыль, амортизационные отчисления, накопления и сбережения физических и юридических лиц и др.);
- 2) инвестиционные ассигнования из государственного бюджета (республиканского и местного);
- 3) внебюджетные фонды;

4) заемные финансовые средства инвесторов (кредитные ресурсы);

5) иностранные инвестиции (в том числе приоритетно - прямые инвестиции) [11].

Привлекаемый в страну иностранный капитал делится на три финансовых потока, различающихся по назначению применения, условиям предоставления и т.д.

Группа А - это кредиты, связанные определенным условием: закупкой товаров или услуг только в стране-экспортере. Как правило, они или инвестиционные, предоставляющие технологии, оборудование и т.д. (на срок более 3 лет), либо товарные, на основании которых поставляются конечные потребительские товары, а также запчасти и оборудование без какого-либо отношения к действующим инвестиционным проектам (на срок до 3 лет).

Подобные экспортные кредиты предоставляются обычно под гарантии банков первого уровня. Однако, при взаимодействии со страной переходной экономики, отличающейся наличием политических и экономических рисков, экспортеры считают необходимым заручиться правительственной гарантией. В этом случае гарантийная база основывается на трехуровневой основе: контргарантия конечного заемщика, контргарантии банка страны-заемщика и гарантия государства-заемщика. Ответственен за погашение кредита, в первую очередь, конечный заемщик, с учетом риска - свои доли вносят банк и бюджет. Основанием для заключения банковского соглашения о кредите является правительственная гарантия.

Группа В исходит из официальной помощи развитию (ОПР) страны. ОПР предоставляется на межправительственном уровне и также подразделяется на техническую и финансовую. Техническая - подразумевает оказание разнообразных услуг: обучение, консультации, покупку оборудования. Она классифицируется как безвозмездная передача стране-получателю технической помощи и в виде займа - передачу технической помощи на платных условиях, с определением срока возврата. Финансовая помощь направляется на поддержание платежного баланса, критического импорта товаров и инвестиционные проекты, решающие социально-экономические задачи.

К группе С относят инвестиции, понимаемые как капитализацию части прибавочной стоимости, т.е. - приток иностранного капитала в экономику страны. Это - прямые инвестиции, являющиеся вложением средств под собственный риск предпринимателя, и портфельные - предполагающие инвестирование в фиктивный капитал, т.е. акции, другие ценные бумаги. При этом виде деятельности отпадает необходимость каких-либо гарантий.

Мировой практикой отработаны различные формы сотрудничества и привлечения иностранных ресурсов. Среди них:

- международная кооперация производства, сопровождающаяся передачей технологий, а иногда и созданием совместной собственности;
- получение зарубежных кредитов;
- получение иностранного оборудования на основе лизинга;
- получение кредитов на компенсационной основе;
- привлечение иностранного капитала для предпринимательской деятельности, создание совместных предприятий с зарубежным участием, в т.ч. и продажей инвесторам акций;
- создание предприятий, полностью принадлежащих иностранному капиталу;
- сотрудничество с иностранными компаниями по договору (контракту) без создания юридического лица;
- привлечение иностранного капитала на основе концессий или договоров о разделе продукции;
- создание свободных экономических зон, связанных с активным привлечением иностранного капитала.

Эти формы привлечения иностранных инвестиций носят долгосрочный стратегический характер. Конструктивные вложения помогают решению проблем структурных отраслевых и межотраслевых изменений в более короткие сроки, влияют на стабилизацию экономики в целом.

При определении формы сотрудничества надо иметь в виду, что первые четыре позиции связаны с привлечением не финансовых средств, а зарубежных технологий, иногда - поставок некоторых видов оборудования. Кооперация производства позволяет компаниям, во-первых, сохранить контроль над предприятиями и в то же время решать вопросы выхода на мировой рынок. Однако в отдельных случаях, по взаимному согласованию кооперирование может сопровождаться созданием совместной собственности. Например, при передаче иностранному партнеру части акций в качестве оплаты за использование принадлежащих ему новых технологий и др.

Привлечение кредитов (простое получение, компенсационные сделки, лизинг) означает ввоз финансовых средств в ссудной форме и предполагает их возвращение с оплатой определенной процентной ставки за пользование. Сама же собственность, созданная или освоенная благодаря кредиту, принадлежит владельцу, т.е. заемщику. Эта форма привлечения зарубежных финансов может оказаться предпочтительной, если конечный продукт конкурентен на внешнем рынке. Остальные позиции нацеливают на непосредственное привлечение иностранного капитала, позволяющее увязать трудовые и природные ресурсы, производственный и научно-технический потенциал, а также капиталы принимающей страны и иностранного партнера в эффективную структуру, необходимую для реализации проекта.

В заключение необходимо отметить, что безусловно, инвестиции – дело рискованное и никаких гарантий здесь быть не может, но если объект инвестиций тщательно проанализировать, то данный риск можно свести на минимум.

Список использованной литературы

1. Игонина Л.Л. *Инвестиции: Учеб. пособие / Под ред. В.А.Слепова. – М.: Юристъ, 2019. С. 10*
2. *Портфель приватизации и инвестирования. – М.: Семинтэк, 2018. С. 564*
3. ¹Кэмбелл Р. Макконнелл, Стэнли Л. Брю. *Экономикс. В 2 т. Пер. с англ. Т. 2. – Таллин, 1999. С. 366*
4. ¹*Основы экономической теории. Под ред. В. Ключни. – Минск, 2017. С. 119*
5. ¹Садыкова М.Ж. *Инвестиции и инвестиционная политика в переходной экономике Республики Казахстан. Дис...к. э. н. Алматы, 2018. С. 12*
6. Мунатаев М.М. *Инвестиции и принятие решения об эффективности вложения капитала. В кн.: Инвестиционные процессы в развитии экономики Республики Казахстан. – Алматы: Улагат, 2017. С. 25*
7. Мамырова М.К. *Эффективность инвестиций в промышленном производстве. – Алматы: Экономика, 2018. С. 13*
8. Мамырова М.К. *Эффективность инвестиций в промышленном производстве. – Алматы: Экономика, 2018. С. 11*
9. Игонина Л.Л. *Инвестиции: Учеб. пособие / Под ред. В.А.Слепова. – М.: Юристъ, 2020. С. 11*
10. Мамырова М.К. *Эффективность инвестиций в промышленном производстве. – Алматы: Экономика, 2001. С. 14*
11. Гейдаров М.М. *Финансирование и кредитование инвестиций. – Алматы: Алматинский коммерческий институт, 2018. С. 42*

МРНТИ 10.26140

М.Д.Көпжасар¹
А.Т.Исаева¹

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

БӨЛШЕК САУДА КӘСІПОРЫНДАРЫНЫҢ МАРКЕТИНГТІК ҚЫЗМЕТІ ЖҮЙЕСІНДЕ МЕРЧАНДАЙЗИНГТІ ҰЙЫМДАСТЫРУДЫ ЖЕТІЛДІРУ

Аңдатпа

Қазіргі уақытта сауда кеңейіп, кәсіпорындар арасында бәсекеге қабілеттілік артып келеді. Кәсіпорындардың маркетингтік саясатты шебер қолдануы бәсекеге қабілеттіліктің артуына ықпал етеді. Маркетингтік саясаттың негізгі элементтерінің бірі – сауда процесі. Сауда процесі қазіргі уақытта сауда қызметін ұйымдастырудың ажырамас бөлігі болып табылады. Қазіргі экономикалық жағдайда тұтыну тауарлары нарығында сәтті жұмыс істеуге тырысатын кез-келген компания шығарылатын өнімнің сапасы мен өзектілігіне ғана емес, оны сауда нүктелеріне уақтылы жеткізуге де назар аударуы керек, сонымен қатар өз өнімдерін сату туралы ойлануы керек. Сауда-саттықты қолдану өнімді сәтті сату үшін тауар брендін құру, әртүрлі жарнамалық акциялар өткізу сияқты маңызды. Бұл маркетингтік коммуникация белгілі бір өнімді, брендті, қаптаманы сатып алу туралы шешім тікелей қабылданатын сауда залында тиімді жылжытуға мүмкіндік береді.

Түйінсөздер: мерчендайзинг, өнім, бөлшексауда, тұтынушы, сауда, нарық, сатыпалушы

М.Д.Көпжасар¹
А.Т.Исаева¹

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

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ МЕРЧАНДАЙЗИНГА В СИСТЕМЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

Аннотация

В настоящее время торговля расширяется и между предприятиями увеличивается конкурентоспособность. Умелое применение маркетинговой политики предприятиями способствует увеличению конкурентоспособности. Одним из основных элементов маркетинговой политики является процесс мерчендайзинга. Процесс мерчендайзинга в настоящее время является неотъемлемой частью в организации торговой деятельности. В условиях современной экономической ситуации любая компания, которая стремится успешно работать на рынке потребительских товаров, должна ориентироваться не только на качество и актуальность выпускаемой продукции, на своевременную доставку её в торговые точки, но и задумываться о мерчендайзинге своей продукции. Применение мерчендайзинга имеет такое же значение для успешной продажи продукции, как создание бренда товара, проведение рекламных акций различного рода. Данная маркетинговая коммуникация позволяет эффективно продвигать тот или иной товар, марку, упаковку, именно в торговом зале, где непосредственно принимается решение о покупке.

Ключевые слова: мерчендайзинг, продукт, розничная торговля, потребитель, торговля, рынок, покупатель

Kopzhasar M.D.¹

Isaeva.A.T.¹

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

IMPROVING THE ORGANIZATION OF MERCHANDISING IN THE SYSTEM OF MARKETING ACTIVITIES OF RETAIL ENTERPRISES

Abstract

Currently, trade is expanding and competitiveness between enterprises is increasing. The skillful application of marketing policy by enterprises contributes to increasing competitiveness. One of the main elements of marketing policy is the merchandising process. The merchandising process is currently an integral part of the organization of trading activities. In the current economic situation, any company that seeks to successfully operate in the consumer goods market should focus not only on the quality and relevance of its products, on timely delivery to retail outlets, but also think about merchandising its products. The use of merchandising is as important for the successful sale of products as the creation of a product brand, conducting various kinds of promotions. This marketing communication allows you to effectively promote a particular product, brand, packaging, it is in the trading floor, where the purchase decision is made directly.

Keywords: merchandising, product, retail, consumer, trade, market, buyer

Қазақстанның экономикалық жүйесін дамытудың қазіргі кезеңінде тауарларды түпкілікті тұтынушыға жылжыту тізбегінде тауарларды жылжыту саласында шешуші рөл атқарады. Ұйымдастырылған бөлшек сауда, сату арнасының ең көп қатысушысы бола отырып, тауар айналымының шамамен 90% қамтамасыз етеді. Бөлшек сауда кәсіпорындарының жұмыс істеу тиімділігі халықтың өмір сүру деңгейі мен сапасының көрсеткіштеріне әсер етеді. Қатаң бәсекелестік жағдайларда жұмыс істеу тиімділігін қамтамасыз ету мақсатында коммерциялық кәсіпорындардың менеджменті конъюнктураға байланысты сауда-технологиялық процестерді ұйымдастырудың жаңа құралдары мен әдістерін игереді.

Мерчендайзинг тұжырымдамасы осындай әдістердің бірі ретінде тауарларды тиімді сатуға жағдай жасауға, яғни клиенттерге бағытталған тәсілді жүзеге асыруды қамтамасыз ете отырып, сауда кәсіпорындарының негізгі іқызметін орындауға арналған. Мерчендайзингтің басты артықшылығы – саралануы қиын тауарлар мен қаныққан тұтыну нарығында сатуды ынталандыру. Дәстүр бойынша, мерчендайзинг тауардың тиімді орналасуы, оған сатып алушылардың назарын аудару есебінен бөлшек сауда орындарында өндірілетін өнімді сату көлемінің өсуін қамтамасыз ететін өндірушінің маркетингтік құралы болып саналады [1].

Сауда кәсіпорнына маркетингтік басқару әдістерін қолдану негізінде сауда-технологиялық процестің операцияларын оңтайландыру арқылы коммерциялық қызметті ұйымдастырудың тиімділігін арттыруға мүмкіндік беретін құрал ретінде мерчендайзингтің маңыздылығының артуы бөлшек сауда саласының дамуы мен шоғырлануына байланысты.

Тұтынушылардың адалдығын арттыру, қазіргі жағдайда сауда кәсіпорнына күшті бәсекелестік позицияны алу және сақтау мақсатында коммерциялық қызметті ұйымдастырудың инновациялық технологияларын енгізу және пайдалану негізінде ішкі айналыстарды маркетингтік басқаруды жетілдіру қажет. Сауда қызметтерінің кешені ретінде сауда қызметінің тиімділігіне коммерциялық кәсіпорынның сауда және технологиялық процестерінің тиімділігі тікелей әсер етеді. Сонымен қатар, кәсіпорынның сауда-технологиялық процесін қажетті тиімділік деңгейімен жүзеге асыру бәсекелестік стратегияның негізгі элементі ретінде маркетингтік басқару механизмінің негізделген, нарықтық жағдайына сәйкес келмейінше мүмкін емес. Маркетингтік басқарудың жоғары тиімділігін қамтамасыз ету сауда кәсіпорнының әлеуетін барынша пайдалануға мүмкіндік

беретін сауда-технологиялық процесті ұйымдастырудың заманауи әдістерін қолдану арқылы ғана мүмкін болады. Сауда кәсіпорындарында мерчендайзингті қолданудың қолданыстағы тәсілдерін талдау көрсеткендей, бұл анықтаманы түсіну төрт көзқарасқа негізделген, олардың үшеуін маркетингтік тәсілге біріктіруге болады.

Сонымен, кейбір авторлар мерчендайзингті тауарды түпкілікті тұтынушы үшін неғұрлым тартымды орналастыру және ұсыну арқылы кейіннен сатуға дайындау құралы ретінде, яғни сатып алушының мінез-құлқының психологиялық ерекшеліктерін тиімді есепке алу арқылы сату көлеміне дәуір арттыруға мүмкіндік беретін әдісретінде зерттейді.[2]

Басқалары-мерчендайзингті маркетингтік қызметтің интеграцияланған құрамдас бөлігі ретінде анықтайды, ал сауда-саттық орны дистрибуция саласында да, коммуникация саласында да анықталуы мүмкін. Үшінші көзқарас шеңберінде мерчендайзинг сауда процесінің жекелеген операцияларын біріктіретін қызмет түрі ретінде қарастырылады, алайда олар тек сауда процесіне қатысты, сондықтан бұл тәсілді кешенді және толық деп санауға болмайды.

Ұйымдастырушылық тәсіл, менің ойымша, сауда кәсіпорындары үшін ең қолайлы, өйткені ол өндірушіге емес, сауда кәсіпорнының мақсаттарына қол жеткізуді қамтамасыз етеді және нарықтық жағдайға сәйкес реакциялар негізінде жұмыс істеу тиімділігін арттыру үшін дүкеннің ішкі мүмкіндіктерін пайдалануға мүмкіндік береді. Алайда, бұл тәсілдің шектеулері бар, өйткені ол сауда кешенінің маркетингтік әлеуетін елемейді.

Сауда кәсіпорны үшін мерчендайзингтің мәнін түсінудің қолданыстағы теориялық және әдістемелік бытыраңқылығын жеңу үшін ғылыми айналымға маркетинг кешені ретінде анықталған "сауда-технологиялық мерчендайзинг" ұғымын енгізу ұсынылады-тауарларды қабылдау, оларды жеткізу және сауда аймағында физикалық бөлу жөніндегі операцияларды оңтайлы ұйымдастыру; сауда алаңдарын тиімді пайдалану; сауда кеңістігіндегі сатып алу ағындарының қозғалысын реттеу; тұтынушының сауда персоналының қатысуынсыз сатып алу туралы шешім қабылдау рәсімін қамтамасыз ету; сауда залында танымдық ресурстарды бөлуді ұйымдастыру; сатып алушылардың сауда кеңістігіне бейімделу кезеңін қысқарту арқылы сауда кәсіпорнын тұтынушылардың мінез-құлқын анықтайтын сауда кәсіпорнының атмосферасын құру.

Сауда-саттық құралдарына жүргізілген зерттеу сауда-технологиялық процеске мерчендайзинг құралдарының қатысуына байланысты оның жіктелуін ұсынуға мүмкіндік берді, бұл мерчендайзинг негізінде маркетингтік басқарудың сауда кәсіпорнының операцияларын ұйымдастырудың тиімділігін арттырумен байланысын негіздеуге мүмкіндік береді, сондықтан саудадағы маркетингтік басқарудың нақты моделін әзірлеудің орындылығын көрсетеді [3].

Сауда кәсіпорнында осы сауда жүйесін іске асырудың мақсаты бізге белгілі бір брендтің немесе сауда кәсіпорнының шектеулі уақыт аралығында тауар айналымының өсуі мен оны қолдану міндеттерін тарылтатын сату немесе коммуникациялық саясат құралы ретінде мерчендайзингті қолдану мақсатынан гөрі кеңірек көрінеді. Сауда-технологиялық процестің барлық операцияларын қамтитын сауда ұйымының мерчендайзингі сауда кәсіпорнының нарықтық әлеуетін толық іске асыруға мүмкіндік беретін сауда қызметін маркетингтік басқаруды оңтайландырудың тиімді құралы болып табылады.

Сауда кәсіпорнының маркетингтік менеджменттің құрамдас бөлігі ретінде тиімді жұмыс істеуі сауда кәсіпорнының сауда және технологиялық процестерінің факторларын кешенді есепке алуға негізделген. Сауда кәсіпорнының мерчендайзинг тұжырымдамасы негізінде отандық және шетелдік әдебиеттерде қабылданған тиімді сауда ережелері мен құралдарын сауда-технологиялық факторлар жүйесіне және сауда-саттықтың тиімділігін анықтайтын жағдайларға дейін кеңейту ұсынылды. Соңғысы оңтайлы басқару құрылымы, тиімді жұмыс істейтін персонал, гигиеналық жағдайларды сақтау және мінез-құлқ

саудасына сәйкес сату орындарын безендіру сияқты сауда процесінің факторларынан тұрады. Технологиялық процестің анықтаушы факторларына тауар ассортименті, өнім желісі, сауда кеңістігін ұйымдастыру және сауда жабдықтарын ұтымды орналастыру кіреді.[4]

1-кесте. Сауда кәсіпорнын басқарудағы негізгі мерчендайзинг құралдары

Операция	Мазмұны	Мерчендайзинг құралдары	Шешілетін міндет
Тауарларды саны мен сапасы бойынша қабылдау	Тауар қорларының қажетті санын анықтау, сапа мониторингі	Ассортимент ережесі, сауда қорларының ережесі, тауар қорларының тиімді орналасуы	Өндіруші, тұтынушы және сауда кәсіпорны үшін оңтайлы ассортиментті қалыптастыру, тауарлар қорының жеткілікті деңгейін қамтамасыз ету және оларды толтырудың ыңғайлылығы
Тауарларды буып-түю аймағына жеткізу	Буып-түю, орау, таңбалау	Буып-түю	Тауарлардың тұтыну параметрлерін қалыптастыру, тауарларды саралау, фирмалық стиль жасау
Тауарларды сауда залына жеткізу және орналастыру	Тауарлар мен сауда жабдықтарының орналасуы	Тауарларды сауда залына жеткізу және орналастыру тауарлар мен сауда жабдықтарының орналасуы дүкеннің ішкі орналасуы: сауда залының ауданын сегментациялау, "суық" және "ыстық" аймақтарды талдау, бөлімдер мен секцияларды орналастыруреті, тауарлық-материалдық қорлардың тиімді орналасуы,	Сауда жабдықтарын таңдау сатып алушыларға ыңғайлы болу үшін тауарлар мен сауда жабдықтарының ең тиімді орналасуы, алаңдарды ұтымды пайдалануды қамтамасыз ету коммерциялық кәсіпорын
Залда тауарларды орналастыру	Сауда залында тауарларды орналастыру	Орналасыту ережелері, жарнамалық іс-шаралар, РОБ-материалдар,	Іріктеу науқандары сатушының тікелей араласуынсыз тауарларды сату
Сатып алушыларға қызмет көрсету	Сатып алушыларға сатып алу туралы шешім қабылдау процесінде көмектесу	Сатып алу қызметі, сауда стандарттары, қызмет көрсету стандарттары, РОБ-материалдар,	Сатып алушылардың адалдығын арттыру
Сатып алушының тауарларды таңдауы	Дүкен атмосферасын құру	Жарықтандыру, түстерді көрсету, интерьер бірлігі, түс, музыка, аро-маоформация, РОЭ-материалдар, іріктеу-акциялар	Клиенттердің психологиялық жағдайын қалыптастыру, сатып алуға қолайлы жағдайлар жасау, бәсекелестерден ажырату
Таңдалған тауарларды есептеу	Есеп айырысудың ыңғайлылығын қамтамасыз ету	Сату жабдықтары, РОЭ-материалдар	Сауда кәсіпорны туралы жағымды әсерлерді бекіту

Дерек көзі: [5]

Зерттелетін факторлар мен жағдайлардың сауда кәсіпорнының мерчендайзинг тұжырымдамасын іске асыруға әсер ету дәрежесін анықтау мақсатында жұмыста әрбір фактордың маңыздылық дәрежесі мен кәсіпорында іске асыру деңгейі бойынша өлшенген сараптамалық бағалау негізінде сауда жүйесінің тиімділігін анықтайтын, мерчендайзинг үшін неғұрлым маңызды факторларды анықтауға мүмкіндік беретін бағалау әдісі ұсынылды. Нақты жағдайларда сауда кәсіпорны үшін ең маңызды факторларды олардың тиімділік дәрежесін анықтау қажетті параметрлерге басқарудың тиімді әсерін қамтамасыз етуге мүмкіндік береді.

2- кесте. Бөлшек сауда кәсіпорындарында мерчендайзингті қолдану тиімділігін анықтайтын факторларды салыстырмалы бағалау

Процестің сипаты	Факторлар тобы	Балл	Салмағы	Бағалау	Процестің интегралды бағасы
Сауда процесі	Басқару құрылымы	qa	wa	Qa	$\sum_{i=1}^4 q_i$
	Қызметкерлер	qb	wb	Qb	
	Гигиеналық факторлар	qc	wc	Qc	
	Сату орындарын ресімдеу	qd	wd	Qd	
Технологиялық процесс	Тауар ассортименті	qe	we	Qe	$\sum_{i=5}^4 q_i$
	Өнімжелісі	qf	wf	Qf	
	Сауда кеңістігін ұйымдастыру	qg	wg	Qg	
	Сауда жабдықтарын орналастыру	qh	wh	Qh	

Дерек көзі: [5]

Ұсынылған техниканы қолдана отырып, кез-келген сауда ұйымы белгілі бір ішкі факторлар мен жағдайлар жиынтығы үшін өзінің бірегей сауда моделін жасай алады. Сауда-технологиялық процестердің құрамдас бөліктеріне мақсатты нарыққа бағытталған әсер ете отырып, сауда-саттық кешені есебінен сауда қызметін ұйымдастыруға жүйелі көзқарасты жүзеге асыруға мүмкіндік беретін сауда кәсіпорнын маркетингтік басқаруды ұйымдастырудың авторлық моделі. Сауда кәсіпорнын маркетингтік басқарудың қолданыстағы модельдерінен айырмашылығы, ұсынылған тәсіл сауда-саттық негізінде маркетингтік қызметтің құрамдас бөлігі ретінде сауда-саттық кешенін іске асырудың тиімділігін анықтайтын кәсіпорынның сауда-технологиялық процесі операцияларының тиімділігін бақылауға негізделген [5].

Қазіргі уақытта Қазақстанда отандық және шетелдік сауда компанияларының көпшілігінде өзіндік сауда жүйесі бар: саудагерлердің жұмыс істейтін штаты, әртүрлі жабдықтарға арналған және барлық сату арналарына бейімделген компанияның планограммалары. Жаңа жабдықтар, өткізілген промо-акциялар, сауда нүктелерінде POS-материалдарды орналастыру, тауар қорларының жетіспеушілігі (шетелдік термин-outofstock) туралы есептер үнемі жасалады. Аудитті ұйымдастыруға мамандандырылған арнайы агенттіктердің қызметтері үнемі қолданылады. Көбінесе тексерулер тапсырыс берушінің

критерийлері бойынша жүзеге асырылады, яғни саудагерлерге біраз уақыттан бері қойылған міндеттер бағаланады. Деректерді тәуелсіз деп атауға болмайды. Агенттік қызметкерлері тексерулерді, олардың тұрақтылығын және мерчендайзинг деңгейіне, бәсекелестерге де, клиентке де қатысты объективті ақпарат жинау үшін орындаушыларды дайындау тиімділігін қамтамасыз етеді.

Қазіргі уақытта барлық сауда кәсіпорындары қатаң бәсекелестік жағдайында жұмыс істеуге мәжбүр, өйткені тұтынушы сатып алуды қай дүкенде жасайтыны туралы мұқият ойлайды. Сауда кәсіпорнының басшылығына байқалмайтын ұсақ-түйектер сатып алушының темпераменті мен мінез-құлқына қатты әсер етуі мүмкін, нәтижесінде басқа дүкенді таңдауға әкеледі. Мұндай жағдай болмас үшін және өз клиенттерін ұстап тұру, тұрақты сатып алушылар болғысы келетін жаңа сатып алушыларды тарту үшін маркетингтік көбінесе сауда аудитін немесе сауда кәсіпорнын тексеруді шешеді. Нәтижесінде олар белгілі бір тауар бойынша өз сатылымдарының тиімділігінің барынша толық көрінісін алуды, оны өткізу нарығының үлесі мен көлемін анықтауды, бір баға сегментіндегі әртүрлі тауарларды талдауды және салыстыруды, сондай-ақ нарықтағы жайғасымды түзетуді жоспарлап отыр. [6]

Мұндай аудитті жүзеге асыру сауда кәсіпорнынан мамандарға тауарларды сату, бағалар мен ассортимент туралы немесе жылжыту оңтайландыруға болатын тауарлар тобы туралы толық ақпарат беруді талап етеді. Осы мақсатта POS-есептерді талдау (Point of Sale – ағылшынның «сату нүктесі»), бұрын жүргізілген сауда-маркетингтік іс-шаралардың материалдары және олар бойынша есептер, тауарлардың матрицасы, оларды жоспарланған жоспарға сәйкес бөлу қолданылады. Бұдан басқа, сауда залындағы мерчендайзерлер штатының жұмысы бақыланады. Бұл мәліметтер жиынтығы нөнімді жылжыту бойынша жүргізілетін шаралардың мақсаттылығы туралы қорытынды жасайтын, сондай-ақ сату көлемін арттыру бойынша бірқатар белгілі рәсімдерді ұсынатын аудиторлар жүйелейді және қарайды.

Тексеру нәтижелеріне сүйене отырып, нақты сауда кәсіпорны үшін ұсыныстар жасалады, оларды сауда нүктесінің желілік қызметкерлері, сатушылар және мерчендайзерлер жүзеге асырады. Көбінесе бұл жерде проблемалардың қайнар көзі болады, өйткені мемлекеттік қызметтің жүйелі кемшіліктері болған жағдайда дүкен үшін мерчендайзинг шараларын ұсынған жөн [7].

Сауда ұйымдарының аудиті кезінде арнайы әзірленген әдістер қолданылады-барлық жиналған ақпарат әртүрлі топтарға (ассортимент, бағажәнет.б.) жүйеленеді, содан кейін өңделеді. Суреттің толықтығы үшін дұрыс таңдау жасау керек және сауда кәсіпорнын тексеру кезінде сенімді ақпарат алу керек. Таңдалған өнімді жылжыту үшін саудамен қатар, сауда нүктелерін таңдау бойынша кәсіби қызметтер қажет. Әдетте, аудит бөлімі келесі функцияларды орындайды:

- сауда-саттықтың жұмысында тауар өндірушінің ұсыныстарының сақталуын және келісім-шарт талаптарының орындалуын бақылау;
- барлық сауда нүктелеріндегі ағымдағы жағдайға қатысты есеп беру;
- жедел түзету және араласу үшін саудагерлердің жұмысында бұзушылықтар анықталған кезде хабарлау.

Қорыта келгенде мерчендайзинг тек бөлшек сауда үшін ғана емес, сонымен бірге жалпы бизнес үшін де сұранысқа ие және өте перспективалы бағыт болып табылады, ол сатуды ұлғайту мақсатында маркетингтік коммуникацияларды құруға бағытталған, соңғы тұтынушыны сату орындарына тарта отырып, оқытылған саудагерлердің көмегімен. Атқарылған жұмыс барысында мерчендайзингтің теориялық негіздері және бөлшек саудада қолданылатын негізгі құралдар қарастырылды. Бүгінгі таңда мерчендайзинг әдістерін арықтың көптеген салаларында қолданылады: тұтынушылардан өнеркәсіптік тауарларға дейін. Сатып алушының назарын өнімге аудару үшін әрдайым жарнамаға үлкен қаражат

жұмсаудың қажеті жоқ. Дәл сол әсерге, бірақ аз шығынмен, тікелей тауарға қарама-қарсы тұрған кезде адамды сатып алуға итермелейтін жағдайларды құру арқылық ол жеткізуге болады. Мерчендайзинг арқылы бөлшек саудада сатуды ынталандыру тауарларды нарықта жылжыту мен шоғырландыруданегізгі ұстанымдарға ие.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі

1. Берман Б., Эванс Дж., Джоэл Р. Розничная торговля: стратегический подход. – М.: Вильямс, 2013. — 1184 с.
2. Бланк И.А. Торговый менеджмент / И.А.Бланк – Киев: Эльга : Ника-Центр, 2014.
3. Котлер Ф. Маркетинг, менеджмент/ Ф. Котлер. — М.: Прогресс, 2012
4. Парамонова Т.Н., Рамазанова Н.А., Мерчендайзинг: учебное пособие: — М.: ИД ФБК - Пресс, 2012 - 144с
5. Таборова Л.Г. Умный мерчендайзинг. – М.: «Дашков и К», 2009. — 160 с.
6. Значение мерчендайзинга как средства маркетинговой коммуникации и его организация в компании // Информационный портал «Вир-реклама». [Электрондық ресурс]. — URL: http://vip-reklama.info/mr/mr_2.php (дата обращения: 10.11.12).
7. Исследования покупательской лояльности // Институт рекламы на местах продажи POPAI (Point Of Purchase Advertising Institute) [Электрондық ресурс] — URL: <http://www.papai.com/engage/> (дата обращения: 11.11.12).

МРНТИ 06.35.31

Л.Ю. Алиева¹

У.К. Джакишева¹

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

МЕТОДЫ КОМПЛЕКСНОГО АНАЛИЗА ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ

Аннотация

Финансовый анализ – инструмент познания, заключающийся в расчленении целого на части и изучении их во взаимозависимости. Финансовый анализ проводится с целью получения полного представления о финансовом положении организации, финансовых результатах ее деятельности и изменении в ее финансовом положении. Финансовый анализ может быть как внутренним так и внешним. Внешний анализ осуществляется на основе данных публичной финансовой отчетности и проводится в основном за пределами предприятия его заинтересованными контрагентами, собственниками или государственными органами. Целью финансового анализа является глубокое, тщательное и комплексное исследование финансово-хозяйственной деятельности предприятия и на этой основе получение ответа на вопрос, какова эффективность её, каковы важнейшие пути оздоровления и укрепления финансовой устойчивости предприятия, повышение его деловой активности.

В статье рассматриваются теоретические аспекты комплексного анализа финансового состояния организации на основе данных бухгалтерской финансовой отчетности предприятия, описываются основные виды и методы анализа, используемые экономическим субъектом при исследовании показателей с целью принятия эффективных управленческих решений в будущем.

Ключевые слова: комплексный анализ, финансовый анализ, вертикальный анализ, горизонтальный анализ, трендовый анализ, коэффициент, методы анализа, финансовая отчетность, баланс.

Л.Ю. Алиева¹

У.К. Джакишева¹

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

ҚАРЖЫЛЫҚ ЕСЕПТІЛІКТІ КЕШЕНДІ ТАЛДАУ ӘДІСТЕРІ

Аңдатпа

Қаржылық талдау – білімнің құралы, ол тұтасты бөліктерге бөлуден және оларды өзара тәуелділікте зерттеуден тұрады. Қаржылық талдау ұйымның қаржылық жағдайының, оның қызметінің қаржылық нәтижелерінің және қаржылық жағдайындағы өзгерістердің толық бейнесін алу мақсатында жүргізіледі. Қаржылық талдау ішкі және сыртқы болуы мүмкін. Сыртқы талдау жария қаржылық есептілік деректері негізінде жүзеге асырылады және оны негізінен мүдделі контрагенттер, меншік иелері немесе мемлекеттік органдар кәсіпорыннан тыс жерде жүргізеді. Қаржылық талдаудың мақсаты-кәсіпорынның қаржылық-экономикалық қызметін терең, мұқият және жан-жақты зерттеу және осы негізде оның тиімділігі қандай, кәсіпорынның қаржылық тұрақтылығын жақсарту мен нығайтудың маңызды жолдары қандай, оның іскерлік белсенділігін арттыру деген сұраққа жауап алу.

Мақалада кәсіпорынның қаржылық есептілігі негізінде ұйымның қаржылық жағдайын жан-жақты талдаудың теориялық аспектілері қарастырылады, шаруашылық жүргізуші субъектінің тиімді басқаруды қамтамасыз ету мақсатында көрсеткіштерді зерттеуде қолданатын талдаудың негізгі түрлері мен әдістері сипатталады. болашақтағы шешімдер.

Түйін сөздер: кешенді талдау, қаржылық талдау, вертикальды талдау, көлденең талдау, трендтік талдау, арақатынас, талдау әдістері, қаржылық есеп беру, баланс.

Alieva L. Yu¹.

Dzhakisheva U. K.¹

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

METHODS OF COMPLEX ANALYSIS FINANCIAL STATEMENT

Abstract

Financial analysis is a tool of cognition consists in the partition of the whole into parts and studying their interrelations. Financial analysis is conducted to a complete presentation of financial position, the financial results of its operations and the changes in its financial position. Financial analysis can be both internal and external. External analysis is carried out on the basis of data from public financial statements and is carried out mainly outside the enterprise by its interested counterparties, owners or government agencies. The purpose of financial analysis is a deep, thorough and comprehensive study of the financial and economic activities of the enterprise and on this basis to get an answer to the question, what is its effectiveness, what are the most important ways to improve and strengthen the financial stability of the enterprise, increase its business activity.

The article examines theoretical approaches to the evaluation of methods of analysis of the financial condition of the organizations are using forms of financial statements, assessed the advantages and disadvantages analysis of assets and liabilities is based on the respective group of articles balance on the payback period and the degree of liquidity, defined ways of improvement.

Keywords: complex analysis, financial analysis, vertical analysis, horizontal analysis, trend analysis, coefficient, methods of analysis, financial statements, balance.

В современных условиях огромное значение имеет эффективное управление предприятием как динамическим процессом, который представляет собой умелое применение руководителем как неформальных, так и формализованных методов управления, основанных на использовании различной информации. В информационное обеспечение процесса управления входит бухгалтерская, финансовая и статистическая отчетность, а также данные оперативного учета и неформализованные внеучетные сведения.

Достоверность бухгалтерской отчетности в настоящее время, как и ранее, является камнем преткновения интересов инвесторов. В то же время российские стандарты формирования отчетности не могут быть использованы в качестве инструментов раскрытия реального финансового положения объекта инвестирования, так как слабо учитывают специфику деятельности организаций различных форм собственности и условий хозяйствования, при этом зачастую противоречат друг другу или не дают необходимого ответа. Подобная ситуация приводит к искажению отчетности и, как следствие, к отсутствию объективной оценки эффективности и результативности деятельности предприятия. Данные обстоятельства определили актуальность выбранной темы исследования.

Методы анализа финансовой отчетности представляют собой совокупность теоретико-познавательных категорий, научного инструментария и регулятивных принципов, используемых для исследования процессов функционирования экономических субъектов. Каждый из инструментов анализа может быть назван методом в узком смысле этого слова.

Среди основных методов анализа финансовой отчетности организации можно выделить:

- горизонтальный анализ, в рамках которого показатели за исследуемый период сравнивают с аналогичными за другие периоды;
- вертикальный анализ заключается в исследовании структуры показателей посредством постепенного перехода к более низким уровням детализации;
- факторный анализ заключается в исследовании влияния отдельных элементов деятельности предприятия на его основные экономические показатели;
- сравнительный анализ заключается в сопоставлении исследуемых показателей с аналогичными по отрасли или среди основных конкурентов;
- коэффициентный анализ;
- трендовый анализ[1].

Горизонтальный анализ сводится к построению аналитических таблиц, в которых на основании имеющихся абсолютных показателей проводится расчет относительных темпов их роста. Целью горизонтального анализа является выявление абсолютных и относительных изменений в различных статьях финансовой отчетности за определенный период и оценка этих изменений. Горизонтальный анализ представляет собой сравнение каждой строки финансовой отчетности с предыдущим периодом. Данный метод позволяет определить тенденции изменения отдельных статей и провести исчисление темпов роста.

Вертикальный (структурный) анализ представляет собой исследование структуры итоговых финансовых показателей деятельности предприятия с оценкой влияния каждой рассматриваемой позиции на результат, отраженный в отчетности в целом. Вертикальный анализ дает возможность проводить оценку деятельности предприятия по относительным показателям, что, в свою очередь, позволяет оценить структуру актива и пассива баланса, определить доли отдельных статей отчетности в валюте баланса. Целью вертикального анализа является расчет удельного веса отдельных статей в итоге баланса и оценки их динамики для того чтобы составить прогноз структурных изменений активов и источников их покрытия.

Горизонтальный и вертикальный виды анализа являются взаимодополняющими. Использование совокупности данных видов анализа позволяет построить сравнительный аналитический баланс, в котором все показатели разбиваются на три группы: показатели

структуры баланса; показатели динамики баланса; показатели структурной динамики баланса[2].

Сравнительный аналитический баланс лежит в основе анализа структуры имущества предприятия и источников его формирования. Сравнительный анализ заключается в сопоставлении значений отдельных групп аналогичных между собой показателей. При использовании данного метода анализа рассчитываются величины абсолютных и относительных отклонений сравниваемых показателей. Сравнительный анализ предполагает сравнение сводных показателей отчетности предприятия, подразделений, цехов, а также сравнение показателей данной компании с показателями конкурентов, со средними по отрасли и средней величиной производственных показателей.

Данный вид анализа позволяет проводить сравнения: фактических показателей с плановыми для оценки обоснованности плановых решений; фактических показателей с нормативными для выявления внутреннего резерва производства; фактических значений показателей отчетного периода с аналогичными за прошлые годы для выявления динамики изучаемых параметров; фактических значений показателей организации с отчетными данными других предприятий (эталонных или средних по отрасли). В практике предприятий в основном используются следующие виды сравнительного анализа:

- Сравнительный анализ значений финансовых показателей исследуемой компании со среднеотраслевыми показателями. В процессе анализа определяется степень отклонения основных результатов финансовой деятельности исследуемого предприятия от среднеотраслевых данных для оценки конкурентной позиции предприятия и определения резерва повышения эффективности его деятельности.

- Сравнительный анализ значений финансовых показателей исследуемого предприятия и его конкурентов. В процессе данного анализа исследуются слабые стороны деятельности предприятия с целью разработки направлений повышения его конкурентных позиций на рынке.

- Сравнительный анализ значений финансовых показателей отдельной структурной единицы и подразделения исследуемого предприятия (центров ответственности). Данный анализ проводится с целью получения сравнительной оценки и выявления резерва повышения эффективности деятельности его внутренних подразделений.

- Сравнительный анализ фактических и нормативных значений финансовых показателей. Данный вид анализа составляет основу контроля текущей деятельности предприятия. В процессе анализа определяется степень отклонения фактических показателей от нормативных, выявляются причины этих отклонений и разрабатываются направления корректировки конкретных направлений деятельности предприятия.

- Сравнительный анализ является наиболее важным разделом анализа показателей деятельности предприятия. Он дает возможность получить информацию не только о делах предприятия в сравнении с его прошлым положением, но и в сравнении с другими аналогичными предприятиями. При этом важным моментом является, чтобы балансы сравниваемых предприятий были сопоставимы. При подобных сравнениях необходимо учитывать соответствие исследуемых периодом, размеры предприятия, правила его отнесения к той или иной отрасли и т.п. Сравнение показателей одного предприятия может указывать на улучшение ситуации, в то время как внутриотраслевое сравнение может говорить негативной динамики в результатах деятельности предприятия согласно отраслевым меркам [3].

Сравнительный анализ предприятий имеет особое значение в условиях меняющейся экономической ситуации для потенциальных инвесторов, банков, деловых партнеров, налоговых органов, региональных органов власти и других заинтересованных лиц.

Факторный анализ заключается в оценке влияния отдельных факторов (причин) на резульативный показатель деятельности предприятия на основании использования детерминированных и стохастических методов исследования.

Коэффициентный анализ — это изучение уровня и динамики относительных показателей финансового состояния, рассчитываемых как отношения величин балансовых статей или других абсолютных показателей, получаемых на основе финансовой отчетности или бухгалтерского учета. При анализе финансовых коэффициентов их значения сравниваются с базовыми величинами, а также изучается их динамика за отчетный период и ряд смежных отчетных периодов[4].

Трендовый анализ — часть перспективного анализа, необходим в управлении для финансового прогнозирования. Тренд — это путь развития. Тренд определяется на основе анализа временных рядов следующим образом: строится график возможного развития основных показателей организации, определяется среднегодовой темп прироста и рассчитывается прогнозное значение показателя. Это самый простой способ финансового прогнозирования.

Анализ временных рядов позволяет решать следующие задачи: – изучить структуру временного ряда, включающую тренд — закономерные изменения среднего уровня параметров, а также случайные колебания; – изучить причинно-следственные взаимосвязи между процессами; – построить математическую модель временного ряда. – анализ тренда предназначен для исследования изменений среднего значения временного ряда с построением математической модели тренда и с прогнозированием на этой основе будущих значений ряда.

Рассмотренные методы применяются на всех этапах анализа финансовой отчетности, итогом которого является формирование обобщающих показателей деятельности предприятия [5].

При формировании данных показателей проводится исследование: технико-организационных и других условий деятельности предприятия; использования производственных ресурсов (основных средств, материальных ресурсов, труда и заработной платы); объема, структуры и качества продукции; затрат и себестоимости продукции. Большинство аналитических методов применяется в комплексе с различными типами моделей, позволяющих проводить структуризацию и идентификацию связи между показателями.

Список использованной литературы

1. Алексеева А., Васильев Ю., Малеева А., Ушвицкий Л. *Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности. Учебное пособие.* – М.: КноРус, 2019. 348 с
2. Бариленко В.И. *Комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебное пособие / Под общ. ред. В.И. Бариленко.* – М.: Форум, 2018. - 464 с.
3. Бодяко А.В. *Оценка порядка учета и контроля составных элементов системы формирования человеческого капитала и возможностей его совершенствования в организациях сферы образовательной деятельности // Вестник Университета (Государственный университет управления).* – 2019. - С. 192-196.
4. *Методика финансового анализа с применение зарубежного опыта // Бухучет в строительных организациях.* – 2012.
5. *Бухгалтерский учет: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / С. В. Карпова, И. К. Захаренко; под общ. ред. С. В. Карповой.* — 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2020. – 439 с.

МАКРОЭКОНОМИКАЛЫҚ РЕТТЕУ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ

МРНТИ 82.17.25

Сюй Гуанлэй¹, З.У.Джубалиева¹

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

СОСТОЯНИЕ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ТЕХНОЛОГИЙ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В КОМПАНИЯХ

Аннотация

В настоящее время экономика Китая продолжает развиваться, и рыночная конкуренция становится все более жесткой. Человеческие ресурсы все чаще становятся ключевым фактором для предприятий в достижении их собственных стратегических целей. Управление человеческими ресурсами стало ядром управления предприятием. Усиление системы управления людскими ресурсами является необходимой мерой для их выживания и долгосрочного стабильного развития.

Среди занятого населения Китая качество работников различных технических профессий в целом низкое. Согласно статистике, среди почти 70 миллионов квалифицированных рабочих в стране 35% являются работниками средней квалификации и только 3,5% - работниками высшей квалификации. Доля старших технических специалистов в США, Германии и Японии составляет более 40%. Кроме того, Китай по-прежнему находится в нижней части всей международной производственной цепочки. Контроль качества является важным путем модернизации и оптимизации производства в Китае, который может способствовать росту конкурентоспособности предприятий. Технологии управления персоналом получают важное значение для обучения и развития человеческих ресурсов. Оно способствует развитию отдельных предприятий и государства в целом.

Ключевые слова: менеджмент, управление, технологии управления персоналом, управление человеческими ресурсами, развитие предприятий, оценка эффективности.

Сюй Гуанлэй¹, З.У.Джубалиева¹

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

КОМПАНИЯЛАРДА ҚЫЗМЕТКЕРЛЕРДІ БАСҚАРУ ТЕХНОЛОГИЯЛАРЫНЫҢ МӘРТЕБЕСІ МЕН ДАМУЫ БАҒЫТТАРЫ

Аңдатпа

Қазіргі уақытта Қытай экономикасы дамуын жалғастыруда, нарықтық бәсекелестік күшейе түсуде. Адам ресурстары кәсіпорындардың стратегиялық мақсаттарына жетуінің негізгі факторына айналууда. Адам ресурстарын басқару кәсіпорынды басқарудың өзегіне айналды. Адам ресурстарын басқару жүйесін нығайту олардың өмір сүруі және ұзақ мерзімді тұрақты дамуы үшін қажетті шара болып табылады.

Қытайдағы жұмыспен қамтылған халықтың арасында әртүрлі техникалық кәсіптердегі жұмысшылардың сапасы негізінен төмен. Статистикалық мәліметтерге сәйкес, елдегі 70 миллионға жуық білікті жұмысшылардың 35 пайызы орта білікті жұмысшылар, ал тек 3,5

пайызы ғана жоғары білікті жұмысшылар. АҚШ, Германия және Жапониядағы бас техникалық мамандардың үлесі 40%-дан асады. Бұған қоса, Қытай әлі де бүкіл халықаралық өндіріс тізбегінің төменгі жағында. Сапаны бақылау Қытайдағы өндірісті жаңғырту мен оңтайландырудың маңызды жолы болып табылады, бұл кәсіпорындардың бәсекеге қабілеттілігін арттыраалады. HR технологиялары адам ресурстарын оқыту және дамыту үшін маңыздылыққа ие болуда. Ол жекелеген кәсіпорындардың және жалпы мемлекеттің дамуына ықпал етеді.

Түйін сөздер: менеджмент, менеджмент, персоналды басқару технологиялары, адам ресурстарын басқару, кәсіпорынды дамыту, тиімділікті бағалау.

Xu Guanglei¹, Z.U.Dzhubaliev¹

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

STATUS AND DIRECTIONS OF DEVELOPMENT OF HR MANAGEMENT TECHNOLOGIES IN COMPANIES

Abstract

At present, China's economy continues to develop, and market competition is becoming increasingly fierce. Human resources are increasingly becoming a key factor for enterprises to achieve their own strategic goals. Human resource management has become the core of enterprise management. Strengthening the human resources management system is a necessary measure for their survival and long-term sustainable development.

Among the employed population in China, the quality of workers in various technical professions is generally low. According to statistics, among the almost 70 million skilled workers in the country, 35% are medium-skilled workers and only 3.5% are highly skilled workers. The share of senior technical specialists in the US, Germany and Japan is over 40%. In addition, China is still at the bottom of the entire international production chain. Quality control is an important way to modernize and optimize production in China, which can improve the competitiveness of enterprises. HR technologies are gaining importance for the training and development of human resources. It contributes to the development of individual enterprises and the state as a whole.

Key words: management, management, personnel management technologies, human resource management, enterprise development, efficiency assessment.

Китай с населением в 1,4 миллиарда человек обладает бесконечными возможностями для развития и значительными резервными силами. В тоже время это создает и возможности и вызовы. Можно постоянно улучшать качество рабочей силы за счет различного обучения и реформ на предприятии, в обществе и стране. Возможно также, что из-за отставания в реформах и простой погоне за прибылью предприятий, игнорирующих подготовку кадров как необходимое условие долгосрочного развития, рабочая сила станет неудовлетворительной, и ее качество долгое время находится на низком уровне. Поэтому то, как осуществляется управление человеческими ресурсами на уровне предприятия, общества и страны, увеличиваются инвестиции в человеческие ресурсы, улучшается структура социальной рабочей силы и повышать уровень занятости предприятий, будет ключевым фактором того, сможет ли предприятие достичь конкурентоспособности и сможет ли страна в долгосрочной перспективе поддерживать успешно развитие.

Возрастание важности управления человеческими ресурсами на современных предприятиях подтверждается следующими положениями:

- управление человеческими ресурсами является ключом к выживанию и развитию предприятия. Чтобы предприятия могли заниматься экономической деятельностью для достижения поставленных целей, они должны использовать различные типы ресурсов. Эти ресурсы в основном можно разделить на пять категорий: люди, деньги, материалы, информация и время. Это незаменимый источник создания общественного богатства, а также основа выживания предприятий. Однако их статус и функции неодинаковы. Использование денег, материалов, информации и времени должно быть реализовано посредством деятельности человеческих ресурсов. Таланты стали самой большой движущей силой развития предприятия и имеют особые функции по сравнению с другими ресурсами [1]. Совместное использование человеческих ресурсов определяется качеством человеческих ресурсов, а эффективностью их совместной работы и также основана на оптимизации распределения человеческих ресурсов и развитии преимуществ таланта.

Управление человеческими ресурсами может позволить предприятиям получить и сохранить конкурентное преимущество. Научное и эффективное управление человеческими ресурсами может позволить малым и средним предприятиям получить и сохранить конкурентное преимущество. По словам Лоуренса Клеймана, профессора Школы делового администрирования Университета Теннесси, чтобы добиться успеха, компания должна получить и сохранить преимущество перед своими конкурентами. Это конкурентное преимущество может быть достигнуто двумя способами: одним из них является ценовое преимущество, а другим — дифференциация продукта. Реализация этих двух способов взаимосвязана с организацией управления человеческими ресурсами.

С развитием социальной экономики предприятия постоянно прогрессируют в достижении устойчивых конкурентных преимуществ. В процессе прохождения разных исторических этапов развития и изучения исторического процесса эволюции управления предприятием только научное управление человеческими ресурсами (в том числе отбор, трудоустройство, обучение людей) формирует представление о важности комплекса мер по организации управления человеческими ресурсами предприятий. Мотивация людей, их организация и координация возможна если предприятие формирует благоприятную атмосферу, на основе научного управления, в которой работники сотрудничают друг с другом, учатся друг у друга используя сильные стороны и дополняют, учитывая слабости друг друга, для улучшения и укрепления процесса управления предприятием, тем самым повысив конкурентоспособность предприятия. Уровень управления человеческими ресурсами является концентрированным выражением уровня управления предприятием. Это также является ключевой движущей силой для быстрого развития предприятий [2].

Учитывая данные положения и судя по опыту Европы, США и Японии, Китай достиг критической точки реформы управления. Ключевым моментом реформы является управление человеческими ресурсами. Потому что любой менеджмент — это не что иное, как работа с людьми и другими объектами. В то время как в управлении производственными процессами в Китае накоплен большой опыт, именно в управлении людьми очень нужна основательная и далеко идущая реформа. В такой стране, как Китай, реформа предприятий часто тесно связана с политикой реформ страны. Китай уделяет особое внимание реформе государственного управления начиная с 2012 г. Прошло десять лет, а реформа по-прежнему остается очень актуальной темой. Реформа предприятий также неизбежна и они не могут постоянно подвергаться влиянию изменения политики и оставаться незавершенными. Вместе с тем, национальные предприятия также не должны чрезмерно ориентироваться на опыт Запада и игнорировать законы и правила, которые применяются в Китае [3].

Анализ текущей ситуации и проблем управления человеческими ресурсами в Китае позволяет сделать следующие выводы:

- цели оценки деятельности предприятий не всегда ясны. В Китае, поскольку цель некоторых предприятий не ясна, дизайн системы служебной аттестации часто ненаучен. Например, если принцип оценки запутан, дизайн системы служебной аттестации часто ненаучен. Например, принципы оценки сбивают с толку, и нет никакой связи между содержанием оценки и условиями проекта, что отражает осведомленность руководителя и его личные симпатии и антипатии. Система служебной аттестации изменяется по желанию, поскольку отсутствует преемственность и последовательность политики. Оценка эффективности - это только метод управления, и целью руководства не является оценка поэтапной работы сотрудников посредством эффективной аттестации.

- стандарт оценки не всегда ясен. На некоторых предприятиях стандарты служебной аттестации слишком расплывчаты, выражения неясны, стандарты неполны, объективное подменяется субъективным и т.д. Оценка сотрудников с несовершенными или даже несоответствующими стандартами неизбежно приведет к неполным, необъективным и предвзятым результатам, кроме того результаты оценки часто не признаются оцениваемыми.

- в выборе методов оценки рассматривается ограниченный набор методов, как правило распространена практика использования во всех случаях единственного метода оценки, а результаты оценки не являются научными. Когда некоторые предприятия проводят служебную аттестацию, часто это означает одностороннюю оценку, т.е. проводится обзорная оценка подчиненных руководителем. Если у оценщика были личные переживания, конфликты, предубеждения и множество других факторов, то это неизбежно отразится на результатах служебной аттестации, а поскольку у оценщиков тоже есть свое разделение обязанностей, оценщику сложно знать, не находится ли оценщик под влиянием мнений начальника. Качество работы в таком случае приведет к сбору необъективной информации и отклонениям в результатах служебной аттестации.

- разрыв между управлением человеческими ресурсами и корпоративной культурой очевиден. В настоящее время многие местные предприятия в Китае придают большое значение построению корпоративной культуры, а также вкладывают значительные материальные и финансовые ресурсы в планирование корпоративной культуры. Но есть некоторые недоразумения в процессе построения корпоративной культуры. Например, придавать большое значение построению материального слоя корпоративной культуры, игнорируя при этом роль основных корпоративных ценностей. При этом обращается внимание, в основном, на креативность специалистов по планированию и игнорируется реальная ситуация на предприятии. В результате корпоративная культура зачастую представляет нерабочий инструмент, который сотрудниками не воспринимается в должной мере. Все это влияет на способность предприятия справляться с будущими условиями и эффективно распоряжаться потенциалом его сотрудников.

- корпоративная культура не отражает основные ценности компании. Корпоративная культура — это основная система ценностей, признанная и разделяемая всеми сотрудниками, которая определяет основные модели мышления и поведения людей, определяет концепцию основных ценностей и чувство миссии, которые могут быть искренне признаны всеми сотрудниками компании и могут способствовать усердной работе. Благоприятная психологическая среда и корпоративная культура может гарантировать, что эффективность бизнеса положительно влияет на организационные изменения и развитие [4]. Однако нынешнее состояние корпоративной культуры во многих китайских компаниях не смогло отразить эту основную ценность.

- технические методы управления человеческими ресурсами, применяемые во многих компаниях, являются отсталыми. Вступление в эпоху сетевой экономики изменило средства и режим работы по управлению человеческими ресурсами. Эти изменения были замечены в некоторых отраслях, но не в обществе в целом. Большинство отраслей по-прежнему зависят

от людей. Несмотря на высокие темпы экономического роста в последние десятилетия, многие китайские предприятия все еще сохраняют высокий уровень отставания в применении современных технологий развития и управления человеческими ресурсами. Остаются недостаточно развитыми такие технологии, как планирование человеческих ресурсов, управление набором персонала, анализ обучения, оценка эффективности, планирование заработной платы, уровень организационного управления и т.д.

- при распределении человеческих ресурсов требования к работе и возможности персонала не связаны. С точки зрения профессионального обучения на предприятии, несмотря на быстрое развитие национального рынка обучения, текущее состояние обучения сотрудников предприятий в стране все еще находится в нестабильном и низкоуровневом состоянии, и преимущества обучения трудно отразить. Степень институционализации и стандартизации обучения очень низкая, а предприятия недостаточно инвестируют в обучение. Трудно всесторонне повышать качество сотрудников, а разрыв между способностями персонала и востребованностью должности увеличивается.

Изменения в демографии рабочей силы в Китае

За последние годы структура занятости человеческих ресурсов в Китае также претерпела большие изменения, а также изменилось соотношение рабочей силы разного возраста на предприятиях.

По состоянию на конец 2021 года в Китае насчитывалось 775,86 млн занятых, в том числе 434,19 млн занятых в городских районах. В целом за год в городах было создано 13,61 млн новых рабочих мест, что на 100 000 больше, чем в предыдущем году [5].

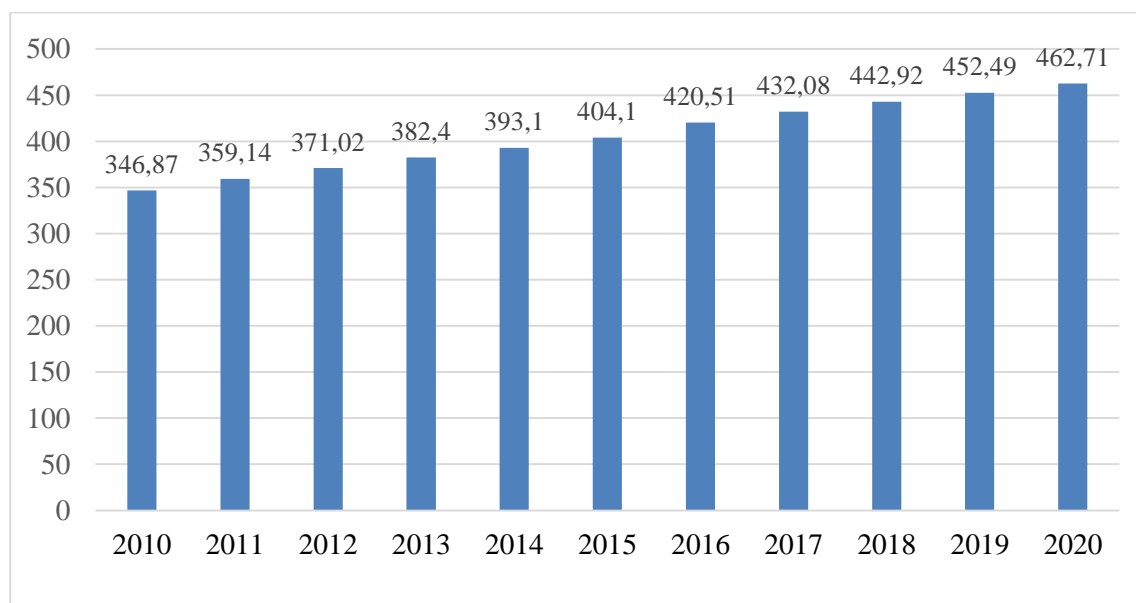


Рисунок 1 - Количество занятого городского населения Китая в 2010-2020гг., млн. человек

Примечание- рисунок составлен по источнику [5]

Как видно из рисунка 1, доля городского населения в общей численности занятых повышается, что подтверждает тенденцию роста урбанизации в Китае, связанную со стремлением качественного развития занятости, ростом спроса на работников, одновременно наблюдается снижение доли сельского населения в структуре занятого населения трудоспособного возраста.

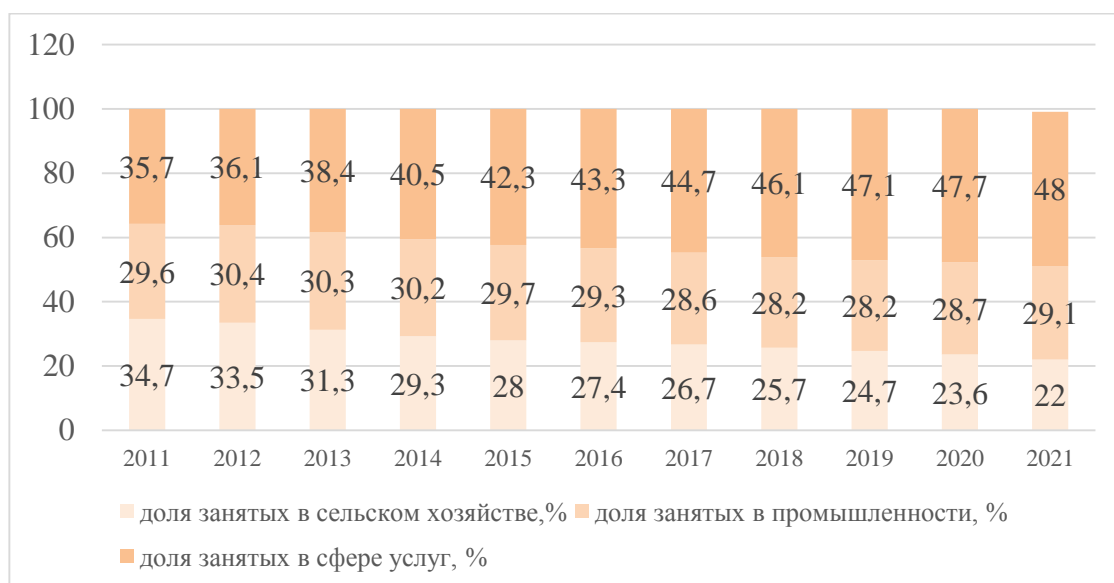


Рисунок 2 - Распределение рабочей силы по секторам экономики Китая в 2011-2021гг.,%
Примечание- рисунок составлен по источнику [6]

В настоящее время развитие населения Китая находится на переломном этапе. С изменением возрастной структуры, начиная с 2018 года, численность и доля трудоспособного населения страны снижалась в течение семи лет подряд, сократившись более чем на 26 миллионов человек. в семь лет. Под влиянием продолжающегося сокращения населения трудоспособного возраста сократилось общее предложение рабочей силы, в конце 2021 года впервые сократилось и общее количество занятых по стране, и ожидается, что оно продолжит снижаться в ближайшие несколько лет. В то же время рост доли пожилого населения увеличивает нагрузку на трудоспособное население, создавая проблемы для экономического развития и социального обеспечения.

В прошлом году численность трудоспособного населения Китая в возрасте от 16 до 59 лет продолжала сокращаться, а общая численность занятого населения впервые сократилась, однако общая численность трудоспособного населения по-прежнему составляла почти 900 миллионов человек, а общая численность занятого населения по-прежнему 780 млн. Трудовые ресурсы по-прежнему в изобилии. За счет повышения уровня участия в рабочей силе, расширения и обеспечения занятости и т.д. Роль существующего трудоспособного населения и занятого населения будет задействована в полной мере, а за счет оптимизации занятости населения и структура населения трудоспособного возраста, качество населения в целом и населения трудоспособного возраста будут улучшены, и будут задействованы человеческие ресурсы,обладающие большим потенциалом. В частности, по данным рисунка 2 можно отметить рост численности занятых в сфере услуг.

Происходящие изменения на рынке труда представляют серьезным испытанием для уровня управления человеческими ресурсами. Изменение структуры занятости населения неизбежно потребует саморазвития человеческих ресурсов для адаптации к новой кадровой структуре. Как адаптировать, направлять и объединять новые типы персонала и талантов — это насущный вопрос для управления человеческими ресурсами, и это также проблема, с которой китайские предприятия будут сталкиваться в будущем [7].

Уровень зарегистрированной безработицы в Китае по итогам первых четырех месяцев 2022 года составил 5,7%. Уровень безработицы изменяется на протяжении последних лет под влиянием разных факторов, в то же время предпринимаются меры по созданию новых рабочих мест.

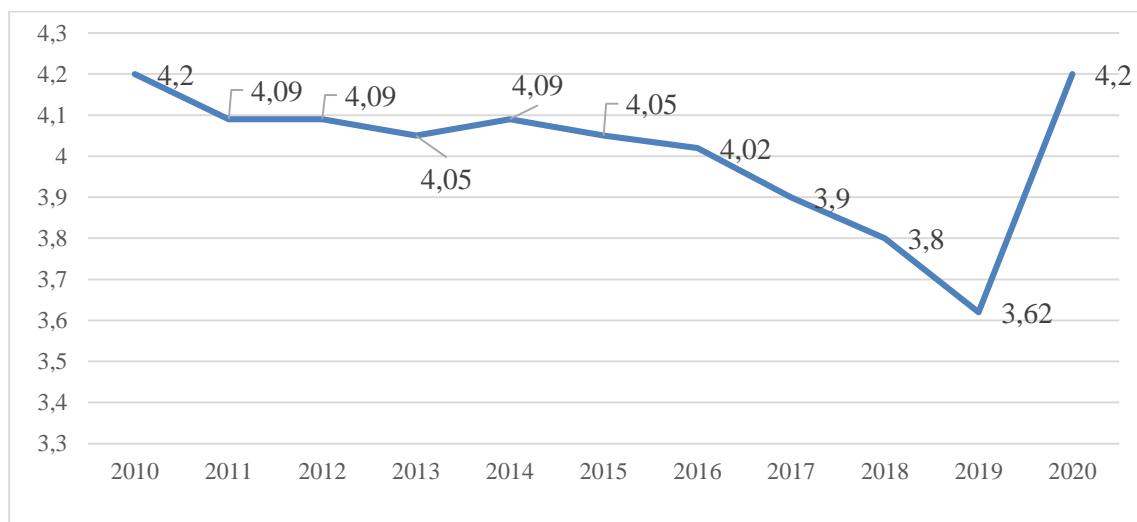


Рисунок 3 - Уровень безработицы в Китае в 2010-2020 годах, %
Примечание- рисунок составлен по источнику [8]

Уровень зарегистрированной безработицы в Китае по итогам первых четырех месяцев 2022 года составил 5,7%. В период первых трех кварталов 2022г. уровень безработицы среди населения возрастных групп от 16 до 24 лет и от 25 до 59 лет составил 17,9% и 4,7% соответственно.

Уровень безработицы различается для отдельных возрастных групп (рисунок 4), особое внимание привлекает молодежная безработица, которая снижает мотивацию молодых специалистов в поисках рабочих мест.

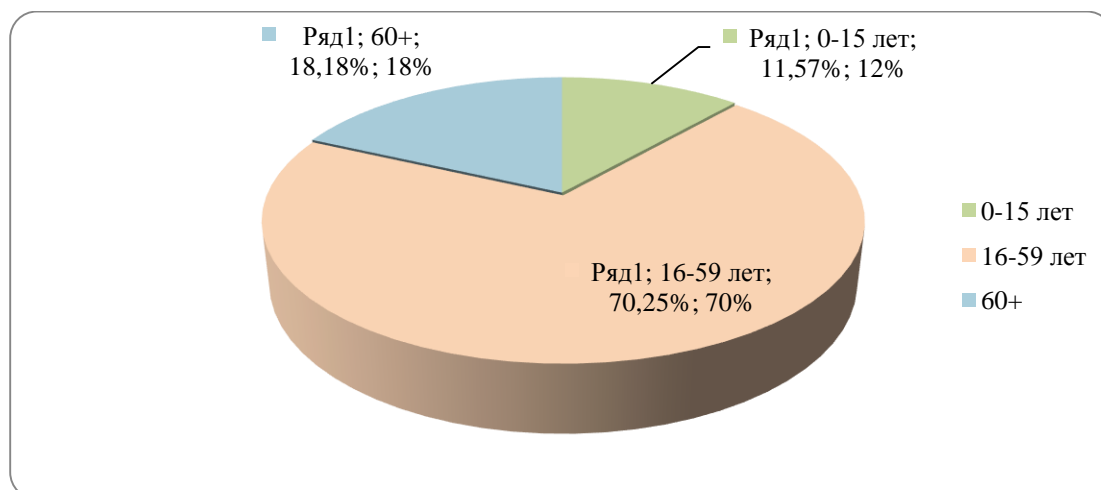


Рисунок 4- Доля населения Китая по возрастным группам в 2020г
Примечание – рисунок составлен по источнику [9]

Доля населения по возрастным группам отражает соотношение трудоспособной и нетрудоспособной частей населения. Так, по данным 2021г. доля населения 0-15 лет, 16-59 лет и 60+ лет соответственно составляла: 17,8%, 64,3% и 17,9% соответственно (рисунок 5). Из них количество трудоспособной части населения составляет 64,30% и нетрудоспособных 35,7% [10].

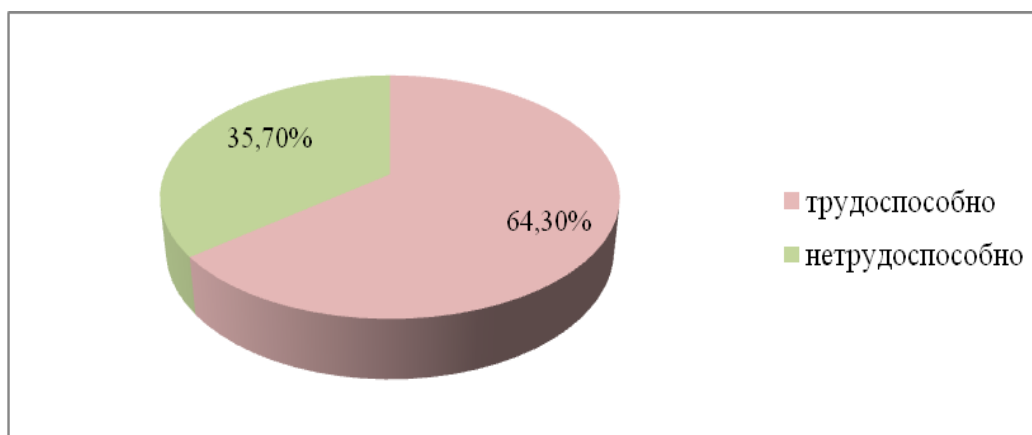


Рисунок 5 - Доля трудоспособного населения Китая в 2021г
Примечание – рисунок составлен по источнику [8]

Проведенное исследование показывает, что объем функций управления отличается. Традиционная трудовая и кадровая работа рассматривает подбор, использование, оценку, вознаграждение, продвижение по службе, перевод и выход на пенсию работников. Управление человеческими ресурсами стирает границы между работниками и кадрами, применяется единый учет руководства всеми физическими и умственными работниками в организации. Функция традиционного отдела управления персоналом заключается в наборе новых людей и заполнении вакансий. После того, как персонал подходит, далее следует ряд звеньев управления для контроля за реализацией работы персонала. Управление человеческими ресурсами не только выполняет эту функцию, но также выполняет задачи по планированию различных работ, планированию рабочего процесса и координации рабочих отношений.

- в центре внимания управления реализацией ставятся разные цели. Целью традиционного управления персоналом является снижение затрат, при этом в себестоимость засчитывается заработная плата каждого работника. Поэтому вопрос о том, как нанять меньше людей и добиться большего результата, вызывает озабоченность. Управление человеческими ресурсами должно в первую очередь рассматривать людей как ресурсы, которые можно развивать, и думать, что благодаря развитию и научному управлению сотрудники могут повышать, создавать большую ценность и даже неожиданные достижения.

- механизм стимулирования предполагает демонстрацию четких поощрений или наказания. Предприятия должны строить управление человеческими ресурсами исходя из целостного представления. Механизм стимулирования и другие аспекты управления человеческими ресурсами должны быть взаимосвязаны и способствовать развитию друг друга. Важная часть механизма стимулирования отражается в системе распределения для работников. Государственные предприятия должны сломать существующий подход в рамках исходной плановой экономической системы. Система распределения может принимать различные формы: например, годовая система заработной платы, система постоплаты, сдельная оплата труда, дивиденды по акциям и т. д. Необходимо достижение такой организации управления персоналом, когда интересы работников и интересы предприятия становятся взаимосвязанными, когда стимулирующий эффект будет более очевидным.

- система служебной аттестации – данный процесс должен отражать открытость, честность и справедливость. То есть метод проверки чьей-либо работы должен быть открыт для общественности. При этом обязанности в процессе управления и оценки должны определяться должностью, а не личностью и требуют одинакового отношения к процессу оценки.

Новая тенденция развития человеческих ресурсов в Китае

1. В настоящее время управление человеческими ресурсами Китая постепенно освобождается от оперативных и административных дел, меняя роль администрации, организации и подчинения в прошлом. Проводится трансформация в стратегическую роль, связанную с организационным развитием и управленческой компетенцией. Новый отдел управления человеческими ресурсами должен быть меньшим по размеру и более мощным, и взаимосвязанным с основной миссией компании. Это требует от HR-специалистов не только глубокого понимания специфических особенностей своей отрасли, но и хороших навыков организационного проектирования, организационных изменений и методов вмешательства. Это также требует аналитических и межличностных навыков для плавного управления изменениями.

2. Использование человеческих ресурсов взаимосвязано с тенденциями развития компенсации. Управление, основанное на возможностях, представляет собой новый этап в развитии управления человеческими ресурсами. Это требует, чтобы компании ломали свои собственные границы, и чтобы кумовство и привилегии не мешали отбору талантов. Сломать стереотипное представление лидера о подчиненных, субъективные симпатии и антипатии лидера. Необходимо преодоление недостатков процесса выбора людей, чтобы выбирать таланты и использовать таланты в соответствии с их характеристиками. Требуется, чтобы в системе заработной платы было реализовано распределение в соответствии с вкладом работника, а заработная плата и доход распределялись в соответствии с уровнем образования, способностями и трудовым вкладом людей.

3. Тенденция аутсорсинга управления человеческими ресурсами становится все более и более очевидной. Иностранные предприятия, практика аутсорсинга функции управления человеческими ресурсами доказали, что, внедрив аутсорсинг в реализацию функции управления человеческими ресурсами, можно получить профессиональные услуги эффективного управления человеческими ресурсами, можно получить новейшие информационные технологии по развитию человеческих ресурсов, и также можно устранить проблему нехватки времени.

4. Инвестиции в человеческий капитал растут. Инвестиции в человеческий капитал, главным образом в образование и профессиональную подготовку, будут продолжать расти. Предприятия могут сформулировать многоуровневое, многоканальное и многопрофильное отраслевое обучение в соответствии со своими реальными потребностями для повышения деловых навыков и профессионализма сотрудников. Кроме того, обучение также является лучшей идеей для решения проблемы уволенных сотрудников на предприятиях.

5. По отзывам многих китайских предпринимателей и оценкам специалистов по менеджменту, с непрерывным развитием науки и техники применение искусственного интеллекта в различных отраслях продолжает расширяться и совершенствоваться, и при управлении человеческими ресурсами также могут использовать большие данные и искусственный интеллект для учета, измерения, оценки и контроля энтузиазма и работоспособности сотрудников.

Большие данные и искусственный интеллект можно использовать для совершенствования систем обучения персонала, популяризации новых технологий среди работников, улучшения трудовых отношений более популярными способами. Например, несколько десятилетий назад видеонаблюдение вошло в офис и мастерские, и хотя оно не контролировало работу сотрудников напрямую, оно эффективно препятствовало тому, чтобы заниматься чем-то посторонним, кроме работы в офисе. Сегодня большие данные и искусственный интеллект могут осуществлять распределение должностей, оценку эффективности, назначение задач, оценку и контроль сотрудников через сеть компании, компьютеры, мобильные телефоны и программное обеспечение. Это делает работу HR более системной и эффективной. Его также

можно использовать для точного понимания жизненных трудностей сотрудников, (в том числе, свадеб и похорон, а также соболезнований, поздравлений или компенсаций сотрудникам).

Есть китайская поговорка: если работник хочет хорошо работать, он должен сначала наточить свои инструменты. Только постоянное совершенствование управления человеческими ресурсами может создавать неослабевающую силу развития предприятия. Технологии продолжают развиваться, меняясь с каждым днем. Если нам необходимо, чтобы технологии приносили больше пользы предприятиям, обществу и людям, мы должны оптимизировать социальные институты и системы управления предприятиями, чтобы можно было постоянно внедрять хорошие технологии на предприятиях и в домах людей посредством рыночных продаж. Поэтому для хорошей жизни требуется постоянное развитие технологий, а применение технологий на предприятиях требует совершенствования управления. Новый режим управления реализуется и модернизируется посредством управления человеческими ресурсами.

В Китае проблемы, с которыми сталкивается управление человеческими ресурсами, отражают одновременно наследие истории и новые изменения в социально-экономическом развитии. Но, какой бы ни была проблема, пока ей уделяется достаточное внимание, ее можно постепенно разрешать с помощью технологии управления персоналом. Согласно предположениям экспертов начиная с 2025 г. население Китая столкнется с огромным поворотным моментом, когда доля стареющего населения будет увеличиваться, что является вызовом для управления человеческими ресурсами и проверкой технологии управления персоналом. Применение новых технологий в управлении, особенно инновационных технологий управления персоналом, безусловно, приведет к большим изменениям. Будет ли это незаметным или внезапным, можно будет увидеть более ясно, только через несколько лет. Как и в сегодняшнем Китае, оглядываясь на 40 лет назад, в ту бедную эпоху управление человеческими ресурсами было отсталым, а мышление было основано на устаревших подходах, что резко контрастирует с сегодняшним Китаем.

Одним словом, в Китае по-прежнему много недостатков и проблем с управлением и развитием человеческих ресурсов. Причем, управление человеческими ресурсами постоянно обучается, реформируется, обновляется и развивается. Это не только создает стимулы для развития предприятий, но и отражает реформы национальной системы управления. Китайские предприниматели также все больше внимания уделяют управлению человеческими ресурсами и все больше понимают, что незаменимым звеном в новой модели управления является современная модель управления человеческими ресурсами.

Будь то новый метод управления человеческими ресурсами или новый метод и технология, в конечном счете, оно служит развитию и источником прибыли предприятия. Новые модели и технологии управления человеческими ресурсами меняют модель развития предприятий, что, в свою очередь, меняет социальную структуру, содержание и условия труда и образ жизни людей. В конечном счете будет отражаться на социальных изменениях.

Список использованной литературы

1. Лю Синь, Рэймонд А. Ной, Джон Р. Холленбек, Барри Герхардт, Патрик М. Райт. *Управление человеческими ресурсами: Издательство Народного Университета, 2011.*

2 Қали А.Қ. *Управление человеческими ресурсами: теоретический и практический подход. Almaty Management University магистрантарының Бесінші Коллоквиумының материалдар жинағы. – Алматы: Алматы Менеджмент Университет, 2020. – с. 32-38.*

3. Коннерди Б., Чаран Р. *Мастер управления талантами. Машиностроительная промышленность Пресс, 2012.*

4. Друкер П. *Практика менеджмента. – Бухгалтерская пресса Лисинь, 2012.*

5. Number of employed people in urban and rural areas of China from 2010 to 2020(in millions) <https://www.statista.com/statistics/1102407/china-number-of-employed-persons-in-urban-rural-areas/> (дата обращения 1.11.2022г).
6. Распределение рабочей силы по секторам экономики Китая с 2011 по 2021гг. <https://www.statista.com/statistics/270327/distribution-of-the-workforce-across-economic-sectors-in-china/>
7. Бернардин Х. Джон Методы практики управления человеческими ресурсами. Издательство Нанкинского университета, 2009/ (дата обращения 05.11.2022г.).
8. Peng Ge Wenkai Sun Zhong Zhao. Employment Structures in China from 1990 to 2015: Demographic and Technological Change. FEBRUARY 2021. URL: <https://docs.iza.org/dp14141.pdf> (дата обращения 05.11.2022г.).
9. Ситуация с человеческими ресурсами в Китае. Информационное бюро Госсовета, 2020г.
10. Отчет рыночной экономики по городам Китая за период 2011-2021 (он-лайн). 2021г. <https://www.china-briefing.com/news/itogi-2021-goda-v-kitae-obzor-klyuchevogo-goda/>(дата обращения 05.11.2022г.).

МРНТИ 06.39.02

М.А. Канабекова¹
Г.И. Жолдасова¹
Дай Чанвэнь¹

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

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация

В статье рассмотрено понятие конкурентоспособности предприятия, раскрыта ее экономическая сущность, приведены уровни обеспечения конкурентоспособности, выявлены различные факторы, влияющие на уровень конкурентной борьбы предприятий, и принципы, соблюдение которых обеспечит устойчивые позиции предприятия на рынке.

Использование программных продуктов в вопросе внедрения ISO 9001 так же важно, как и в тех бизнес-процессах, на которых специализируется предприятие. Самое время начать их использовать.

Условием конкурентоспособности каждого предприятия является качество выпускаемой продукции. Очень важно знать как управлять качеством любого предприятия, и добиться этого можно силами служб управления качества.

Актуальность данной темы заключается в повышении конкурентоспособности предприятия, управления качеством продукции и автоматизация менеджмента качества. Цель данной статьи: рассмотреть пути достижения конкурентоспособности предприятий на сегодняшний день, учитывая специфику рыночной среды.

Ключевые слова: конкурентоспособность, предприятие, управление, качество, продукция, автоматизация, менеджмент, соперничество.

М.А. Канабекова¹

Г.И. Жолдасова¹

Дай Чанвэнь¹

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

КӘСІПОРЫННЫҢ БӘСЕКЕГЕ ҚАБІЛЕТТІЛІГІН АРТТЫРУ

Аңдатпа

Мақалада кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігі түсінігі қарастырылады, оның экономикалық мәні ашылады, бәсекеге қабілеттілік деңгейлері қамтамасыз етіледі, кәсіпорындардың бәсекеге қабілеттілік деңгейіне әсер ететін әртүрлі факторлар және сақталуы кәсіпорынның нарықтағы тұрақты жағдайын қамтамасыз ететін принциптер анықталады. нарық. ISO 9001 стандартын енгізуде бағдарламалық өнімдерді пайдалану кәсіпорын маманданған бизнес-процестердегідей маңызды. Оларды пайдалануды бастау уақыты келді.

Әрбір кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігінің шарты оның өнімінің сапасы болып табылады. Кез келген кәсіпорынның сапасын басқаруды білу өте маңызды және бұған сапа менеджменті қызметінің көмегімен қол жеткізуге болады.

Бұл тақырыптың өзектілігі кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігін арттыру, өнім сапасын басқару және сапаны басқаруды автоматтандыру болып табылады. Бұл мақаланың мақсаты: нарықтық ортаның ерекшеліктерін ескере отырып, бүгінгі күні кәсіпорындардың бәсекеге қабілеттілігіне жету жолдарын қарастыру.

Түйін сөздер: бәсекеге қабілеттілік, кәсіпорын, менеджмент, сапа, өнім, автоматтандыру, басқару, бәсекелестік.

Kanabekova M.A.¹

Zholdassova G.I.¹

Dai Changwen¹

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

INCREASING THE COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE

Abstract

The article considers the concept of competitiveness of an enterprise, reveals its economic essence, provides levels of competitiveness, identifies various factors that affect the level of competitiveness of enterprises, and principles, the observance of which will ensure a stable position of the enterprise in the market.

The use of software products in the implementation of ISO 9001 is just as important as in those business processes in which the enterprise specializes. It's time to start using them.

The condition for the competitiveness of each enterprise is the quality of its products. It is very important to know how to manage the quality of any enterprise, and this can be achieved with the help of quality management services.

The relevance of this topic is to increase the competitiveness of the enterprise, product quality management and automation of quality management. The purpose of this article: to consider ways to achieve the competitiveness of enterprises today, taking into account the specifics of the market environment.

Keywords: competitiveness, enterprise, management, quality, products, automation, management, rivalry

В современных экономических условиях проблема повышения конкурентоспособности и повышения качества, является актуальной для всех предприятий отраслей народного хозяйства.

На сегодняшний день, для достижения эффективных результатов своей работы всем предприятиям нужно приспособляться к постоянно изменяющимся условиям рынка, которые, в свою очередь, требуют разработки инновационных концепций развития предприятия и повышения его конкурентоспособности. Для разработки данных концепций необходимо тщательное изучение экономической категории конкурентоспособности, ее особенностей и признаков. Отсутствие необходимых теоретических и практических знаний сложного механизма обеспечения конкурентоспособности товаров и услуг зачастую приводит к серьезным просчетам при установлении цен, что ведет в ряде случаев к существенным убыткам, а иногда и к банкротству предприятий.

В условиях нестабильной экономики на данный момент прослеживается чрезмерное повышение цен на ту или иную продукцию, каждый производитель, продавец и в частности сам товар, вынужден вести борьбу за предпочтения потребителя. В этой ситуации предпочтения любого потребителя отдается товару, который, будет как наиболее доступный как по стоимости, так и по качеству который на данный момент всецело и будет определяться, как конкурентоспособный.

Определяя понятие конкурентоспособности предприятия, прежде всего необходимо начать с содержания и сущности конкуренции. Само собой разумеется, что конкурентоспособность предприятия должна формулироваться в зависимости от достижений и целей, определенных понятием конкуренции.

В других статьях конкуренция формулируется как соперничество между хозяйствующими единицами, которые имеют интерес в достижении одинаковой цели при условии ограниченности ресурсов. Если эту цель обозначить со стороны рыночной экономики, то рыночная конкуренция есть соревнование хозяйствующих субъектов за получение прибыли.

Рассмотрим существующие виды конкуренции.

Внутриотраслевая конкуренция – это борьба между предприятиями, действующими в одной отрасли хозяйства, за более выгодные условия выпуска и сбыта продукции, что обусловлено, различиями качества производственного оборудования предприятий, уровнем квалификации персонала и технической оснащенности. Все эти факторы обуславливают различие себестоимости выпускаемой продукции, а, следовательно, и прибыли компаний.[2]. Но несмотря на данные отличия, внутриотраслевая конкуренция приводит к уравниванию цен на рынке.

Следующим видом конкурентной борьбы между предприятиями, функционирующим в разных отраслях экономики является межотраслевая конкуренция, основу которой составляет стремление производителей к получению большей прибыли, а также поиску наиболее выгодной сферы приложения капитала.

Отметим, что в экономической теории уровень конкуренции на том или ином рынке оценивается по семи признакам:

- число фирм - производителей;
- различие («дифференциация») товаров;
- уровень концентрации (т.е. удельный вес каждой фирмы в производстве и реализации данного товара);
- способ формирования цены товара;
- возможности для появления новой фирмы на данном рынке;
- степень информированности покупателей и продавцов о ценах и качестве товаров;
- в какой мере покупка осуществляется без принуждения.

Также следует выделить такие виды конкуренции как конкуренция чистая, монополистическая и олигополистическая.

На рынке чистой конкуренции существует большое количество продавцов и покупателей какой - либо схожей продукции.

Ни покупатель, ни продавцы в отдельности не оказывают определяющего влияния на уровень текущих рыночных цен продукции. Продавец не в состоянии устанавливать цену, превышающую рыночную, поскольку потребитель при этом может свободно приобрести товары по рыночной цене у конкурентов.

На рынке монополистической конкуренции действует большое количество покупателей и продавцов, которые могут совершать сделки в широком диапазоне цен.

Эта возможность обеспечена способностью продавцов предложить покупателям различные товары. Изделия могут отличаться друг от друга по качеству, свойствам, внешнему оформлению, а также по ассортименту сопутствующих услуг. Покупатели видят эти различия и готовы платить за товары вплоть до самых высоких цен, которые зафиксированы на рынке.

На олигополистическом рынке действует небольшое количество продавцов, которые чувствительны к ценовой политике, а также к маркетинговой стратегии. Не значительное количество участников олигополистического рынка в высокой степени обеспечена жесткостью условий при проникновении на данный рынок. Существуют различные свойства олигополистического рынка, одним из его существенных признаков является то, что участники данного рынка не могут рассчитывать на долговременный позитивный результат повышения цен: конкуренты вынудят снизить их.

В зависимости от социально-экономических отношений, которые сложились в той или иной стране, можно выделить неодинаковые типы конкуренции.

В хозяйствах, которые основаны на частной собственности, развиваются следующие типы конкуренции:

- конкуренция простых товаропроизводителей;
- единоличных капиталов;
- монополий;
- национальных капиталов;
- интернациональных капиталов.

Свободная конкуренция, которая ведется посредством «сбивания» цен, заставляет всех производителей следовать едиными правилами поведения. В них отражаются те требования общественно-нормального хозяйствования, предписывающие объективные экономические законы.

Рыночное сотрудничество приводит к успеху в том случае, когда производитель заботится о сохранности производства, расширяет его, а также модернизирует технические и организационные характеристики производства. Также производитель должен использовать наиболее эффективные экономические методы борьбы с конкурентами, то есть:

- снижать цену на свои товары посредством повышения производительности труда и уменьшения издержек производства
- повышает качество товаров, расширяет ассортимент;
- улучшает торговое и после торговое обслуживание покупателей.

Из этого следует, что получение прибыли в условиях рыночной экономики, опосредуется эффективностью использования экономических ресурсов или соотношением полученного результата или затрат, осуществленных для его достижения.

Следовательно, суть рыночной конкуренции заключается в борьбе за получение максимальной прибыли путем максимально эффективного использования экономических ресурсов.

Степень эффективности использования экономических ресурсов предприятием определяется относительно достигнутого общественным производством уровня развития производительных сил, производственных и прочих отношений, а также относительно эффективности использования ресурсов конкурентами [1].

Таким образом, конкурентоспособность

– комплексная характеристика, которая может выражаться через групповые, интегральные, обобщенные показатели. Целью оценки конкурентоспособности предприятия является определение положения предприятия на отраслевом, региональном или международном рынках. Конкурентоспособность предприятия – это его способность успешно соперничать на рынке и получать относительно конкурентов экономические выгоды.

Существует большое количество точек зрения авторов на понятие конкурентоспособности, основные из них представлены в таблице.

Анализируя рассмотренные точки зрения можно прийти к выводу, что конкурентоспособность – это комплекс набора различного рода характеристик, обладающими конкурентными преимуществами при сравнении их между собой. В том числе конкурентоспособность фирмы определяется тем товаром, которым она располагает, а конкурентоспособность товара оценивается потребителем. Но, следует отметить, что понятие конкурентоспособности меняется в зависимости от уровня конкурентных отношений.

Конкурентоспособность предприятия является достаточно распространенным понятием, если его сравнивать с понятием «конкурентоспособности товара».

Конкурентоспособность предприятия

– совокупная числовая характеристика, с ее помощью расцениваются достигнутые предприятием итоговые результаты ее деятельности в течение конкретного периода. Своего рода – это система элементов, предназначенных для выражения числовой оценки конкретного вида потенциала. Обеспечение конкурентоспособности предприятия зависит от приобретённых им некоторых преимуществ, при сравнении их с основными, действующими конкурентами, а значит: экономических, инвестиционных, имиджевых, финансовых и т.п.

Несомненно, формулируя понятие конкурентоспособности организации конкурентоспособности продукции, получается, что тот или иной подход, совершенный как на оперативном, так и на тактическом уровне управления, обеспечивает принятие управленческих решений, которые локализуют неблагоприятную ситуацию и минимизируют потери, которые могут произойти.

Другими словами, стратегическая конкурентоспособность очевидна, если имеются у организации конкурентные преимущества, которые рассматриваются как на длительную перспективу, одна из которых – это альтернативный набор стратегий конкурентоспособности организации [5].

Предполагаются три уровня обеспечения конкурентоспособности организации: оперативный, тактический и стратегический [6].

1. Оперативный – это обеспечение конкурентоспособности продукции. Отличительной чертой конкурентоспособности в этом случае это показатель конкурентоспособности продукции.

2. Тактический – это конкурентоспособность на тактическом уровне обладает общим состоянием предприятия. Отличительной чертой является комплексный показатель состояния предприятия.

3. Стратегический – характеризует формирование инвестиционной привлекательности предприятия. Главным условием представляется рост стоимости предприятия.

Необходимо заметить, что под понятием конкурентоспособность в широком смысле определяется количественная и качественная характеристика показателей,

определяющих социально - экономическое развитие страны, а также ее потенциал дальнейшего роста и улучшение, как и умение при соперничестве конкурентов к достижению персональных целей. Но так как цели имеют временную привязку, то конкурентоспособность предприятия будет складываться из его способности вести успешную деятельность в условиях конкуренции в течение определенного времени [3].

Трудность в отношении полного отсутствия доступа к информации о деятельности соперников, часто показывает руководству предприятия неточное мнение о превосходстве предприятия над его конкурентами, а это может привести к ослаблению усилий, которые должны обеспечивать уровень конкурентного преимущества своей фирмы.

Существуют различные факторы, влияющие на уровень конкурентной борьбы предприятия. Важное место занимают факторы внешней среды компании, так как они определяют уровень отношения потребителей к самому предприятию, а также продукции и услугам, предоставляемых им.

Вторая группа факторов оказывает наибольшее воздействие на внутреннюю среду компании, позволяя через них управлять конкурентоспособностью предпринимательской структуры в целом. Внутренние факторы это факторы, оказывающие регулирующие воздействие на деятельность предприятия, которая, в свою очередь, может на них также влиять.

Факторы, влияющие на конкурентоспособность предприятия условно можно разделить на три группы [4]:

- технико-экономические;
- коммерческие;
- нормативно-правовые.

Технико-экономические факторы представляют собой: качество, продажную цену; затраты на использование, потребление продукции или услуги. Во многом это зависит от производительности, издержек производства и пр.

Коммерческие факторы формируют критерии реализации товаров на данном рынке и включают в себя:

- 1) конъюнктуру рынка;
- 2) предоставляемый сервис;
- 3) рекламу;
- 4) имидж фирмы.

Нормативно-правовые факторы определяют необходимость экологической, технической или иной другой безопасности применения товара на конкретном рынке, но также патентно-правовые требования [4].

Управление конкурентоспособностью обеспечивает совокупность мер по методичному улучшению изделия, непрерывному поиску новых каналов сбыта, совершенствованию сервиса, поиска новых групп покупателей, рекламы.

Успех предприятия в конкурентной борьбе за потребительский спрос требует от предприятия развития его отличительных способностей, которые позволят ему победить конкурентов [3]. Но для этого нужно эффективное стратегическое планирование, заключающееся в создании комплексной системы управления конкурентными преимуществами фирмы, а также должна основываться на их удержании и развитии.

Создание определенных ценностей для своих покупателей достигается предприятием исходя из того, как оно организует и выполняет отдельные виды деятельности. Конечная ценность, созданная предприятием, определяется тем, сколько потребители готовы заплатить за товары или услуги, предлагаемые предприятием.

Общие принципы, которые дают конкурентные преимущества производителям.

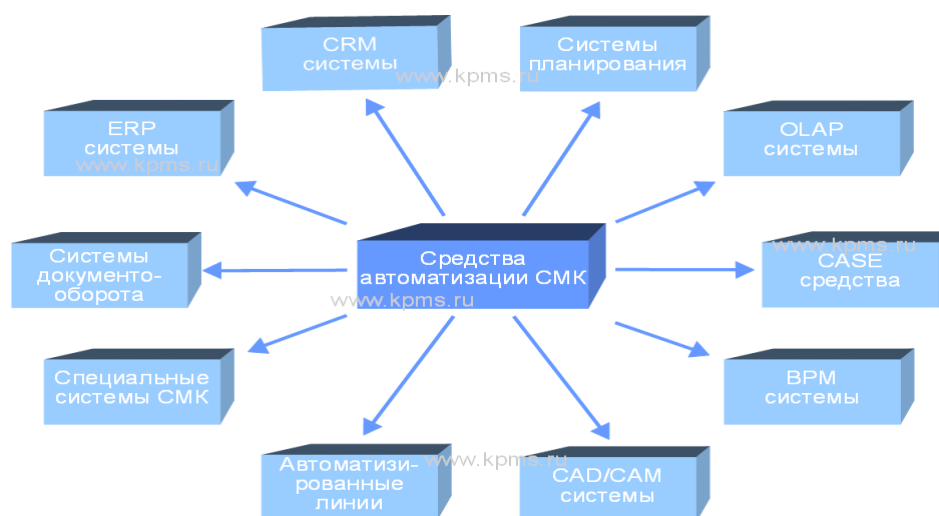
1. Целенаправленность всех и каждого работника на действие.
2. Доведение действий до конца.
3. Налаженная обратная связь между предприятием его клиентами, упрощающая близость предприятия к клиенту.
4. Создание непринужденной и творческой атмосферы на предприятии.
5. Рост производительности благодаря желанию работать и эффективному использованию их способностей.
6. Умение твердо стоять на своём.
7. Простота организации, минимум уровней управления и служебного персонала.
8. Умение держать под жёстким контролем наиболее важные проблемы и передавать подчинённым менее важные [3].

Взаимосвязанное решение этих проблем и использование выше приведенных принципов обеспечит повышение конкурентоспособности предприятия.

Эпоху цифровой трансформации автоматизация менеджмента качества является одним из важных и обсуждаемых вопросов среди специалистов по СМК. Встречаются абсолютно разные подходы и определения, как с позиции предлагаемых технологических решений, так и с позиции областей внедрения. Чтобы определиться с выбором, нужно понять структуру автоматизации. Можно выделить три области: автоматизация системы менеджмента качества, автоматизация процесса менеджмента качества и автоматизация функции менеджмента качества.

Как автоматизировать СМК?

В первую очередь нужно в документах отразить все этапы автоматизации системы, в которых реализуются процессы.



*Рисунок 1 – Средства автоматизации СМК
Примечание – приведено по источнику [7]*

В стандарте ИСО 9001 версии 2015 предусмотрено использование информационных технологий – введен термин «документированная информация». [7]. Это информация, которая должна управляться и поддерживаться организацией, а также и носитель, который ее содержит. То есть информация, которая обрабатывается и хранится в информационной системе, также должна управляться и поддерживаться.

Основные функции менеджмента качества заключаются в планировании и разработке методов обеспечения качества, контроле и улучшении качества. Автоматизация может касаться конкретных (локальных) функций либо инструментов менеджмента качества.

Например, это может быть автоматизация аналитической отчетности, как «классических» инструментов контроля качества, основанных на анализе числовых данных, так и «новых» инструментов, в большей степени основанных на анализе вербальной информации.

На практике очень часто встречается локальная автоматизация функций менеджмента качества, которые в дальнейшем могут быть интегрированы в единую информационную систему.

Таким образом, когда мы на практике либо в научных статьях говорим об автоматизации менеджмента качества, мы должны понимать, о каком уровне автоматизации идет речь. Системный подход к анализу и развитию автоматизации менеджмента качества помогает повысить управляемость и эффективность СМК, а также позволяет минимизировать разночтения и разногласия при обсуждении данного вопроса.

Важность сертификации по ISO 9001 сегодня возрастает по мере того, как мы переходим к глобальной экономике. Для новых компаний и предприятий за пределами Соединенных Штатов, сертификация по ISO 9001 стала условием выхода на мировой рынок и показателем конкурентоспособности. Использование программных продуктов в вопросе внедрения ISO 9001 так же важно, как и в тех бизнес-процессах, на которых специализируется предприятие. Самое время начать их использовать.

Таким образом, условием конкурентоспособности каждого предприятия является качество выпускаемой продукции. Поэтому очень важно знать как управлять качеством любого предприятия, и добиться этого можно силами служб управления качеством.

Список использованной литературы

1. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации. \ Р.А. Фатхутдинов–М.: Эксмо, 2014. –544 с.
2. Парахина В.Н., Максименко С.В., Панасеенко С.В. Стратегический менеджмент. \В.Н.Парахина, С.В.Максименко, С.В. Панасеенко–М.: КНОРУС, 2014. –496 с.
3. Касьянова В.Е. Функции и инструменты развития специальной инфраструктуры сферы образовательных услуг (на материалах Краснодарского края): дис. канд. экон. наук: 08.00.05 / Ады-гейский государственный университет. –Краснодар, 2013.
4. Поважный С.Ф., Ларина Р.Р., Белоусов А.В. Логистика и маркетинг в управлении кадровым потенциалом: монография. –Донецк, 2003.
5. Прохорова В.В. Субрегиональные структуры территориальной экономической системы // Вестник Адыгейского государственного университета.–Серия 5: Экономика – 2010.
6. ISO 9000:2000, ISO 9001:2000, ISO 9004: 2000.
7. Иняц Н. Интегрированные системы менеджмента на основе стандарта ISO 9001. Ярославль, 2012.

МРНТИ 65.050.2

А.Т.Исаева¹

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

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

Аннотация

Значение государственного регулирования для экономики любой страны на региональном уровне, на основе особенностей их развития, очень велико. Главной характеристикой данного значения является разнообразие уровней развития регионов страны. Актуальным вопросом на этой основе является выбор позиций государства в отношении регионов и направлений применения механизмов регулирования.

Современное экономическое пространство республики охватывает различные регионы, характеризующиеся особыми социальными, экономическими, экологическими проблемами. Региональная политика государства представляет собой совокупность мер по разделению регионов на группы с целью формирования и развития налогово-бюджетной политики на основе определения преимуществ республиканских зон для достижения равенства национальных хозяйств на определенном пространстве. Такие явления, как тренировка условий экономических реформ, процессы стабилизации социально-экономических условий, решаются на уровне этого региона.

Ключевые слова: государство, регулирование, конкурентоспособность, регион, рыночная среда, ресурс, региональное развитие.

А.Т.Исаева¹

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

АЙМАҚТЫҢ ӘЛЕУМЕТТІК –ЭКОНОМИКАЛЫҚ ДАМУЫН МЕМЛЕКЕТТІК РЕТТЕУ

Аңдатпа

Кез келген ел экономикасы үшін аймақтық деңгейде, олардың даму ерекшеліктері негізінде, мемлекеттік реттеудің маңыздылығы өте жоғары. Аталмыш маңыздылықтың басты сипаты ел аймақтарының даму деңгейлерінің әртүрлілігінде болып табылады. Осы негізде мемлекеттің аймақтарға қатысты ұстанымдары мен реттеу механизмдерін қолдану бағыттарының таңдалуы да өзекті мәселе болып табылады.

Республиканың қазіргі экономикалық кеңістігі әлеуметтік, экономикалық, экологиялық ерекше мәселелермен сипатталатын әр түрлі аймақтарды қамтиды. Мемлекеттің аймақтық саясаты белгілі бір кеңістіктегі ұлттық шаруашылықтың тендігіне қол жеткізу үшін республикалық аймақтардың артықшылығын анықтау негізінде салық-бюджет саясатын қалыптастыру және дамыту мақсатында аймақтарды топтарға бөлу шараларының жиынтығы. Экономикалық реформалардың шарттарына жаттығу, әлеуметтік-экономикалық жағдайларды тұрақтандыру процестері сияқты құбылыс-тардың бәрі осы аймақ деңгейінде шешіледі.

Түйін сөздер: мемлекет, реттеу, бәсекеге қабілеттілігі, аймақ, нарықтық орта, ресурс, аймақтық даму.

Issaeva A.T.¹

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

STATE REGULATION OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE REGION

Abstract

The importance of state regulation for the economy of any country at the regional level, based on the peculiarities of their development, is very great. The main characteristic of this value is the diversity of the development levels of the country's regions. An urgent issue on this basis is the choice of the state's positions in relation to the regions and areas of application of regulatory mechanisms.

The modern economic space of the republic covers various regions characterized by special social, economic, and environmental problems. The regional policy of the state is a set of measures to divide regions into groups in order to form and develop fiscal policy based on determining the advantages of republican zones to achieve equality of national economies in a certain space. Such phenomena as the training of the conditions of economic reforms, the processes of stabilization of socio-economic conditions are solved at the level of this region.

Keywords: state, regulation, competitiveness, region, market environment, resource, regional development.

Кез келген ел экономикасы үшін аймақтық деңгейде, олардың даму ерекшеліктері негізінде, мемлекеттік реттеудің маңыздылығы өте жоғары. Аталмыш маңыздылықтың басты сипаты ел аймақтарының даму деңгейлерінің әртүрлілігінде болып табылады. Осы негізде мемлекеттің аймақтарға қатысты ұстанымдары мен реттеу механизмдерін қолдану бағыттарының таңдалуы да өзекті мәселе болып табылады.

Республиканың қазіргі экономикалық кеңістігі әлеуметтік, экономик-калық, экологиялық ерекше мәселелермен сипатталатын әр түрлі аймақтарды қамтиды. Осы тұрғыдан алғанда және аймақтардың мамандандырылу қағидасына сәйкес республика аймақтарын төрт топқа бөлуге болады:

- шаруашылықтарының құрылымы экспортқа бағытталған;
- индустриялық дамыған;
- агроөнеркәсіптік;
- дағдарыстық.

Бірінші топ– стратегиялық сипаттағы минералды ресурстардың айтарлықтай қорларын иеленетін және ғылыми-өндірістік әлеуетінің қарқынды дамуына жеткілікті мүмкіндігі бар, бірақ ауылдық аумақтарының экономикалық — әлеуметтік артта қалуымен, экологиялық жағдайларының нашар болуымен ерекшеленетін аймақтар. Бұл аймақтарға Қазақстанның экономикасын дағдарыстан шығару және тұрақтандырудың рөлі беріледі. Осы аймақ топтары үшін төмендегідей мәселелер кешенін шешу қажет деп атап көрсетуге болады:

- минералдық шикізат және көмірсутек шикізаттарын кешенді өндірумен өндеудің жаңа технологияларын енгізу негізінде стратегиялық шикізат түрлеріне бай жерлерді интенсипті игеру;

- отандық және шетелдік инвесторлар үшін қолайлы инвестициялық климатты анықтайтын және әлемдік стандартқа жауап беретін жоғары дамыған өндірістік, әлеуметтік және нарықтық инфрақұрылымдарды құру;

- ауылдық аумақтарының дамуындағы «жинақталған» күрделі мәселелерді (әлеуметтік, экономикалық, экологиялық, т.б.) шешу.

Екінші топқа-ауыр индустрия салаларына нақты маманданған, жоғары техногиялық ғылыми жетістіктер қажетсінетін өнріс құру үшін қолайлы экономикалық жағайлары және

жоғары ғылыми-өндісті әлеуеті бар, негізінен қаржылық ресурстармен өзін-өзі қамтамасыз ете алатын аймақтар жатады. Бұл аймақтарды дамытуда шешуді талап ететін мәселелер қатарына төмендегілерді жатқызуға болады:

- шетел инвестицияларын тарту жолымен экспорттық әлеуетті қалыптастыру;
- жаңа ғылымды қажетсінетін өнімдер шығаруды ұйымдастыру, жаңа технологиялар негізінде құрал-жабдықтар мен машиналар, электроника құралдары, автомобиль құрлысы жаңа материалдар, лазер технологиясын дамыту;
- нарықтық инфрақұрылымды дамытуды жеделдету.

Үшінші топ — ауыл шаруашылығына маманданған агроөнеркәсіптік кешенді аймақтар. Бұл топтағы аймақтар үшін халықтың жұмысбастылығын қамтамасыз ету және жаңа жұмыс орындарын ашу мақсатында ауыл шаруашылығы мен оған сабақтаса дамитын салаларда шағын және орта бизнесті дамыту қажет.

Олардың әлеуметтік-экономикалық дамуын тұрақтандыру үшін келесідей мәселелер өз шешімін табуы тиіс: • ауыл шаруашылық өнімдерін өндіру үшін тиімді мамандандыруды жүзеге асыру; • ауыл шаруашылық өнімінің жоғары сапалылығын және экспорттық әлеуетінің өсуін қамтамасыз ететіндей өндірістік үрдістерге жаңа технология мен техникаларды енгізу және пайдалану; • тұтыну нарығын тепе-тең түрде дамыту мақсатында, тұтыну заттарын өндіретін ауыл шаруашылығының және өнеркәсіп салаларының материалдық-техникалық базасын нығайту, міндетті түрде өндірістік және әлеуметтік инфрақұрылымдарды құру.

Төртінші топқа — қысылшаң (экстремальды) табиғи-климаттық, әлеуметтік — экономикалық және техника — технологиялық жағдайдағы, шаруашылықтың салалық құрлымы ұтымды емес дағдарыстық аймақтар, сонымен қатар экологиялық дағдарысқа ұшыраған аудандар жатады. Бұл аймақтарда жинақталған мәселелерден «арылу» үшін мемлекеттік реттеудің нақты шаралары қажет.[1]

Аймақтағы дағдарыстың нақты белгілері мынадай: өндіріс қарқынының төмендеуі; халықтың өмір сүру деңгейінің төмендеуі (жан басына шаққандағы табыстың төмендігі); жұмысбастылыққа қатысты жағымсыз тенденциялардың етек алуы (жұмыссыздықтың жоғары деңгейі); демографиялық, экологиялық, әлеуметтік қызыметтер көрсету саласындағы мәселелердің күшеюі және т.б.

Аймақтарды мемлекеттік реттеудің негізгі мақсаттары болып мыналар саналады: Елдің экономикасын біртұтас шаруашылық кешені ретінде ескере отырып, мемлекеттік деңгейде әрбір аймақтың даму болашағын анықтау; Аймақ ресурстарын (еңбек, жер, су, энергетика) ұтымды пайдалана отырып, әрбір аймақтың экономикасын пропорционалды дамытуды қамтамасыз ету; Аймақтардың әлеуметтік-экономикалық даму деңгейлерін теңестіру; Өндіріс мұқтаждығын ескере отырып, тұрғындары территория бойынша ұтымды орналастыру; Ауыл мен қала арасындағы қарама-қайшылықты азайту; Халықтың және экономикалық өмірдің ірі қалаларға шоғырлануы процесін реттеу.[2]

Аймақтық саясат халық шаруашылығы кешеніндегі әрбір аймақтың экономикалық орнын, ерекшеліктерін ескереді. Аймақ деңгейіндегі проблемаларды шешуге, оның ішінде кәсіпкерліктің дамуына, жергілікті өзін-өзі басқарудың дамуына көмектеседі.

Аймақтар экономикасын мемлекеттік реттеу, еліміздің және оның жекелеген аймақтарының экономикалық жағдайын қамтамасыз етуге, қойылған мақсаттарға жетуді көздейтін мәселелерді шешуге бағытталуы керек. Ал, аймақтық саясаттың мәні жалпы ұлттық мақсаттарға жету үшін аймақтық дамуды тиімді басқару болып табылады.

Қазақстан үшін аймақтық даму мақсаттары ретінде төмендегілерді атауға болады: Әрбір аймақтағы халықтың тұрмыс жағдайының деңгейін теңестіру;

1. Дағдарыстық аймақтарды құрылымдық қайта құру. Бірінші мақсаттан айырмашылығы теңестіру саясаты жалпы барлық мемлекет үшін жүргізілетіндегімен ерекшелінеді.

Дағдарыстық аймақтарды құрылымдық қайта құру тек ірі, жалпы мемлекеттік бағдарлама көмегімен жүзеге асырылады, кейбір аймақтарда аталмыш міндетті орындау үшін қажет ресурстардың жетіспеушілігі болады. Мемлекеттің негізгі функциясы, артта қалған аумақтарды даму деңгейі жоғары аймақтардың деңгейіне жеткізу, бірақ мұндай жағдай да халыққа өз зардабын тигізуі тиіс;

2. Аймақтардың кешенді дамуын жеке аймақтық мақсаттармен ұштастыру;

3. Тұрақты экономикалық өсуді қамтамасыз ету.

4. Республикамызда соңғы жылдары аймақтық экономикаға, аймақтарды дамытуға, дәлірек айтсақ, республикадағы әрбір аймақтың экономикалық өсуіне, әлеуметтік жағдайына, қаржы жағдайын тұрақтан-дыруға, халықтың әл-ауқатын көтеруге, отандық және шетелдік инвестицияларды тарту және оны тиімді пайдалануға, өнеркәсіпті, ауыл шаруашылығын, сонымен қатар шағын және орта бизнесті дамыту сияқты мәселелерді шешуге айтарлықтай көңіл бөлініп, нақты іс-шаралар кешені жүзеге асырылуда.[4]

Аймақтық экономикада өзекті мәселелердің бірі «проблемалық аймақ» түсінігі және оның мемлекеттік реттеудегі маңыздылығы болып табылады. Проблемалық аймақ — бұл өзі әлеуметтік-экономикалық проблемаларын жеке шеше алмайтын немесе жоғары әлеуетін пайдалана алмайтын, сондықтан мемлекет тарапынан белсенді қолдауды талап ететін аймақтар. Проблемалық аймақтар саны жоғары болмауы тиіс, себебі мемлекет тарапынан олардың барлығына бірдей қолдау көрсету тиімсіз болып табылады.

Проблемалық аймақтың негізгі сапалық белгілері:

1. Елдегі әлеуметтік-экономикалық жағдайға, саяси тұрақтылыққа, экологиялық тепе-теңдікке қатерлі қауіп төндіретін ірі проблеманың болуы.

2. Ұлттық экономикаға қажетті ресурстық әлеуеттің болуы (өндіріс-тің, ғылыми-техниканың, еңбек және табиғи ресурстар).

3. Елдің стратегиялық қызығушылығында аймақтың геосаяси және геоэкологиялық орынының ерекше маңыздылығы.

4. Жалпы ұлттық және әлемдік маңызды проблемаларды аймақтың өзі шешуге өзіндік қаржылық ресурстарының жетіспеушілігі.

Проблемалық аймақтар келесідей типтерге жіктеледі:

1. Артта қалған аймақтар.

2. Депрессивтік аймақтар.

3. Күйзелістік аймақтар.

Артта қалған, дамуы төмен аймақтарға елдің негізгі аймақтарымен салыстырғанда ұзақ жылдар бойы тұрғындарының өмір сүру деңгейі төмен болып келген аймақтар жатады. Бұл аймақтардың келесідей өздеріне тән белгілері бар:

1. Шаруашылық жүргізу белсенділігінің төменділігі.

2. Өнеркәсіптерінің өндірістік құрылымы өзгерістерге икемсіз.

3. Ғылыми-техникалық әлеуеті әлсіз.

4. Даму деңгейі төмен әлеуметтік сферасының болуы.

Бұл топқа жататын бірқатар аймақтарда олардың әлеуметтік-экономикалық жағдайы саяси — этникалық, криминалдық, экологиялық проблемалармен күрделенеді. Артта қалған аймақтарды дамыту үшін күрделі инвестициялауды қажет етеді. Бұл жағдайда мемлекет экономикалық дамуы төмен аймақтарға келесідей көмектер көрсетеді:

1. Өндірістік инфрақұрылымды дамыту.

2. Жеке инвестициялар ағымын үстемелеу.

3. Салықтық жеңілдіктер беру.

4. Жұмыспен қамту шараларын іске асыру.[6]

Бұл аймақтарды дамытудың негізгі жолы — аймақтың өзінің әлеуеті мен бәсекелестік артықшылықтарын пайдалану арқылы өзін-өзі дамытуы. Депрессивтік аймақбұл —

экономикалық-саяси, әлеуметтік-экологиялық және басқа да негіздері бойынша даму жағдайлары немесе факторлары жұмыстарын тоқтатқан аумақтар. Бұлар депрессиялық жағдайдан өз бетінше шыға алмайды. Сондықтан келешекте мемлекет аумағында саяси әлеуметтік экологиялық қатерлер аумағына айналмауы үшін мемлекет көмек береді.

Кризистік күйзелісті каймақтар – бұл өндіріс көлемі өте төмен, экологиялық жағынан апатты, ал әлеуметтік жағынан өте төмен аймақтар болып табылады. Сонымен қатар, әртүрлі ғылыми аймақтық институттардың мамандары көптеген аймақтарды жіктеуді ойлап тапқан. Олардың ішінде өте жиі қолданылатыны өндіргіш күштерді зерттеу кеңесінің ұсынылған әдістері. Аймақтарды жіктеу әдісі негізгі 3 өлшемді қолданады:

1. Аймақтардың әлеуметтік-экономикалық даму деңгейі.
2. Даму динамикасы.
3. Табиғи географиялық жағдайлары.

Аймақтар дамуының қазіргі жағдайын саралау олардың дамуының экономикалық қауіпсіздігін бағалауды қажет етеді. Аймақтың экономикалық қауіпсіздігі – аймақ экономикасының оның дамуының әлеуметтік - экономикалық және қоғамдық саяси тұрақтылығын қамтамасыз етуге қабілеттілігі, халықтың өмір сүру сапасын жоғары әлеуметтік стандарттар деңгейіне жеткізу, табиғат ресурстарын ұтымды пайдалана отырып, ішкі және сыртқы қауіптердің ықпалына қарсы тұру.

Аймақтардың саралануының күшеюі жалпыаймақтық өнім сияқты көрсеткіштер динамикасынан көрінеді. Аймақтық дамудың саралануына байланысты, экономикалық қауіпсіздік факторлары әрбір аймақ деңгейінде өзінің аймақтық ерекшеліктеріне ие болады.

Макроэкономикалық саясаттың құрамдас бөлігі бола отырып, аймақтық саясат әрбір аймақтың экономикасының тиімділігі мен бәсекеге қабілеттілігін арттыру арқылы экономиканың тиімділігін көтеруді өзінің басты мақсаты етіп қояды. Қойылған мақсатқа жету үшін, әрине, міндеттердің қойылуы шарт. Олардың қатарына: мемлекет пен жекелеген аумақтардың мүдделерін үйлестіру, аумақтық дамудың әрекетті механизмін жасақтау, сонымен қатар аймақтың ресурстық, ғылыми, еңбек әлеуетін барынша пайдалану жатады.

Мемлекеттегі әрбір аймақ өзімен өзі жеке дами алмайды, өйткені басқа аймақтардың дамуына зиянын тигізбес үшін оның ерекшеліктері де ескерілуі керек. Сондықтан да экономиканы мемлекеттік реттеу жүйесіндегі аймақтық саясаттың маңызы ерекше. Мемлекет әрбір аймақ үшін бағдарлама дайындап, сол бойынша әрбір аймақ өзінің даму бағытын жүзеге асырады. Мемлекет аймақтық саясатты қалыптастыру үшін еліміздің территориясы бойынша себептерді көрсету қажет. Оларға жататындар: — еліміз аймақтарының табиғи-климаттық жағдайының айырмашылығы; — аймақтың өнімділігін анықтайтын табиғи ресурстарды пайдалану бағыты, саласы және ауқымы. Бұл фактор тек ауылшаруашылық, сондай-ақ пайдалы қазбаларды игеру ғана емес, өнеркәсіпті орналастыру жағдайына және халықтың өмір сүру жағдайын ұйымдастыруға да әсеретеді; — аймақтың оналасуының «күрделі» жағдайы, соның әсерінен шығындар артып, бағаның өсуі туындайды. Бұл аймақтың көлік және байланыс қызметтерінің дұрыс дамымауына, оның экономикалық даму деңгейіне ықпал етеді; — инновация енгізу жағынан арттақалуы, өндірістің ескі құрылымы; — елдің экономикалық даму тенденциясы; — тауар өндірісіне әсер ететін технологиялық даму сатысы; — институционалдық фактор: жалпы және аймақтық саясаттың нысандары, саяси жағдайы, аймақтың даму тарихы және т.б.; — орналастырудың физикалық факторлары: аэропорт, көлік жүйесі, өндірістік алаңдардың бар болуы немесе жоқ болуы, байланыс жүйелерімен қамтамасыз етілуі, өндірістік инфрақұрылым; — әлеуметтік-мәдени факторлар: урбанизация деңгейі, халықтың білім деңгейі, ғылыми орталықтардың бар болуы және т.б.;

— орталық пен жүргізілетін макроэкономикалық саясатта аймақтық ерекшеліктердің есепке алынбауы; — орталық пен аймақтар арасындағы өкілеттіліктер мен міндеттерді жіктеу үрдісінің толықтай аяқталмауы.

Аймақтық дамуды қаржылық-экономикалық реттеу тәжірибеде байқалған және кеңінентаралған реттеу нысандары мен әдістерін қолдануды білдіреді. Бұл: жоспарлау, болжамдау, қаржы-несие және бюджет-салық жүйесі. Аймақтық саясаттың қалыптасуы келесідей үш түрге жіктеледі:

1) Мемлекеттің аймақтық саясаттын қалыптастыруда түрлі аудандар халқының өмір сүру деңгейі мен сапасын теңестіру мүдделерінің іргелі маңызы бар. Осы мүдделер қазіргі жағдайда бірінші орында тұр, өйткені тұрғындар тығыздығы (адам/км²), қалалық және ауылдық тұрғындардың арақатынасы, олардың кірістің 1 жанғашаққандағы деңгейі, тұтыну бағаларының индексі, жұмыссыздардың саны мен жұмыссыздық деңгейі, индустриалды деңгейі және т.б. көрсеткіштерге байланысты Қазақстанның аймақтық- әкімшілік аудандары бір-бірінен өзгеше.

2) Аймақтық саясатты қалыптасуының маңызды негіздерінің бірі елдегі өндіргіш күштерді дамыту мен орналастыруды тиімділеудің объективті қажеттілігі.

3) Мемлекеттің аймақтық-экономикалық саясатын қалыптастырудың анықтаушы факторы ретінде республикадағы тоқырап қалған ауылшаруашылығы аудандарын, шағын және орташа қалаларын айтуға болады. Олардың тоқырап қалу себебі көбінесе субъективті факторларға байланысты. Әсіресе, осындай көптеген қалалар мен аудандардың пайда болуына себеп болған негізгі фактор – ол үкімет жүргізген «Жедел жекешелендіру» саясаты.[7]

Мемлекеттің аймақтық саясаты келесідей талаптар негізінде жүзеге асырылады:

- Үкіметтік ортамен аймақтардың өзара жұмыс істеуінің жалпы ережелері;
- «Үкіметтік орта — аймақ» жүйесіндегі жанжалдарды болдырмау;
- Аймақтардың әлеуметтік-экономикалық дамуының ресурстық базасын қалыптастыру;
- Аймақтарды статус бойынша бөлу (еркін экономикалық зоналар, депрессивті аудандар, экологиясы нашар зоналар және т.б.);
- Аймақ ішіндегі әлеуметтік және қоғамдық жанжалдарға бақылау жасау;
- Кешенді даму болжамы және өндіріс күшін бөлу.

Аймақтық дамуды мемлекеттік реттеудің сипаты мен бағыттары

Аймақтық дамуды мемлекеттік реттеу дегеніміз – бұл халықтың өмір сүру сапасын жақсарту мен деңгейін көтеру мақсатында барлық аймақтық жүйені толық тұрақты және теңдікті сақтай қызмет жасауын қамтамасыз ететін арнайы ұйымдастырылған іс-әрекеттер.

Мұндай іс-әрекеттер әр деңгейде атқарылады: жергілікті жерлерде өзін-өзі басқару түрінде іске асса, аймақтарда ірі аумақтық бірліктің қызығушылығын қорғайтын арнайы органдармен іске асырылады, ал мемлекет деңгейінде жалпы мемлекеттік реттеу жүреді. Әр деңгейде зерттеу нысандары мен субъектілері өзгеріп отырады. Бірақ идеология барлық деңгейде бір қалыпты болады. Яғни барлық деңгейде іс әрекеттер әлеуметтік бағытта болып тұрақтылық пен тепе- теңдікті қамтамасыз етеді.[9]

Аймақтардың дамуын реттеу нақты реттеу теорияларына, мазмұнына негіздеме тиімді болады. Өйткені реттеудің мазмұнын нақты саяси, ұйымдастырушылық, қаржылық, экономикалық, құқықтық және басқада әрекеттер құрайды.

Аймақтық дамуды мемлекеттік реттеудің құрылымын келесідей нақты әрекеттер құрайды:

1. Тікелей және жанама әрекеттер;
2. Айқын және айқын емес әрекеттер;
3. Жалпыға ортақ және жеке селективті әрекеттер.

Бұл әрекеттер міндетті түрде бір бағытта болмайды және оларды орынды пайдаланбаған жағдайда бірінің тиімділігін екіншісі кемітеді. Аумақтық дамудың мемлекеттік реттеу

нысандары мен субъектілерін ажыратады. Реттеу нысандарына нақты кәсіпорындар, ұйымдар, өндірістер жатады.

Реттеу субъектілеріне жеке және заңды тұлғалар жатады. Мұнда орталық субъект жұбы географиялық орналасуды сипаттайды. Ал нақты орталық қаралып отырған қатынастардың кем дегенде үш субъектісімен ашылады. Олар:

1. ҚР Президенті – ол әр түрлі тапсырыстар беріп заңдар шығарады.

2. ҚР Үкіметі және оның министрлері – олар тиесілі шешімдер қабылдап белгілі бір қаржылық ресурстарды бөліп нормативтік актілерді іске асырады.

3. Жергілікті атқарушы органдар.

Аймақтық дамуды көбінесе мемлекеттің жеке аумақтарға селективтік көмек көрсетуі арқылы іске асырылады. Көмек көрсетуді қолдау дегеніміз — мемлекеттің билік органдарымен арнайы ұйымдастырылатын саяси құқықтық әлеуметтік қаржылық экономикалық және басқада іс-әрекеттері.

Мемлекеттік қолдаудың келесідей мақсаттары бар:

1. Объективті себептерден өздері өздерін дамыта алмайтын аумақтардың дамуына жағдай жасау дамытуды үстемелеу;

2. Жеке аймақтардың халықтары әлеуметтік жағына көшіп қонуын үстемелеу және ресурсты бағытты миграция;

3. Мемлекеттік тұрғыдан маңызды әлеуеттік өсу нүктелерін құруға және қызмет етуге қолайлы жағдайлар жасау;

4. Жеке аймақтардың мемлекеттік қызметтерін атқаруды қамтамасыз ету;

5. Ерекше саяси және геосаяси маңызды аймақтарда арнайы ұйымдастырушылық құқықтық тәртіптерді құрып оларды қолдау;

6. Апатты зоналардың құрылымына оперативті іс-әрекеттер жүргізу. Аймақтық дамудың мемлекеттік реттеу моделі келесідей 4 блоктан тұрады: 1. Қалыптастыру блогы – мұнда реттеудің құқықтық актілерімен қамтамасыз етілуі, ақпараттық талдауды іске асырады. Негізгі мақсаты белгіленген іс әрекеттер негізінде және заңдық күш беру; 2. Ресурстық блок – қаржы табиғи ресурстармен қамту; 3. Іске асыру блогы – қабылданған мақсаттарды іске асыру; 4. Бақылау блогы – іске асырылған жұмыстарға бақылау жасау.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі

1. Айтаханов Е. Қазақстан Республикасының аймақтық дамуының жоспарлау процесстерін басқару проблемалары /Е. Айтаханов //Вестник, Эль-Фараби ат.КазГУ. Сер. экон. - 2002. - №2(30).

2. Алдияров С. Қазақстан аймақтарының негізгі әлеуметтік-экономикалық индикаторлары және дамуды жалпы бағалау әдісі /С.Алдияров, К. Кабдуалиева, Л. Елеусиз //Транзиттік экономика. - 2006. - №1.

3. Бердалиев К. Қазақстан экономикасын басқару негіздері /К. Бердалиев. - Алматы : Экономика, 1998. 170 б

4. Гаврилов А. И. Аймақтық экономика және басқару: жоғарғы оқу орынд. оқу құралы / А. И. Гаврилов. - М. : ЮНИТИ - ДАНА, 2002. 258 б

5. Гамарник Г. Облыс экономикасын басқару жүйесін жетілдіру /Г. Гамарник, Н. Сердюк //Поиск. - 2002. - №2.

6. Гамарник Г. Н. Қазақстан экономикасын басқару: методология, әдістер, іске асыру жолдары : монография /Г. Н. Гамарник. - Алматы : Экономика, 2002.

7. Гранберг А. Аймақтық экономика негіздері: жоғарғы оқу орынд. оқу құралы. /А. Гранберг. - 2-ші басылым. – М.: Мемл. ун-т Экономика жоғарғы мектебі, 2003. 198 б

8. Мамыров Н. К. Қазақстан жағдайындағы экономиканы мемлекеттік реттеу : оқу құралы / Н. К. Мамыров, Ж. Ихданов. - Алматы : Экономика, 1998. 255 б

МРНТИ 06.35.31

Э.О. Телагусова,¹

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

ЗАПАСЫ ОРГАНИЗАЦИИ: ВОПРОСЫ УЧЕТА И АУДИТА

Аннотация

В результате исследования были рассмотрены актуальные вопросы по учету и аудиту запасов организации. Запасы это вид активов которые есть практически во всех организациях, их роль в процессе производства очень важна. Несмотря на сравнительно низкую стоимость в отличии от основных средств, запасы очень разнообразны поэтому их учет является сложным. Учет и аудит запасов во многом определяются отраслевой особенностью. На производственных предприятиях номенклатура запасов может насчитываться тысячами видами, а информация в учете может составлять до тридцати процентов всей управленческой информации. Контроль учета запасов не менее важный вопрос управленцев, необходим постоянный контроль и аудит. С введением МСФО (IAS) 2 «Запасы» учет материалов в стране претерпел некоторые изменения, которые отразились на порядке учета и аудита запасов организации.

Ключевые слова: запасы, материалы, учет запасов, оценка запасов, аудит запасов, организация.

Э.О. Телагусова,¹

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

ҰЙЫМНЫҢ ҚОРЛАРЫ: ЕСЕБІ МЕН АУДИТІ СҰРАҚТАРЫ

Аңдатпа

Зерттеу нәтижесінде ұйымның қорларын есепке алу және аудит бойынша өзекті мәселелер қаралды. Қорлар-бұл барлық дерлік ұйымдарда бар активтердің бір түрі, олардың өндіріс процесіндегі рөлі өте маңызды. Салыстырмалы түрде төмен құнға қарамастан, негізгі құралдардан айырмашылығы қорлар өте алуан түрлі, сондықтан оларды есепке алу қиын. Тауарлы-материалдық қорларды есепке алу және тексеру көбінесе салалық ерекшелікпен анықталады. Өндірістік кәсіпорындарда қорлардың номенклатурасы мыңдаған түрлерге ие болуы мүмкін, ал бухгалтерлік есептегі ақпарат барлық басқару ақпаратының отыз пайызына дейін болуы мүмкін. Қорларды есепке алуды бақылау басқарушының маңызды мәселесі болып табылады, сондықтан қорларды үнемі бақылау мен аудит қажет. ХҚЕС (IAS) 2 енгізілуімен «қорлар» елдегі материалдарды есебінде, ұйымның қорларын есепке алу және аудиттеу тәртібіне әсер ететін кейбір өзгерістерге ұшырады.

Түйінді сөздер: қорлар, материалдар, қорларды есепке алу, қорларды бағалау, қорлардың аудиті, ұйым.

Telagussova E.O.¹

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

RESERVES OF THE ORGANIZATION: ACCOUNTING AND AUDIT ISSUES

Abstract

As a result of the study, topical issues on accounting and auditing of the organization's reserves were considered. Stocks are a type of assets that exist in almost all organizations, their role in the

production process is very important. Despite the relatively low cost, unlike fixed assets, stocks are very diverse, so their accounting is difficult. Inventory accounting and auditing are largely determined by the industry feature. At manufacturing enterprises, the inventory nomenclature can be thousands of types, and the information in the accounting can account for up to thirty percent of all management information. Inventory accounting control is an equally important issue for managers, constant monitoring and audit are necessary. With the introduction of IFRS (IAS) 2 "Inventories", the accounting of materials in the country has undergone some changes that have affected the accounting and auditing of the organization's reserves.

Keywords: inventory, materials, inventory accounting, inventory valuation, inventory audit, company.

Материалы, запасы (ТМЗ) – это активы, которые предназначены для использования в производственном процессе, для продажи в ходе обычной хозяйственной деятельности, срок службы которых менее 1 года.

Бухгалтерский учет материалов и порядок отражения их в финансовой отчетности в международных стандартах регламентируется МСФО (IAS) 2 «Запасы».

МСФО (IAS) 2 устанавливает порядок учета запасов, материалов, дает определение величины затрат, подлежащих признанию в качестве актива и переносу в следующие периоды до продажи запасов и признания соответствующей выручки. МСФО (IAS) 2 дает практические указания по определению затрат и их последующему признанию в качестве расходов, включая любые уменьшения стоимости до величины возможной чистой цены продаж. Он также дает представление о способах расчета себестоимости, используемых для определения себестоимости запасов.

МСФО (IAS) 2 регулирует учет операций по:

- приобретению сырья и материалов для дальнейшей обработки;
- оценке себестоимости полуфабрикатов и готовой продукции;
- оценке себестоимости незавершенного производства, включающего стоимость израсходованного сырья и материалов;
- приобретению товаров и определению их себестоимости при продаже (включая такие специфические товары, как автомобили, дома, земельные участки).

В соответствии с МСФО (IAS) 2, запасы – это активы, предназначенные для продажи в ходе нормальной деятельности:

- в процессе производства для такой продажи, или
- в форме сырья или материалов, предназначенных для использования в производственном процессе или при предоставлении услуг [1].

Следовательно, запасы, согласно определению, подразделяются на три категории:

- сырье и материалы;
- незавершенное производство;
- готовая продукция и товары.

Материалы в момент приобретения отражаются по фактической себестоимости их приобретения. Фактическая себестоимость приобретения материалов складывается из цены приобретения и расходов по заготовке и доставке этих материалов.

МСФО (IAS) 2 «Запасы» предусматривает что в затраты по приобретению запасов включаются: цена покупки, импортные пошлины, транспортные и экспедиторские услуги, налоги, кроме возмещаемых и др. расходы относимые на приобретение ТМЗ.

В соответствии с МСФО (IAS) 2 «Запасы» материалы оцениваются методом средневзвешенной стоимости – где находится средняя себестоимость 1 единицы, которая умножается на количество проданных единиц, методом ФИФО (FIFO) - первый пришел –

первый ушел, методом специфической идентификации – учет ведется по партиям, у каждой партии своя цена [2].

Организации могут выбрать из этих рекомендованных методов, но уже выбрав одну из них, следует применять их последовательно из года в год.

Поступление материалов сопровождается документами: доверенность, счет-фактуры, накладные, товарно-транспортные накладные, приходный ордер, акт приемки запасов. Для того, чтобы вести учет движения материалов внутри организации применяется накладная на внутреннее перемещение материалов. Для оприходования материалов, полученных при разборке и демонтаже основных средств, пригодных для дальнейшего использования, применяется акт об оприходовании запасов, полученных при разборке и демонтаже основных средств.

На предприятии материалы выбывают (списываются) в связи с производственным потреблением, переработкой, отпуском на сторону, безвозмездной передачей, недостачей и порчей при хранении. Каждое выбытие (списание) материалов оформляется соответствующими первичными документами – акт списания запасов. Большая доля материалов выбывает на производство. Документальное оформление: акт-требование на замену материалов, накладная-требование на отпуск (внутреннее перемещение) материалов, накладная на отпуск запасов на сторону [3].

В бухгалтерии ведётся синтетический и аналитический учет материалов в разрезе учетных групп или материальных счетов. Для учета материалов в Типовом плане счетов, утвержденном Приказом Министра финансов Республики Казахстан от 23 мая 2007 года N 185, предусмотрен счет 1310 Сырье и материалы. В учёте материалы отражаются по их учетным группам согласно классификации, для чего предусмотрены следующие основные материальные счета:

- 1311 - Сырье и материалы;
- 1312 - Полуфабрикаты и комплектующие;
- 1313 - Топливо;
- 1314 - Тара и тарные материалы;
- 1315 - Запчасти;
- 1316 – Материалы, переданные на переработку;
- 1317 - Строительные материалы.

Счета активные, сальдо в дебете показывает остаток материалов на складах на начало и конец периода. Дебет - поступление материалов, Кредит – выбытие [4].

Запасы, материалы чаще всего первоначально признаются по фактической себестоимости. С течением времени цены на определенные виды материалов, запасов могут упасть в результате изменения рыночной конъюнктуры, или материалы, запасы могут потерять часть своей стоимости в процессе хранения, балансовая стоимость данных запасов может превышать цену возможной реализации. Для отражения стоимости таких запасов на предприятиях создаются резервы по уценке запасов до чистой цены реализации.

Ниже приводятся ситуации, при которых чистая цена реализации может быть ниже, чем фактическая себестоимость:

- 1) Увеличение затрат на завершение производства или затрат на продажу или уменьшение цены реализации
- 2) Ухудшение состояния запасов
- 3) Устаревание продукции
- 4) Решение о реализации продукции с убытком в маркетинговых целях
- 5) Ошибки при производстве или приобретении.

Предприятия делают расчетную оценку величины необходимого резерва по уценке запасов до чистой цены реализации на конец каждого отчетного периода. Если на конец

текущего периода оценка резерва превышает величину резерва, созданного на конец предыдущего периода, то разница относится на прибыли и убытки в части увеличения расходов в зависимости от целевого предназначения запасов, фактическая себестоимость которых превышает чистую цену реализации. Если на конец текущего периода оценка резерва меньше, чем величина резерва, созданного на конец предыдущего периода, то разница относится на прибыли и убытки в части уменьшения расходов в зависимости от статьи, где ранее был признан расход по начислению резерва.

Резерв по оценке запасов до чистой цены реализации формируется на основании данных о запасах (в стоимостном и натуральном выражении) [5].

Заведующие складами совместно с бухгалтерами по материалам следят за движением материалов. Отслеживают остатки на складах, следят за ликвидностью материалов, своевременно отражают операции по движению материалов в учете. В целях обеспечения достоверности данных бухгалтерского учета и финансовой отчетности на предприятиях проводится инвентаризация имущества не менее одного раза в год в соответствии с внутренними нормативными документами [6].

Аудит материальных запасов обычно начинается с их инвентаризации т.е. определения фактического их наличия на момент проверки. Затем проверяется правильность ведения их учета. Проверка начинается с первичного учета - складского. Предварительно аудитор договаривается с руководством организации о создании комиссии. Проверяется каждый материальный отчет, наличие и правильность документов, ведение карточек учета запасов, а затем отражение это в бухгалтерском учете и финансовой отчетности. Перед началом инвентаризации материально-ответственное лицо составляет отчет по приходу и отпуску материальных ценностей на дату инвентаризации в двух экземплярах. Первый экземпляр передается в бухгалтерию предприятия, второй - аудитору. После этого комиссия приступает к проверке наличия материальных ценностей путем взвешивания, пересчета или перемеривания. Результаты инвентаризации, по каждому виду материалов, фиксируются в инвентаризационных описях, составляемые отдельно по местам нахождения или хранения ценностей должностным лицом, ответственным за их сохранность. В описях материальные ценности отражаются по номенклатуре и в единицах измерения, принятых в учете. По данным инвентаризации составляются описи, которые подписывают члены инвентаризационной комиссии, а материально-ответственные лица по каждой описи дают расписку. Оформленную опись аудитор передает в бухгалтерию для составления сличительной ведомости. Их подписывает главный бухгалтер и материально-ответственное лицо, если установлены недостачи или излишки, то материально-ответственное лицо представляет письменное объяснение. Недостачи материальных ценностей сверхустановленных норм убыли относятся на виновных лиц, а излишки подлежат оприходованию.

На примере предприятия дадим таблицу проводок которые необходимо отразить после проведенной инвентаризации. В результате инвентаризации была обнаружена недостача песка на общую сумму 150000 тенге. Виновные лица не установлены. Недостача в пределах норм естественной убыли по расчету составляет 27382 тенге. Руководитель принял решение о списании суммы недостачи на финансовые результаты. В данном случае операция отразится следующим образом:

Таблица 1 – Корреспонденция счетов по результатам инвентаризации

№	Содержание операции	Дебет	Кредит	Сумма, тенге
1	По результатам инвентаризации списывается недостача материалов в пределах норм естественной убыли	7211	1310	27382
2	По результатам инвентаризации списывается недостача песка сверх норм естественной убыли	7212	1310	122618
3	Корректировка НДС	7212	1420	14714
Примечание – составлено по источнику [3]				

На примере данной организации счета установлены как: 7210 «Административные расходы, относящиеся на вычеты», 7212 «Административные расходы, не относящиеся на вычеты», 1310 «Материалы».

Аудитор должен уточнить есть ли письменные договора с МОЛ о полной индивидуальной материальной ответственности, состояние контроля над их деятельностью, наличие номенклатуры. Особое внимание следует уделить проверке соблюдения правил хранения материальных ценностей на складах и состоянию ведения учета.

Важным аспектом работы аудитора является анализ ТМЗ, насколько предприятие обеспечено предметами труда для осуществления его бесперебойной деятельности.

Для того, чтобы провести анализ материалов используют карточки складского учета, оборотные ведомости, инвентаризационные описи, а также первичные документы.

При проверке материалов на последнюю отчетную дату необходимо установить обеспеченность предприятия теми или иными видами ТМЗ для осуществления для осуществления бесперебойной работы предприятия и установить достоверность учетных данных об остатках материальных ценностей по счетам. Согласованность данных аналитического и синтетического учета проверяют по оборотным или сальдовым ведомостям.

Хорошо зная принятый порядок оформления бухгалтерскими документами, поступающих на предприятие ТМЗ, аудитор должен проверить полноту их оприходования и правильность бухгалтерских записей. Чаще всего контроль за оприходованием ценностей осуществляется путем анализа расчетных документов, поступающих от поставщиков. По данным документам аудитору следует проконтролировать правильность записей на счетах бухгалтерского учета хозяйственных операций по оприходованию материалов.

Наиболее тщательно аудитор должен проверить полноту и своевременность оприходования поступивших материальных ценностей. При доставке товара от поставщика аудитор проверяет правильность оформления и приемки по товарно-транспортным накладным.

Значительное место в аудиторской проверке товарно-материальных запасов занимает контроль обоснованности операций по отпуску материальных ценностей на хозяйственные нужды, на сторону и проверка правильности списания материальных ценностей. Важным вопросом аудита является проверка правильности оценки материальных ресурсов. Себестоимость материалов включает: затраты на приобретение материалов, транспортно-заготовительные расходы. Аудитор обязательно должен проверить метод оценки материалов отражается в учетной политике организации. Аудитор должен проверить в целях обеспечения сохранности материальных ценностей правильную организацию бухгалтерского учета, своевременное и качественное проведение инвентаризации ТМЗ, правильность отражения бухгалтерских записей по результатам произведенной инвентаризации ТМЗ.

По результатам проверки каждого участка пишется справка аудитора с указанием нарушений на данном участке учета. В конце аудиторской проверки аудитор пишет аудиторское заключение о правильности, полноте и качестве бухгалтерского учета и дает предложения по его улучшению.

Анализ использования материалов в производстве одно из самых важных направлений аналитической работы. В ходе проведения анализа можно определить количественное влияние разных факторов использования материалов на изменение объема выпуска.

Анализируя влияние, оказываемое на выпуск продукции, необходимо выявить, какие виды материалов лимитируют выход данного вида продукции, как выполнен план поступления этих ресурсов в отчетном периоде и как соблюдались нормы их расхода на производство, имели ли место сверхплановые отходы производства.

На изменение объема выпуска оказывают влияние факторы, характеризующие использование материальных ресурсов в производстве:

- изменение поступления материальных ресурсов (количества заготавливаемых материальных ресурсов),
- изменение нормы расхода материалов (расход материала на производство единицы продукции),
- изменение остатков материальных ресурсов на складе в виде запасов на начало и конец года,
- изменение плановых отходов производства вследствие низкого качества.

Основными резервами увеличения объема выпуска за счет использования материальных ресурсов в производстве являются: применение совершенной технологии производства; использование качественных видов материальных ресурсов; уменьшение потерь материальных ресурсов во время хранения и перевозки; недопущение непроизводительных затрат (брака); сокращение отходов производства; повышение уровня квалификации персонала, и т.п. Особое внимание следует уделить анализу эффективности использования материалов.

При производстве продукции, работ и услуг возникают отходы производств, которых не избежать. Величина их непостоянна и зависит от того, насколько прогрессивны нормы расхода материала, от уровня применяемой технологии и особенностей производства. Часть отходов производства используют предприятия самостоятельно, изготавливая из отходов производства те или иные виды продукции, которые увеличивают выручку от реализации. Часть отходов производства может быть реализована другим хозяйствующим субъектам по цене возможного использования в виде сырья и материалов.

Список использованной литературы

1. Закон Республики Казахстан от 28 февраля 2007 года «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности» (обновленный в 12.09.2022)
2. МСФО (IAS) 2 «Запасы»
3. Типовой план счетов бухгалтерского учета. Утвержден приказом Министра финансов Республики Казахстан от 23 мая 2007 года № 185. (обновленный в 04.07.2019)
4. Международные стандарты финансовой отчетности: теория и практика. Учебник/А.Б. Богопольский, О.В. Рожкова. – Москва: КНОРУС, 2022. – 336с.//<https://www.litres.ru>
5. Международные стандарты финансовой отчетности. – М.: Аскери-АССА, 2022. – 1100 с.
6. Международные стандарты финансовой отчетности [Электронный ресурс]: тексты МСФО официально действующие в ЕС с 31 января 2022 года. - М. :Аскери-АССА, 2022. - 1 эл. опт. диск (CD-ROM)*

МРНТИ 06.81.12

Ж.А.Жомартбаева¹

У.К.Джакишева.¹

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

МЕТОДЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЗАПАСАМИ

Аннотация

Одним из лучших способов увеличения прибыли от нашего бизнеса является улучшение управления запасами. Даже если мы считаем, что у нас хорошая система управления запасами, несколько практик, используемых по всему миру, могут вывести наш процесс и прибыль на более высокий уровень.

Если бы мы могли предсказать сроки и объем наших будущих продаж со сто процентной точностью, управление нашими запасами было бы проще простого. Чем дольше мы занимаемся бизнесом, тем больше данных о запасах у нас есть, чтобы помочь спрогнозировать наши продажи на следующий период. Хороший прогноз будет включать: кривую роста нашего бизнеса; рыночные тенденции, которые могут повлиять на наш конечный результат; доверие потребителей; а также наш календарь продаж и рекламных акций.

Однако единственное, чего, как мы уже знаем, следует ожидать - это неожиданностей. Хорошие методы управления запасами не решат все проблемы малого бизнеса, с которыми мы можем столкнуться в следующем году, но они могут значительно сгладить острые углы. В этой статье предложены несколько способов, которыми мы можем улучшить цепочку поставок нашего бизнеса с помощью улучшенного управления запасами.

Ключевые слова: система управления запасами, минимальный уровень запасов, цепочка поставок, единица учета запасов, медленно движущиеся и устаревшие запасы, программное обеспечение для управления запасами, минимизация недостатков.

Ж.А.Жомартбаева¹

У.К.Джакишева.¹

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

ҚОРЛАРДЫ БАСҚАРУ ЖҮЙЕСІН ЖЕТІЛДІРУ ӘДІСТЕРІ

Аңдатпа

Біздің бизнестен түсетін пайданы арттырудың ең жақсы тәсілдерінің бірі — тауарлы-материалдық құндылықтарды басқаруды жақсарту. Бізде тауарлы-материалдық қорларды басқарудың жақсы жүйесі бар деп ойласақ та, бүкіл әлемде қолданылатын бірнеше тәжірибе біздің процесс пен пайданы жоғары деңгейге көтеруі мүмкін.

Егер біз болашақ сатылымдарымыздың уақыты мен көлемін жүз пайыздық дәлдікпен болжай алсақ, тауарлы-материалдық құндылықтарды басқару оңай болар еді. Біз неғұрлым ұзақ бизнес жасасақ, келесі кезеңге сатылымдарымызды болжауға көмектесетін тауарлық-материалдық құндылықтар туралы мәліметтер соғұрлым көп болады. Жақсы болжамға мыналар кіреді: біздің бизнесіміздің өсу қисығы; біздің түпкілікті нәтижеге әсер етуі мүмкін нарықтық тенденциялар; тұтынушылардың сенімі; және біздің сату және жарнамалық күнтізбеміз.

Дегенмен, біз білетін жалғыз нәрсе — тосынсыйлар. Түгендеуді басқарудың жақсы әдістері келесі жылы кездесетін барлық шағын бизнес мәселелерін шеше алмайды, бірақ

олар болуы мүмкін қауіптерді айтарлықтай туралай алады. Бұл мақалада тауарлы-материалдық құндылықтарды басқаруды арттыру арқылы бизнестің жеткізілім тізбегін жақсартудың бірнеше әдісі ұсынылған.

Түйін сөздер: тауарлы-материалдық қорларды басқару жүйесі, тауарлы-материалдық құндылықтардың минималды деңгейі, жеткізу тізбегі, тауарлы-материалдық құндылықтарды есепке алу бірлігі, баяу қозғалатын және ескірген тауарлық-материалдық құндылықтар, тауарлы-материалдық құндылықтарды басқару бағдарламалық жасақтамасы, кемшіліктерді азайту.

Zhomartbayeva Zh.A.¹

Dzhakisheva U.K.¹

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

METHODS OF IMPROVING THE INVENTORY MANAGEMENT SYSTEM

Abstract

One of the best ways to increase profits from our business is to improve inventory management. Even if we think we have a good inventory management system, several practices used around the world can take our process and profits to a higher level.

If we could predict the timing and volume of our future sales with one hundred percent accuracy, managing our inventory would be easier than ever. The longer we do business, the more inventory data we have to help predict our sales for the next period. A good forecast will include: the growth curve of our business; market trends that may affect our final result; consumer confidence; as well as our sales calendar and promotions.

However, the only thing that, as we already know, should be expected is surprises. Good inventory management practices won't solve all the small business problems we may face next year, but they can significantly smooth out the rough edges. This article suggests several ways we can improve the supply chain of our business with improved inventory management.

Keywords: the system of management of stock, the minimum level of stockpiles, the supply chain, the stock keeping unit of inventory, medical moving and permanent stock, program provision for management of stock, minimization of losses.

Что же такое управление запасами?

Управление запасами включает в себя все действия, связанные с нашими запасами, от первоначальных заказов и пополнения запасов до получения, хранения и их использования для выполнения этих же самых заказов. Для этих целей требуется значительный объем информации, такой как объем наших продаж плюс текущий уровень запасов. Такой сбор данных делает управление запасами ключевой частью прогнозирования спроса и прогнозов продаж. Чем лучше наши методы управления запасами, тем более точной и полезной будет эта информация. Проще говоря, знание наших запасов и того, как ими управляют, помогает нашему бизнесу выполнять сегодняшние заказы и расти, чтобы соответствовать завтрашним. Теперь давайте рассмотрим несколько практик, которые могут помочь нам извлечь выгоду из возможностей роста.

Самое первое, что необходимо уметь - устанавливать минимальные уровни запасов.

Например, допустим мы занимаемся продажей одежды через интернет-магазин. И одному из наших клиентов по душе ассиметричное нюдовое кожаное платье длины миди, но к сожалению, у нас нет в наличии ее размера. Хотя на рынке есть производитель, который смог бы поставлять наши ассиметричные нюдовые кожаные платья длины миди. Производитель шьет их на заказ, и потребуется семь недель для пошива этого платья по ее размеру. Получается, что мы можем потерять нашего клиента, так как срок ожидания

получения желаемого товара очень долгий. С другой стороны, никто ведь не хочет связывать всю свою наличность и складские помещения с запасами ассиметричных нюдовых кожаных платьев длины миди. Не существует идеального решения дилеммы балансирования между расходами на транспортировку и необходимостью иметь достаточное количество товара на складе при поступлении заказа. Как иметь достаточный запас, но не слишком большой?

Идеального уровня запасов достичь невозможно, но минимальные уровни запасов - отличный способ приблизиться к этому балансу. Необходимо установить минимальный уровень запасов для каждого товара, который позволит вам заказать новые запасы до того, как они закончатся. Нужно основывать свой минимальный запас на данных о продажах в сочетании со временем, необходимым для приобретения новых запасов. Если мы продаем примерно одно ассиметричное нюдовое кожаное платье длины миди каждого размера в неделю, то нам нужно заказывать, когда у нас есть семь или восемь платьев в наличии, чтобы новый запас появился до того, как мы распродадим все.

Второе, что необходимо в управлении запасами – изучить свою цепочку поставок.

Давайте вернемся к нашему первому примеру. Прежде чем ассиметричное нюдовое кожаное платье длины миди появится на полках нашего склада, должно произойти несколько вещей: нашему поставщику необходимо заказать нюдовую кожаную ткань, чтобы иметь достаточно ткани для пошива заказанных нами платьев. Затем необходимо отправить платья от производителя на наш склад и зарегистрировать их в инвентаре. Это и есть наша цепочка поставок. Когда он работает идеально, управление заказами для поддержания хорошего запаса готовой продукции становится легкой задачей. Если же что-то пойдет не так, управление запасами может превратиться в хаос. Например, наш покупатель, которая работает актрисой, вышла на красную дорожку в ассиметричном нюдовом кожаном платье длины миди, и спрос на такие же платья из такого же материала повысился в то же день. А нюдовые кожаные ткани внезапно закончились, поэтому наш производитель не может пополнить запасы. Серия штормов приземлила грузовой самолет с нашей посылкой, и наш заказ задерживается. Любое количество сбоев может разрушить нашу в остальном упорядоченную цепочку поставок. Некоторые события неизбежны, но понимание всех звеньев в нашей цепочке поставок может помочь нам опередить чрезвычайные события, которые иногда объединяются, чтобы все испортить. Это ключ к поддержанию нашего инвентаря в актуальном состоянии и бесперебойной работе.

Анализируя прошлые данные о запасах, можно помочь малым предприятиям разработать план количества заказов и график повторных заказов, чтобы свести к минимуму проблемы с цепочкой поставок. Иметь наименьшее количество запасов, которое нам нужно, чтобы оборачивать наибольшее количество продуктов, — это лучший способ снизить наши расходы на хранение и повысить наш успех в бизнесе.

В-третьих, необходима гибкость в отношении с идентификаторами товарной позиции (SKU - Stock Keeping Unit).

Что такое SKU? SKU **расшифровывается как «единица хранения» и представляет собой номер, который розничные торговцы, в основном зарубежные, используют для дифференциации продуктов и отслеживания уровня запасов.** Артикул обычно состоит из восьми буквенно-цифровых значений. Продуктам присваиваются разные номера SKU на основе различных характеристик, таких как цена, производитель, цвет, стиль, тип и размер. В виде примера, допустим, что мы продаем яблочный уксус бутылками, а также ящиками по 12 бутылок в каждой. Мы отправляем 1000 бутылок и 100 коробок на свой склад и начинаем принимать заказы. Ящиков настолько много, что мы распродаем их быстрее, чем ожидали, но у нас все еще осталось 500 отдельных бутылок на складе. Отдельные бутылки имеют другой артикул, чем ящики. Заказы продолжают поступать быстрее, чем мы можем доставить больше ящиков яблочного уксуса в свой центр выполнения заказов. Даже самая

лучшая система управления запасами не может предвидеть каждый всплеск спроса. Что необходимо делать в таких случаях? Можно изменить единицу учета запасов (SKU) и преобразовать отдельные предметы в ящики, и наоборот. Это особенно полезно, когда мы переживаем кризис и у нас нет времени на отгрузку дополнительных запасов.

Четвертая необходимая практика - удалять медленно движущиеся и устаревшие запасы. Когда наши запасы выходят из-под контроля, это сказывается на нашем бизнесе по-разному. К примеру, если у нас есть запасы на 1 000 000 тенге, а 700 000 из них связаны с продуктами, которые просто лежат на полке, это ужасное использование наших денег. Наш переносимый инвентарь не растет в цене и может даже потерять ценность, поскольку изменения стиля или упаковки затрудняют продажу старых продуктов. Это не единственная стоимость хранения запасов, лежащих на полках. Существует также огромный компонент альтернативных издержек, связанный с наличными в запасах. Деньги, которые вы потратили на этот устаревший инвентарь, можно было бы более эффективно потратить на рекламу или обновление веб-сайта, что увеличило бы наши продажи и действительно улучшило бы прибыль нашего бизнеса. Об этом инвентаре легко забыть, так как мы не каждый день находимся на складе. Мы также не зарабатываем деньги, когда наши акции лежат на полке. Наша цель состоит в том, чтобы наш инвентарь оборачивался быстро, и мы зарабатывали деньги. Необходимо следить за тем, что не движется, и выставлять на продажу первыми ранее приобретенные товары.

Пятый пункт в управлении запасами - выбрать правильное программное обеспечение для управления запасами. Программное обеспечение для управления запасами поможет нам следить за своим запасом, не теряя головы. Есть несколько хороших программ. Если у нас очень маленький бизнес, нам может подойти бесплатная программа. Если у нас есть немного больше запасов для управления, мы, вероятно, захотим заплатить за более сложное приложение для управления инвентарем. Большинство программ для управления запасами предоставят нам бесплатную пробную версию. Можно протестировать две или три программы, чтобы увидеть, какая из них наиболее точно соответствует нашим потребностям. Учитывать нужно еще и кривую обучения. Приложение для управления запасами, которое в конечном итоге лучше всего подходит для нашего бизнеса, может оказаться не самым простым, когда мы впервые откроем панель управления. Вот почему так важно тщательно протестировать любую новую систему, которая отслеживает запасы, прежде чем внедрять ее. Тем не менее, если программное обеспечение кажется интуитивно понятным и простым в освоении, можно дать ему бонусные баллы. Также если мы занимаемся интернет продажей, наше программное обеспечение для управления запасами должно легко подключаться к нашему веб-сайту. Необходимо понять, насколько хорошо программа интегрируется с нашей платформой или платформами продаж, прежде чем внедрять ее.

И еще один пункт, что необходимо в управлении запасами - минимизировать недостачу. Одним из самых неприятных аспектов управления запасами является управление запасами, которых больше нет. Недостача — хороший способ сказать о повреждении, поломке, потере и мелкой краже: все причины, по которым ассиметричное нюдовое кожаное платье нужного размера не находится на полке, хотя в нашем инвентаре указано, что оно должно быть. Большинство организаций допускают недостачу. Это означает, что в нашей системе управления запасами могут, что-то остается в тени: предметы, которые появляются в нашем запасе, но не находятся на полке склада в ожидании отправки. Наша система по управлению запасами должна отслеживать все, чтобы ни один товар не оставался неучтенным. В маловероятном случае, если один из продуктов нашего клиента будет поврежден или пропадет без вести, мы должны будем возместить им оптовую цену товара. Вложения, которые постоянно оборачиваются, являются источником жизненной силы процветающего предприятия. Поддержание оптимального уровня запасов может быть не самой

привлекательной частью ведения нашего бизнеса, но это одна из областей, в которой инвестиции времени могут принести нам большую финансовую отдачу.

Список использованной литературы

1. Джон Шрайбфедер / Эффективное управление запасами/ пер.с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2016, - 306 с.
2. Управление запасами / Бизнес-википедия, [Электрон.ресурс].URL:<https://www.executive.ru/wiki/index.php>(дата обращения: 06.11.2022)
3. Tony Wild / Best Practice Inventory Management / Third edition, Routledge, 2018, 294 pages – Tailor & Francis Group – книга
4. Управление запасами для малого и среднего бизнеса, автор статьи Сергей Мельниченко, Специально для Информационного Агентства «Финансовый Юрист», [Электрон.ресурс].URL:<http://www.financial-lawyer.ru/newsbox/logistika/196-532309.html> - (дата обращения: 06.11.2022)
5. ГвиннРичардс/ Управление современным складом - Издательство: "ЭКМО", 2017, 496 с. -Оригинал (англ.): "Warehouse Management: A Complete Guide to Improving Efficiency and Minimizing Costs in the Modern Warehouse" by Gwynne Richards – книга
6. Finance Dictionary / Articles: Inventory Management, [Электрон.ресурс].URL: <https://www.wallstreetmojo.com/resources/> (дата обращения: 06.11.2022)
7. Управление поставками и заказами, [Электрон.ресурс]. URL: <https://1c-rating.kz/programs/1c/uppinf/upz/upz.php> - (дата обращения: 06.11.2022)

МРНТИ 06.52.42

Ван Тяньши¹, З.У.Джубалиева¹

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

ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ФОРМЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СОВМЕСТНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В КИТАЕ

Аннотация

Было проведено много теоретических исследований по выбору места для создания совместных предприятий, но в Китае проведение эмпирических исследований часто ограничено методами исследования и данными. В этой статье с помощью недавно составленной базы данных о совместных предприятиях анализируется развитие совместных предприятий в стране.

Разделены три этапа компании, описано ее региональное распределение, отраслевое распределение, масштаб инвестиций и структура акций проанализирована с трех аспектов.

Сравниваются характеристики совместных предприятий в разных регионах.

Политика открытости Китая для внешнего мира постепенно продвигается от прибрежных районов к внутренним. Эта политика, основанная на градиенте, (различия в региональной географии и инвестиционной среде привели к тому, что большинство совместных предприятий было сосредоточено в восточных прибрежных районах). В последние годы, с реализацией политик «Западного развития» и «Центрального подъема», а также с улучшением местной инфраструктуры и инвестиционной среды, количество совместных предприятий в центральных и западных регионах постепенно увеличивалось.

Ключевые слова: совместное предприятие, региональное распределение, структура акционеров, акционеры, тенденции развития, формы совместного предпринимательства

Ван Тяньши¹, З.У.Джубалиева¹

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

ҚЫТАЙДАҒЫ БІРЛЕСКЕН КӘСІПОРЫНДАРДЫҢ ҰЙЫМДЫҚ- ЭКОНОМИКАЛЫҚ ФОРМАЛАРЫ МЕН ДАМУ ТЕНДЕНЦИЯЛАРЫ

Аңдатпа

Бірлескен кәсіпорындар үшін учаскені таңдау бойынша көптеген теориялық зерттеулер жүргізілді, бірақ Қытайда эмпирикалық зерттеулер көбінесе зерттеу әдістерімен және деректерімен шектеледі. Бұл мақалада бірлескен кәсіпорындардың жақында жинақталған мәліметтер базасын пайдалану арқылы еліміздегі бірлескен кәсіпорындардың дамуы талданады.

Компанияның үш кезеңі бөлінеді, оның аймақтық таралуы, салалық таралуы, инвестициялық ауқымы және үлестік құрылымы үш аспектіден талданады.

Әртүрлі аймақтардағы бірлескен кәсіпорындардың сипаттамалары салыстырылады.

Қытайдың сыртқы әлемге ашылу саясаты жағалаудағы аудандардан ішкі аймақтарға біртіндеп жылжуда. Бұл саясат градиентке негізделген (аймақтық география мен инвестициялық ортадағы айырмашылықтар бірлескен кәсіпорындардың көпшілігінің шығыс жағалау аймақтарында шоғырлануына әкелді). Соңғы жылдары «Батыс даму» және «Орталық өрлеу» саясатының жүзеге асуымен, сондай-ақ жергілікті инфрақұрылым мен инвестициялық ортаның жақсаруымен орталық және батыс өңірлердегі бірлескен кәсіпорындардың саны біртіндеп артты.

Түйін сөздер: бірлескен кәсіпорын, аймақтық бөлу, акционерлер құрылымы, акционерлер, даму тенденциялары, бірлескен кәсіпкерлік нысандары

Wang Tianshi¹, Z.U.Dzhubaliev¹

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

ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC FORMS AND DEVELOPMENT TRENDS OF JOINT VENTURES IN CHINA

Abstract

Much theoretical research has been done on site selection for joint ventures, but in China, empirical research is often limited by research methods and data. This article analyzes the development of joint ventures in the country using a recently compiled database of joint ventures.

Three stages of the company are divided, its regional distribution, industry distribution, investment scale and share structure are analyzed from three aspects.

The characteristics of joint ventures in different regions are compared.

China's policy of opening up to the outside world is gradually moving from coastal areas to inland. This policy is based on a gradient (differences in regional geography and investment environment led to the fact that most joint ventures were concentrated in the eastern coastal regions). In recent years, with the implementation of the "Western Development" and "Central Uplift" policies, as well as the improvement of the local infrastructure and investment environment, the number of joint ventures in the central and western regions has gradually increased.

Keywords: joint venture, regional distribution, shareholder structure, shareholders, development trends, forms of joint venture

Политика открытости Китая для внешнего мира постепенно продвигается от прибрежных районов к внутренним. Эта политика, основанная на градиенте, (различия в региональной географии и инвестиционной среде привели к тому, что большинство совместных предприятий было сосредоточено в восточных прибрежных районах). В последние годы, с реализацией политик «Западного развития» и «Центрального подъема», а также с улучшением местной инфраструктуры и инвестиционной среды, количество совместных предприятий в центральных и западных регионах постепенно увеличивалось. Основываясь на базе данных совместных предприятий с 1979 по 2005 год, в этой статье проводится описательный статистический анализ стадии развития и регионального распределения совместных предприятий в стране [1, 2].

Источники данных

Региональный выбор совместных предприятий является важным стратегическим решением [1]. В прошлом в большинстве эмпирических исследований по региональному выбору совместных предприятий в стране использовались общедоступные данные «Ежегодника внешней экономики и торговли Китая». Из-за ограниченности места публикации ежегодник не публиковал данные о совместных предприятиях после 1997 г., поэтому данные этого исследования часто ограничиваются периодом до 1996 г. [7, 8]. Есть также несколько исследований, в которых используется метод анкетного опроса, но, поскольку региональный анкетный опрос будет зависеть от систематической ошибки выборки, трудно гарантировать объективность и полноту выводов исследования [9, 10].

Данные, используемые в этой статье, взяты из базы данных совместных предприятий, которую мы составили, включая в общей сложности 10 075 совместных предприятий с 1979 по 2005 год. Среди них данные за период с 1979 по 1996 год взяты из «Ежегодника внешней экономики и торговли Китая». Этот ежегодник редактируется и публикуется Министерством коммерции Китая (бывшее Министерство внешних экономических связей и торговли). Поля данных включают основные элементы совместных предприятий, такие как общий объем инвестиций, уставный капитал, доля иностранного капитала, период совместного предприятия, название китайских и иностранных сторон, страна происхождения/регион, местонахождение внутри страны и масштаб бизнеса. Данные с 1997 по 2005 год были собраны, переведены и систематизированы из периодических изданий, таких как ChinaBusinessReview и BusinessChina. «ChinaBusinessReview» редактируется и публикуется Деловым советом США и Китая, а «BusinessChina» редактируется и публикуется Британской разведывательной службой Economist [3].

Сопоставление данных было большой рабочей нагрузкой, в которой участвовало в общей сложности 6 исследователей, и длилось 14 месяцев. Поскольку все отчеты в ChinaBusinessReview и BusinessChina написаны на английском языке, данные за период с 1997 по 2005 год были тщательно переведены. С целью подтверждения точности перевода названия СП мы неоднократно подтверждали название компании средствами Интернета, периодических изданий и т.д., а также максимально дополняли недостающие позиции. На основе очистки данных мы отсортировали поля данных и подкодировали их. Например, заменили местонахождение предприятия двузначным кодом города, заменили название иностранной страны/региона-источника кодом страны/региона (ISO) и заменили сферу деятельности кодом отрасли (SIC). В данных с 1997 по 2005 год было больше отсутствующих элементов, и мы удалили записи с отсутствующими элементами.

Как показано в таблице 1, в собранной нами выборке базы данных предприятий, предприятия с иностранными инвестициями в основном сосредоточены в прибрежных районах (всего 75,8% из 7638). Среди них на дельту реки Янцзы приходится 27,41%, на дельту Жемчужной реки — 27,41%, а на Бохайский край — 24,17%. Эти три региона являются регионами с наибольшим энтузиазмом для иностранных инвестиций. В

центральных и западных регионах их 1633, что составляет 16,2% территории страны. Среди них на западный регион приходится лишь 5,72%, и большинство из них сосредоточено в более развитых городах, таких как Чэнду и Сиань. На северо-восточный регион приходилось 7,99%, что немного выше, чем на западный регион.

Таблица 1 - Общее региональное распределение совместных предприятий в Китае в период 1997-2005гг.

Экономическиерегионы	Количество СП, единиц	Удельный вес %
Бохайскийморскойкруг	2435	24,17
ДельтарекиЯнцзы	2762	27,41
ДельтаЖемчужнойреки	2441	24,23
Регион Северо-восточный	805	7,99
Центральный регион	1056	10,48
Западный регион	576	5,72
Итого:	10075	100

Примечание – таблица составлена по источникам «Ежегодник внешней экономики и торговли Китая» (1979–1996 годы), «Обзор бизнеса Китая» и «Деловой Китай» (1997–2005 годы)

Стадия развития совместного предприятия

Под влиянием национальной макрополитики развитие совместных предприятий проходит в три этапа[1, 12] Первый этап (1979–1991 гг.): китайское правительство реализовало политику открытости, открыло 5 особых экономических зон, за которыми последовали 14 прибрежных городов, цель состоит в том, чтобы привлечь иностранные инвестиции в производство и предоставить большое количество рабочих мест. Второй этап (1991–1995 гг.): правительство активизировало свои усилия по открытию, сформулировало множество новых политик и предоставило иностранным бизнесменам множество льготных условий. Третий этап (1996–2005 гг.): правительство начало направлять иностранных бизнесменов к инвестированию в сферу услуг и высокотехнологичные отрасли, а иностранные бизнесмены отдавали предпочтение регионам с хорошей инфраструктурой и промышленной средой.

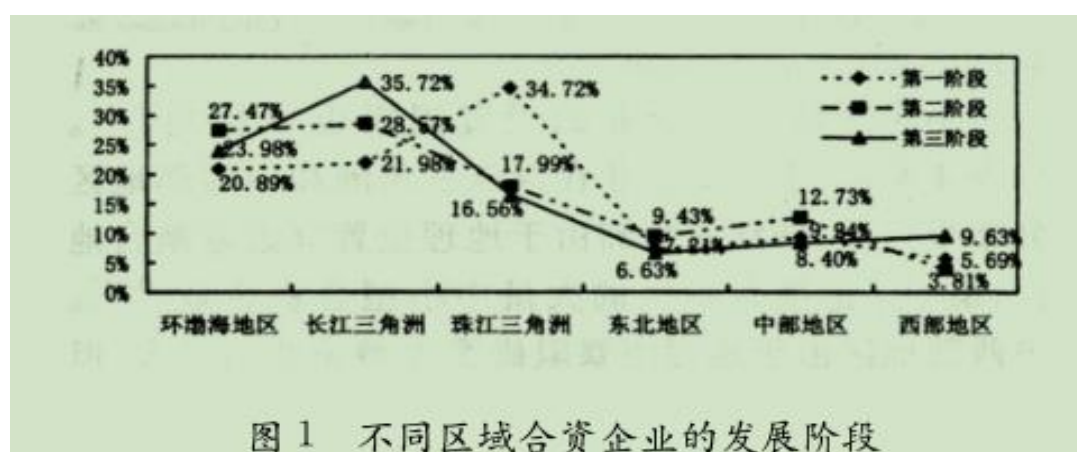


Рисунок 1 - Этапы развития совместных предприятий в разных регионах Китая
Примечание – таблица составлена по источникам «Ежегодник внешней экономики и торговли Китая» (1979–1996 годы), «Обзор бизнеса Китая» и «Деловой Китай» (1997–2005 годы)

На рисунке 1 показана доля общего количества совместных предприятий в шести экономических регионах страны на трех этапах. Видно, что на этих трех этапах развития сравнительные преимущества различных экономических регионов страны постоянно меняются, что приводит к постоянному изменению доли совместных предприятий в каждом регионе.

Появляется как:

Стадия 1: Ориентированность на ресурсы

С 1979 по 1991 год открытость страны внешнему миру постепенно углублялась. В настоящее время основными факторами местоположения, привлекающими иностранных бизнесменов, являются региональная преференциальная политика и сравнительные преимущества по стоимости. Инвесторы - это в основном малые и средние предприятия в Гонконге и Макао, и предприятия сосредоточены в экспортно-обрабатывающих отраслях и трудоемких отраслях промышленности с относительно небольшим масштабом инвестиций [4]. Эти предприятия придерживаются стратегии сравнительного преимущества по издержкам, обычно осуществляют производство и переработку в прибрежных особых экономических зонах и на открытой местности, а затем экспортируют во внутренние районы или за границу. В настоящее время в различных особых экономических зонах и прибрежных открытых городах введены стимулирующие меры для совместных предприятий, такие как «двухлетнее освобождение от налога на прибыль и трехлетнее сокращение вдвое, а также снижение и освобождение от тарифов на импорт оборудования в рамках общего объема инвестиций», что очень важно. привлекательна для инвесторов.

Этап 2: ориентированный на рынок

В 1992 году речь товарища Дэн Сяопина во время его южного турне привела к быстрому развитию экономики Китая. Шесть прибрежных портовых городов, 13 внутренних приграничных городов и 18 внутренних провинциальных столиц были последовательно открыты по всей стране, и схема всесторонней открытости в основном сложилась [5]. Раньше район дельты Жемчужной реки был районом, где собирались совместные предприятия Гонконга, Макао и Тайваня, но со временем он постепенно утратил свое центральное положение, и центр тяжести стал смещаться в район Бохайского края и район дельты реки Янцзы. Рыночный спрос постепенно заменил ценовые преимущества и преференциальную политику в качестве основного фактора, привлекающего инвесторов. Как говорится в отчете Международного валютного фонда, «главным фактором Китая в привлечении иностранного капитала является его доступ к огромному внутреннему рынку Китая, а не его дешевая производственная база». В настоящее время масштаб инвестиций в совместные предприятия значительно увеличился, вовлеченные отрасли становятся все более диверсифицированными, отраслевая структура является разумной, а капиталоемкие и технологичные крупномасштабные проекты и инфраструктурные проекты постепенно увеличиваются [14-19].

Третий этап: подъем западного региона

В конце 1990-х начал формироваться внутренний макропромышленный план, и многонациональные компании, занимающие лидирующие позиции в мире, инвестировали в различные места, что привело к формированию региональных промышленных кластеров, таких как электронная информационная промышленность в Дунгуане и мобильная промышленность, телефонная промышленность в Тяньцзине. В целях содействия скоординированному развитию восточной и западной экономик в 1999 году китайское правительство выдвинуло политическую цель «западного развития» [6]. Инфраструктура и инвестиционная среда в западном регионе постоянно улучшались, многие центральные города быстро развивались (такие как Сиань, Чэнду, Чунцин, Куньмин и т. д.), уровень потребления жителей постоянно улучшался, и потенциал рынка быстро растет. В поисках

новых точек роста многие иностранные бизнесмены будут склонять свои инвестиционные проекты на запад страны.

Даже в западном регионе распределение совместных предприятий неравномерно. Как показано в таблице 2, предприятия в основном сосредоточены в пяти провинциях и городах, включая Сычуань, Шэньси, Гуанси, Юньнань и Чунцин (на долю которых приходится 67%), а количество совместных предприятий в других регионах относительно невелико. С 1997 по 2005 год количество совместных предприятий в провинции Сычуань продолжало увеличиваться (доля достигла 37,67%), доля трех провинций и городов в Шэньси, Чунцине и Гуанси уменьшилась, а доля на юге, в Тибете и Ганьсу тоже начал подниматься.

Таблица 2 - Распределение совместных предприятий в западных провинциях

	1979-1991гг.		1992-1996гг.		1997-2005гг.	
	Количество	Процент	Количество	Процент	Количество	Процент
Внутренняя Монголия	19	7.66%	13	7.88%	15	6.98%
Гуанси	72	29.03%	57	34.55%	15	6.98%
Сычуань	34	13.71%	21	12.73%	81	37.67%
Юньнань	17	6.85%	10	6.06%	23	10.70%
Тибет	0	0%	0	0%	4	1.86%
Ганьсу	9	3.63%	0	0%	11	5.12%
Цинхай	3	1.21%	4	2.42%	3	1.40%
Гуйчжоу	21	8.47%	6	3.64%	7	3.26%
Нинся	4	1.61%	3	1.82%	7	3.26%
Шэньси	36	14.52%	39	23.64%	19	8.84%
Синьцзян	9	3.63%	3	1.82%	11	5.12%
Чунцин	24	9.68%	9	5.45%	19	8.84%

Примечание – таблица составлена по источникам «Ежегодник внешней экономики и торговли Китая» (1979–1996 годы), «Обзор бизнеса Китая» и «Деловой Китай» (1997–2005 годы).

3. Сравнение характеристик предприятий разных регионов

Далее мы сравним характеристики совместных предприятий в разных регионах по трем аспектам: отраслевое распределение, масштаб инвестиций и структура акций.

1. Распределение по отрасли

Мы делим отрасль на три типа: ресурсный, рыночный и составной. Например, сельское хозяйство, лесное хозяйство и рыболовство — это типы отраслей, которые ищут ресурсы, гарантируют и используют сырье; строительство, торговля и сфера услуг — это типы рынка, которые стремятся развивать рынок принимающей страны; производство стремится полагаться на рынок принимающей страны, на рынке, создать международную производственную и распределительную сеть, а также искать трудовые гарантии сложного типа. Предприятия, ориентированные на рынок и комплексы, предъявляют более высокие требования к рыночному спросу. В стране рыночные условия в восточных прибрежных районах значительно лучше, чем в центральных и западных регионах. Региональный уровень доходов и структура потребления легко сочетаются с продуктами, финансируемыми из-за рубежа, что определяет совместное предприятие в восточном регионе. Концентрация всегда выше, чем в центральных и западных регионах [7, 11].

Из Таблицы 3 видно, что сельское хозяйство, лесное хозяйство и рыболовство в основном распространены в Бохайском регионе и Северо-восточном регионе, и оба региона имеют хорошую сельскохозяйственную основу. Центральные и западные районы богаты минеральными и энергетическими ресурсами, в центральных и западных районах сосредоточена горнодобывающая промышленность. В то же время из-за обилия земельных и

трудовых ресурсов и низкой стоимости крупные заводы относительно сосредоточены в центральных и западных регионах, особенно транспортное оборудование, в основном основанное на автомобилях.

Производство электроники относительно сконцентрировано в трех основных прибрежных экономических зонах, особенно на юге Китая. В начале реформ и открытости Южный Китай был областью, куда инвестировали многие гонконгские бизнесмены, и долгосрочное развитие сделало эту область электронной почтой - Распределительный центр информационной индустрии. Благодаря благоприятной производственной среде и развитому рынку труда для квалифицированных рабочих, а стоимость рабочей силы намного ниже, чем в районе дельты реки Янцзы, совместные предприятия по производству электронных приборов и точных инструментов в Южном Китае имеют сильную конкурентоспособность. Сфера услуг, ориентированная на поиск рынков, сосредоточена в прибрежных районах, таких как Бохайский край и дельта реки Янцзы, особенно розничная и оптовая торговля, обработка информации, разработка программного обеспечения и другие предприятия сосредоточены в Пекине, Шанхае и других городах. Индустрия логистики сосредоточена в инфраструктуре и удобной транспортной среде Бохайского края, дельты рек Янцзы и дельты Жемчужной реки.

2. Масштаб инвестиций

Масштабы иностранных инвестиций в совместные предприятия в стране увеличиваются. На первом этапе из-за высокой неопределенности рынка и конъюнктуры предприятия с иностранным капиталом масштабом менее 5 млн. долларов США составляли 96,44 % от общего количества; на втором этапе с улучшением отечественной рыночные механизмы и правовая политика, иностранные инвестиции Малые и средние инвестиционные проекты на сумму менее 5 млн. внутренний рынок сделал крупные и средние совместные предприятия инвестировать, с 5 млн. Масштабы инвестиций от 20 млн. долларов США составили 36,07%, а масштабы инвестиций более 20 млн. долларов США составили 36,53%.

Таблица 3 - *Отраслевое распределение совместных предприятий в различных регионах страны*

Название отрасли	Бохайский морской круг	Дельта реки Янцзы	Дельта Жемчужной реки	Регион Северо-восточный	Центральный регион	Западный регион
Сельское хозяйство, лесное хозяйство и рыболовство	1.53%	0.62 %	0.97%	1.88%	0.40%	0.52%
Горная промышленность	1.16%	0.87 %	1.06%	0.75%	0.89%	5.24%
Строительная промышленность	2.15%	1.75 %	3.34%	1.38%	3.77%	4.90%
Обработывающая промышленность	71.27%	76.32 %	76.29%	79.60%	76.66%	66.26%
Транспорт	8.68%	9.33 %	8.96%	5.88%	9.33%	13.64%
Оптовая и розничная торговля	2.11%	1.60 %	1.99%	3.25%	0.40%	0.70%
Финансы и страхование Недвижимость	5.99%	5.10 %	3.21%	2%	4.87%	1.22%
Другие услуги	7.11%	4.41 %	4.18%	5.26%	3.67%	7.52%

Примечание – таблица составлена по источникам «Ежегодник внешней экономики и торговли Китая» (1979–1996 годы), «Обзор бизнеса Китая» и «Деловой Китай» (1997–2005 годы)

Масштабы инвестиций в совместные предприятия в разных регионах также различаются. Как показано в таблице 4, малые и средние предприятия широко распространены в дельте Жемчужной реки, а также в центральных и западных регионах. Из-за географической близости к Гонконгу, Макао и Тайваню большое количество малых и средних совместных предприятий в Гонконге, Макао и Тайване сосредоточены в дельте Жемчужной реки. Центральные и западные регионы затруднены для входа крупных предприятий из-за географических препятствий, но провинции Сычуань и Шэньси также привлекли множество крупных совместных предприятий, таких как крупные производители автомобилей в Чэнду и Чунцине, а также крупные производители электрического и коммуникационного оборудования в Сиане. Крупные совместные предприятия сосредоточены в Пекине и Шанхае и их окрестностях. В последние годы дельта реки Янцзы с Шанхаем в качестве центра собирает все больше и больше компаний, предоставляющих финансовые услуги, и постепенно становится предпочтительным местом для крупномасштабных международных инвестиций.

Таблица 4 - Масштабы инвестиций совместных предприятий в разных регионах страны

	Бохайский морской круг	Дельта реки Янцзы	Дельта Жемчужной реки	Регион Северо-восточный	Центральный регион	Западный регион
Менее 5 млн.	64.11%	52.86%	72.59%	62.36%	74.69%	71.43%
От 5 млндо 20 млн	27.24%	32.23%	19.80%	29.38%	19.84%	22.96%
Более 20 млн.	8.65%	14.91%	7.61%	8.26%	5.47%	5.61%

Примечание – таблица составлена по источникам «Ежегодник внешней экономики и торговли Китая» (1979–1996 годы), «Обзор бизнеса Китая» и «Деловой Китай» (1997–2005 годы)

3. Структура акционерного капитала

Структура акционерного капитала является прямым способом контроля над совместным предприятием для обеих сторон, а также финансовым рычагом для инвесторов, позволяющим избежать рисков [5,16]. С усовершенствованием Закона о совместных предприятиях в стране и стандартизацией инвестиционной среды структура акционерного капитала совместных предприятий постоянно меняется. Из таблицы 5 видно, что иностранные инвестиции на первом этапе носят предварительный характер, а высокая степень неопределенности заставляет иностранную сторону выбирать меньший капитал в совместном предприятии, чтобы избежать рисков. На этом этапе в основном участвуют предприятия, контролируемые Китаем; На втором этапе улучшение инвестиционной среды Китая и огромный потребительский рынок привлекают иностранных инвесторов к постоянному увеличению инвестиций и количества предприятий, контролируемых из-за рубежа; инвесторы все больше и больше знакомятся с деловой средой Китая и доверяют ей, а сильная Рыночная привлекательность привела к увеличению доли иностранного капитала, который постепенно становится единоличным владением.

Таблица 5. Структура долей совместных предприятий в разных регионах страны.

	Тип иностранного холдинга	Тип китайского холдинга
Первый этап	38.64%	61.36%
Второй этап	60.19%	39.81%
Третий этап	69.90%	30.10%
В том числе: Бохайский морской круг	65.54%	34.46%
Дельта реки Янцзы	63.06%	36.94%
Дельта Жемчужной реки	68.12%	31.88%
Северо-восточный регион	69.11%	30.89%
Центральный регион	69.45%	30.55%
Западный регион	72.06%	27.94%

Примечание – таблица составлена по источникам «Ежегодник внешней экономики и торговли Китая» (1979–1996 годы), «Обзор бизнеса Китая» и «Деловой Китай» (1997–2005 годы)

В то же время в табл. 5 также дана характеристика холдинга в предприятий в различных экономических районах на третьем этапе. Можно видеть, что, хотя общая разница в структуре акционеров невелика, доля иностранных акционеров в совместных предприятиях в прибрежных районах часто ниже, чем в центральных и западных регионах, а это означает, что иностранные инвесторы в прибрежных районах относительно слабы. рыночная власть в переговорах о совместном предприятии.

Выводы исследования

В этой статье представлен описательный статистический анализ данных совместных предприятий с 1979 по 2005 год. Результаты показывают, что распределение совместных предприятий в Китае претерпевало различные изменения с постепенным углублением открытости для внешнего мира. Например, с 1979 по 1991 год инвестиционная среда в Китае все еще была нестабильной, и многие совместные предприятия осуществляли разведочные инвестиции в Китае. В то время масштабы инвестиций совместных предприятий были небольшими, а доля иностранного капитала была небольшой. Район дельты Жемчужной реки. С усилением реформ и открытости и непрерывным развитием экономики Китая произошли очевидные изменения в инвестиционных областях совместных предприятий. С 1997 по 2005 год масштабы инвестиций совместного предприятия увеличились, доля иностранного капитала увеличилась, и область инвестиций начала наклоняться в сторону дельты реки Янцзы с лучшими рыночными перспективами и западными развивающимися рынками, богатыми ресурсами.

Приведенные выше выводы имеют важное практическое значение. Чтобы способствовать сбалансированному развитию региональной экономики, китайское правительство приступило к реализации стратегии «Западного развития» в 1999 г. и стратегии «Центрального подъема» в 2004 г. Факты показали, что такие политические меры действительно помогают направлять иностранный капитал. больше инвестировать в центральные и западные регионы. Это сыграло положительную роль в его продвижении. Эмпирические исследования показывают, что масштабный приток иностранных инвестиций может обеспечить сильный импульс развития для регионального экономического роста и внешней торговли. Вывод исследования в этой статье показывает, что политика и промышленная среда различных регионов, в свою очередь, также влияют на иностранные инвестиции Масштабы и особенности внедрения В настоящее время для привлечения иностранных инвестиций все части страны иногда сравнивают друг с другом с точки зрения льготной политики .

По сути, политика местных органов власти всех уровней по привлечению иностранных инвестиций должна сочетаться с реальной ситуацией и характеристиками региона с точки

зрения отрасли, масштаба и доли. Дифференцированная классификация и поощрение. Только таким образом местная промышленная окружающая среда будет улучшена более эффективно.

Список использованной литературы

1. Ян Сяомин, Тянь Пэн. Исследование факторов выбора места размещения ПИИ: эмпирическое исследование трех основных экономических кругов моей страны, а также Центрального и Западного регионов // *Исследование финансов и экономики*. 2005. - № 31(11) . - с. 98-107.
2. Lis Parksh. Детерминанты мест прямых иностранных инвестиций в // *Обзор управления и организации*. 2006. - № 2(1). – с. 95-119.
3. Вэй Хоукай, Хэ Цаньфей, Ван Синь. Анализ факторов мотивации и размещения прямых иностранных инвестиций в Китае // *Экономические исследования*. – 2001. - №2. - с. 67-76.
4. Лу Минхун Региональное распределение прямых иностранных инвестиций и оценка инвестиционной среды Китая // *Экономические исследования*. 1997. - № 12. –с. 37-44
5. Пан Чжэнь Выбор места для ПИИ: общность, неоднородность и обоснованность // *China Soft Science*. 2005. - № 7 – с. 100-108
6. Weiyou Vaidyak. Региональное распределение прямых иностранных инвестиций в Китае // *Региональные исследования*. 1999 - № 33(9). – с. 857
7. PANY. Приток ПИИ в Китай: влияние страновых факторов // *Journal of Business Research*. 1997. № 56. – с. 829-833.
8. Местоположение ПИИ в Китае // *Ubr Journal of Bysines Re. Cnksearch*. 2003. - № 56. - с. 835-845.
9. Чжао Цзинхуа. Исследование стратегии многонациональных компаний в Китае. - Пекин: *Economics and Management Press*, 2002.
10. Zhoud Tsedk – Влияние ПИИ на производительность отечественных компаний: пример Китая // *International Business Review*. 2002. -№ 11(4). - с. 465–484.
11. Сюй Чэньшэн, Ся Хуниэн, Режим входа прямых иностранных инвестиций Китая: эмпирический анализ факторов, влияющих на индивидуальное предпринимательство // *Финансово-экономический журнал*. 2004. - № 30(10). –с. 32–41.
12. Ли Вэйан, Ли Баоцюань. Анализ причин склонности многонациональных корпораций к собственности в Китае: на основе стратегии структуры собственности // *Management World*. 2003. - № 1. – с. 57-62.
13. Чжан Чуанго. Сравнение использования тайваньского капитала в дельте рек Янцзы и Жемчужной реки // *China Soft Science*. 2005. - №3. - с. 105-109.
14. Вэй Хоукай. Решение о размещении европейских, американских, японских и корейских производственных инвестиций в Китае // *Промышленная экономика Китая*, 2000. - №11. – с. 65 – 73.
15. Beatishrw. Характеристики совместных предприятий в развитых и развивающихся странах // *Columbia Journal of World Business* 1985. -№ 20(3). – с. 13-19.
16. Бай Чун Энь, Тао Чжиган, У Чан Ци, Раздел доходов и права контроля в коллективном производстве: теории и доказательства совместных предприятий // *RAND Journal of Economics*. 2004. - 35. – с. 277-305.
17. Lacrawdj. Торговая власть, собственность и прибыльность транснациональных корпораций в развивающихся странах // *Journal of International Business Studies*. 1984. -№ 15(1). - с. 27–43.
18. Свейнар Дж. С. Экономика совместных предприятий в менее развитых странах // *Quarterly Journal of Economics*. 1984. - № 99. – с. 149-167.
19. Юань Чэн, Лу Тун. Эффекты распространения прямых иностранных инвестиций и управленческих знаний: данные китайских частных предпринимателей // *Экономические исследования*. 2005. - № 3. – с. 69-79.

ЖАС ҒАЛЫМДАРДЫҢ МІНБЕСІ ТРИБУНА МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ

МРНТИ 06.51.25

Л.К.Маткаримова¹

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

ҚАЗАҚСТАН ЭКОНОМИКАСЫН ТЕХНОЛОГИЯЛЫҚ ЖАҢҒЫРТУ МҮМКІНДІКТЕРІ

Аңдатпа

Қарастырылып отырған мақалада экономиканың әртүрлі секторларының ЖІӨ-ге қосқан үлесін ескере отырып, әлеуметтік-экономикалық даму мүмкіндіктері қарастырылады. Экономиканың өндіруші секторының ЖІӨ-нің жоғары үлесі, сондай-ақ өңдеуші сектордың төмен үлесі байқалады. Қайта өңдеу салаларының өсуін шектеу қарастырылды, осы сектордың әлеуетін жеткіліксіз пайдалану атап өтілді. Әр түрлі секторлардың келісілген дамуының шарттары мен шектеулері және осы шектеулерді жеңу жолдары көрсетілген.

Бұл мақалада компаниялардың экономиканы дамытудағы және оның секторлары тұрғысынан рөлі қарастырылады. 2014 жылдан бері қалыптасқан экономикалық өсуді қалпына келтірудегі қиындықтар мен кедергілер әртүрлі және өзара байланысты. Экономиканың өндірістік секторын қолдаудан алшақтап кеткен елдің қаржы жүйесінің тиімсіздігі ұлттық валюта бағамының төмендеуіне жол берді, сыртқы шектеулермен (пандемия, санкциялар), жобаларды басқару және жобалық қаржыландыру әдістерін игерудегі қиындықтармен күшейе түсті.

Түйін сөздер: ғылыми-технология, экономика секторы, өңдеуші сектор, даму әлеуеті, дамуды шектеу, жобалық басқару, технологиялық жаңғырту, стратегия.

Л.К.Маткаримова¹

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

ВОЗМОЖНОСТИ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ МОДЕРНИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ КАЗАХСТАНА

Аннотация

В рассматриваемой статье рассматриваются возможности социально-экономического развития с учетом вклада различных секторов экономики в ВВП. Отмечается высокая доля ВВП добывающего сектора экономики, а также низкая доля обрабатывающего сектора. Рассматривалось ограничение роста перерабатывающих отраслей, отмечалось недостаточное использование потенциала этого сектора. Показаны условия и ограничения согласованного развития различных секторов и способы преодоления этих ограничений.

В этой статье рассматривается роль компаний в развитии экономики и с точки зрения ее секторов. Трудности и препятствия на пути восстановления экономического роста, сложившиеся с 2014 года, разнообразны и взаимосвязаны. Неэффективность финансовой системы страны, которая отошла от поддержки производственного сектора экономики, позволила снизить курс национальной валюты, усугубляясь внешними ограничениями

(пандемия, санкции), трудностями в освоении методов управления проектами и проектного финансирования.

Ключевые слова: научно-технология, сектор экономики, обрабатывающий сектор, потенциал развития, ограничение развития, проектное управление, технологическая модернизация, стратегия.

L. Matkarimova¹

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

OPPORTUNITIES FOR TECHNOLOGICAL MODERNIZATION OF THE ECONOMY OF KAZAKHSTAN

Abstract

The article considers the possibilities of socio-economic development, taking into account the contribution of various sectors of the economy to GDP. There is a high share of GDP in the extractive sector of the economy, as well as a low share of the manufacturing sector. Limiting the growth of processing industries was considered, insufficient use of the potential of this sector was noted. The conditions and limitations of the coordinated development of various sectors and ways to overcome these limitations are shown.

This article examines the role of companies in the development of the economy and from the point of view of its sectors. The difficulties and obstacles to the restoration of economic growth that have developed since 2014 are diverse and interrelated. The inefficiency of the country's financial system, which has moved away from supporting the manufacturing sector of the economy, has allowed the national currency to decrease, aggravated by external restrictions (pandemic, sanctions), difficulties in mastering project management methods and project financing.

Keywords: science and technology, economic sector, manufacturing sector, development potential, development limitation, project management, technological modernization, strategy.

Соңғы жылдары қазақстандық компанияларды дамытудың маңызды шарттарының бірі өзінің инновациялық-технологиялық әлеуетін пайдалану арқылы импортты алмастыруға және отандық экономиканы дамытуға баса назар аудару болып табылады.

Бұл тәсіл АҚШ пен ЕО елдерінің Ресей Федерациясына қосарлы мақсаттағы жоғары технологияларды жеткізуге санкцияларына және қазақстандық мемлекеттік компаниялардың, РФА мен университеттердің инновациялық әлеуетін сыртқы және ішкі нарықтарда бәсекеге қабілетті отандық технологияларды құру деңгейіне дейін қалпына келтіру қажеттілігіне байланысты мәжбүрлі шара болып табылады.

Іргелі зерттеулерден практикалық әзірлемелерге және технологияларды құруға көшу кезеңдерін қамтитын ғылымның және бүкіл инновациялық саланың басты ерекшеліктерінің бірі-өндірілетін ресурстарды машиналарға, жабдықтарға, түпкілікті өнімдерге және толық технологиялық цикл қызметтеріне айналдыруды қамтамасыз ететін инновациялық идеялардан оларды кешенді технологияларға практикалық енгізуге көшу процесінің уақыты мен кеңістігінде бөлінуі. Сонымен қатар, кешенді технологиялар ресурстар мен аралық өнімдерді түпкілікті өнімдерге айналдыру әдісі ретінде еңбекті ұйымдастыруда жинақталған дағдыларды, кәсіби білімді қолданумен ерекшеленеді. Өз кезегінде, кешенді технологияларды жобалау, әзірлеу және құру тек пәнаралық зерттеулерді ғана емес, сонымен қатар дизайнерлердің, технологтардың және инженерлердің бірлескен қатысуын қамтиды. Олардың еңбек нәтижелері ескірген және бәсекеге қабілеттілігін жоғалтқан жаңа кешенді технологиялар туралы білімді дәйекті қалыптастыруды қамтамасыз етеді.

Технологиялар туралы білімді дәйекті жинақтаудың маңызды шарттарының бірі тапсырыс берушіге алынған нәтижелерді аяқталған түрде беру болып табылады, бұл кейіннен қосымша пысықтаусыз пайдалануды қамтамасыз етеді. Жаңа технологияларды игеру кезінде бұл тәжірибе «кілтпен беру» деп аталды. Қазақстандық компанияларға технологиялар мен жабдықтар жеткізетін импорттаушы компаниялар оны қатаң сақтауға тырысады, өйткені бұл шартты орындамау алынған технологияны игеретін компаниялардың өндірістік шығындарына, ал технологияны беретін импорттаушыларға «кілтпен» жеткізу шарттарын бұзғаны үшін айыппұл салуға әкеледі.

Қалыптасқан қиындықтардың жиынтығы (көмірсутектердің әлемдік бағасының төмендеуі) және объективті себептер (сovid-19) Қазақстан экономикасының әлсіз жақтарын қайта қарау қажет екендігін көрсетіп отырғаны анық. Дағдарыс құбылыстарының инерциясын еңсеру мақсатында, біздің ойымызша, отандық экономикаға жобалық тәсіл шеңберінде стратегиялық жоспарлауға және экономиканы басқаруға көшу мақсатында бірқатар министрліктер мен қаржы институттарын реформалау негізінде жаңа мүмкіндіктер кеңістігіне секіру үшін зияткерлік, қаржылық, әкімшілік және технологиялық ресурстарды шоғырландыру қажет.

Отандық экономиканың инновациялар мен жаңа технологияларға негізделген білім экономикасына көшу мүмкіндіктері мен қажеттілігі дамудың ресурстық-инновациялық стратегиясы шеңберінде қарастырылды. Жоспарлы директивадан нарықтық экономикаға, шок терапиясына, ЖІӨ-нің екі есе төмендеуіне және 1998 жылы дефолтқа көшкеннен кейін. әлемдік нарықтарда сол кезеңде талап етілетін ресурстар экспортынан қаржы қаражатын жинақтау және оларды экономиканың басқа секторлары арасында қайта бөлу, кейіннен осы секторлардың әлеуетін инновациялық-технологиялық негізде жандандыру негізінде орнықты даму траекториясына қарай. Елдің саяси құрылымы өзгеріп, Қазақстанның Конституциясы қабылданғаннан кейін министрліктер, ведомстволар және жалпы үкімет емес, әлемдік бағамен ресурстарды экспорттау кезінде алынған қаражаттың иелері болды. Мемлекеттік меншікке қатысатын көптеген монополиялар мен компаниялардың мәртебесі қаражатты экономика секторлары арасында тікелей қайта бөлуге жол бермеді. Сондықтан қаржыны қайта бөлудің негізгі құралы салық аударымдары, олардың ел бюджетіне шоғырлануы, содан кейін оны Бюджет кодексі негізінде бөлу болды.

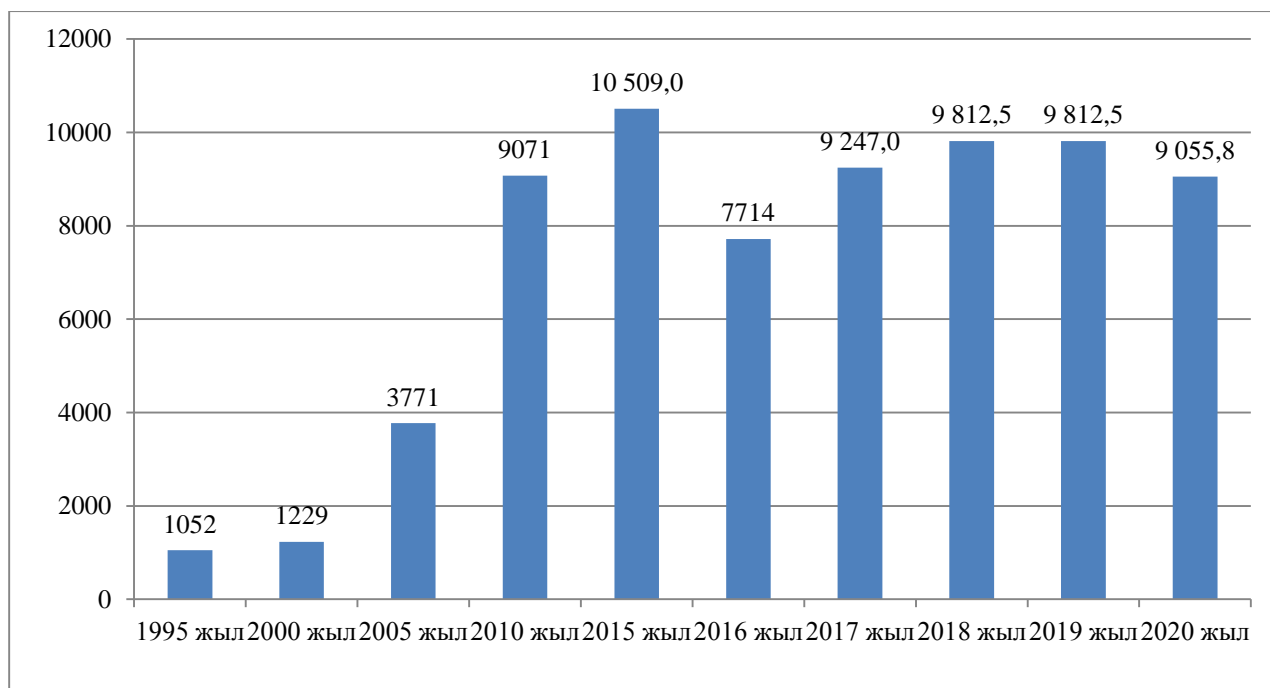
Әлеуметтік-экономикалық жүйенің (ӘЭЖ) маңызды құрамдас бөлігі ретінде ел экономикасының дамуы оның деңгейіне және басқа бөліктермен: әлеуметтік саламен, ғылыммен және инновациялық-технологиялық сектормен, экологиялық ортамен өзара іс-қимылына байланысты. Бұл бөліктердің бірігуі ӘЭЖ-тің пайда болуын, синергиясын қамтамасыз етеді.

Сондықтан толық технологиялық циклде оның дәйекті өзара байланысты төрт құрамдас бөлігін бөліп алу: өндіру, өңдеу, өңдеу, түпкілікті өнім мен инфрақұрылымды құру да олардың өзара дамуына ықпал ететін синергияны анықтай алады. Толық технологиялық цикл шеңберінде негізгі экономикалық секторлардың (өндіру, өңдеу, өңдеу, түпкілікті өнім) өзара іс - қимылының динамикасын зерттеу пайдаланылатын технологиялардың қолданыстағы деңгейіне баға беруге және бір мезгілде оларды жетілдірудің перспективалы мүмкіндіктерін анықтауға мүмкіндік береді.

Қазақстанның ЖІӨ 2019 жылы 67,7 трлн. теңге және өткен кезеңмен салыстырғанда 4,1% өсімді көрсетті. 2020 жылға арналған ЖІӨ-нің болжамды мәндері 4% - дан 6% - ға дейінгі дәлізде болды. Коронавирустық Пандемия, мұнай бағасының құлдырауы және әлемдік экономиканың жалпы құлдырауы 2020 және 2021 жылдары ЖІӨ деңгейіне қатысты (теріс әсерімен) өз түзетулерін жасады. 2020 жылдың қорытындысы бойынша Қазақстандағы экономика өсімі -2,6% құрады.

Қазақстанның тәуелсіздік алған жылдары ЖІӨ көлемі 14 есеге, яғни 1993 жылдағы 16,6 млрд. АҚШ долларынан 2015 жылы 184,3 млрд. АҚШ долларына дейін өскен, ал 2020 жылы (2015 жылмен салыстырғанда 8% азайып) 169,8 млрд. АҚШ долларына дейін әлемдік пандемия әсерінен төмендеген.

Басқа әлем елдермен салыстырғанда Қазақстанның ЖІӨ-нің үлес салмағыда өсуде. Осы жылдары Ресейдің ЖІӨ - не қатысты ол 3,4% - ға, Өзбекстанға-147,9% - ға және Украинаға-32,8% - ға өскен. Тиісінше, Қазақстан Республикасында ЖІӨ –ң жан басына шаққандағы динамикасы да өзгеріп, біркелкі емес екендігін көрсетеді (1-сурет). 1995-2020 жылдардағы аралық кезеңінде бұл көрсеткіш Қазақстанда (1995ж) 1052 АҚШ долларынан (2020 жылы) 9055,8 АҚШ долларына дейін өсті. Бірақ айта кету керек осы зерттеуге алынған аралықтарда 2015 жылы 10509,0 АҚШ долларын құрағандығын көреміз. Осылайша, БҰҰ деректері бойынша Қазақстан табыс деңгейі бойынша орташадан жоғары елдер тобына кіреді [1].



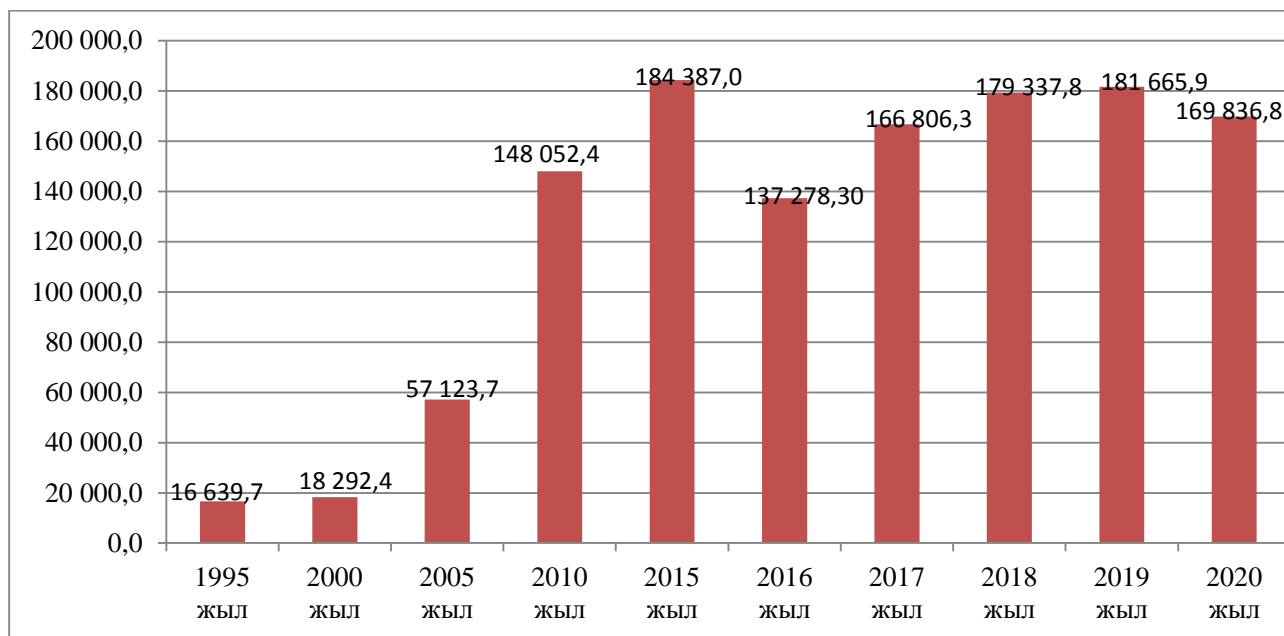
Сурет 1- Қазақстан Республикасындағы жан басына шаққандағы ЖІӨ серпіні, АҚШ долларымен

Ескертпе: [3] әдебиет негізінде автормен құрастырылған

Қазақстанның ұлттық экономикасы 2020 жылдағы болған әлемдік пандемияға дейінгі соңғы жылдары қарқынды дамып келді. Бұған мұнай бағасының өсуі, фискалдық және салықтық ынталандырулар, халықтың сұранысын қолдаған тұтынушылық несиелеудің өсуі ықпал етті. Бірақ мұнай бағасы төмендеді, сәйкесінше халық табысының өсуі баяулады. Осыған байланысты Қазақстан Республикасының Ұлттық Банкі тұтынушылық кредиттеуді шектеді, бұл өтімділік нарығындағы жағдайдың нашарлауына алып келді. Жиынтық сұраныс та тиісінше төмендей бастады, Қазақстанның ЖІӨ өсуі баяулай бастады, бұл ретте экономиканың барлық салаларында баяулау болды.

Шаруашылық жүргізудің нарықтық жағдайларына көшу жылдарында (1995-2020жылдар) ЖІӨ-нің өзгеруін (төмендеуін) төрт кезеңді бөліп көрсетуге болады: бірінші кезең нарықтық қатынастарға көшудің бастапқы жылдары және 1998 жылғы дағдарыс ретінде сипатталады. Екінші кезең, 2007-2008 жылдардағы әлемдік қаржылық дағдарысқа байланысты ел экономикасы дағдарысқа ұшыраған кезде, содан кейін 2014-2015 жылдар – әлемдік

нарықтардағы мұнай бағасының төмендеуі, сондай-ақ жаңғырығы бізге жеткен Ресейге қарсы санкциялар және соңғы кезең 2020 жылғы болған әлемдік панлемияның әсерінің Қазақстанның ЖІӨ теріс әсерін тигізді (2019 жылмен салыстырғанда ЖІӨ көлемі 6,5 % төмендегендігін көреміз) (2-сурет).



Сурет 2- Қазақстан Республикасы ЖІӨ-нің ағымдағы бағалардағы серпіні, млн АҚШ долларымен

Ескертпе: [3] әдебиет негізінде автормен құрастырылған

Жоғарыда аталған дағдарыстық кезеңдерде Қазақстан Республикасында ЖІӨ-нің орташа жылдық өсу қарқыны бойынша төмендеу үрдісі (1998 жылы 98.1%, 2008 жылы 103.3% -2009 жылы 101.2% және 2014 жылы 104.2% -2015 жылы 101.2%, соңғы 2020 жылы 97.4% дейін көрсетіп 2.6% ға кеміген) осы жылда неғұрлым айқын көрсетілген. 2014 жылы ЖІӨ-нің төмендеуі өткен жылмен салыстырғанда 6,8% құрады, төмендеу негізінен тау-кен өнеркәсібінде орын алған жағымсыз жағдайлардың есебінен болды. Ал 2020 жылды өткен жылмен салыстырғанда -7.1% құрады, төмендеу себебі әлемдік экономикадағы дағдарыс құбылыстары, яғни кароновирустық пандемия әсерін тигізбей қоймады [2].

XXI ғасырдың басында қалыптасқан және қалыптасқан технологиялар конвергенциясы принципі «нано-инфо-когно-био» технологиясы шеңберіндегі әртүрлі процестерді біріктіру және өзара әрекеттесу негізінде Болашақ технологияларды құруды көздейді. Бұл нано деңгейінде технологияларды қалыптастыруды, ақпаратты өңдеу негізінде іргелес технологиялармен өзара әрекеттесу, басқа процестермен және технологиялармен, соның ішінде тірі (биологиялық белсенді) жүйелер процестерімен өзара әрекеттесуге бейімделу және бейімделу қабілетін қамтиды. Мұндай технологиялар қазірдің өзінде бар, мысалы, роботтардың, дрондардың желілік өзара әрекеттесуінің сенсорлық технологиялары, топтық өзара әрекеттесу кезінде бетті тану технологиялары және т.б.

Инновациялық идеялар мен шешімдерді жаңа технологияларға енгізудің ғылыми-технологиялық кеңістігі мен процестерін тиімді ұйымдастыру компаниялар тауарлар мен қызметтерді өндіруде қолданатын моральдық және физикалық ескірген технологияларды алмастыра алады. Ескірген технологияларды жаңа технологиялармен алмастыру қазіргі жағдайдағы Технологиялық даму процесін сипаттайды. Оның динамикасы, әсіресе

ақпараттық технологиялар үшін, тез өсуде. Өндірістік базаны жаңа технологиялармен қанықтыру процесіне оны дамыту стратегиясын таңдауда Компания басшылығының ұстанымы белсенді әсер етеді. Көп нәрсе компанияның толық технологиялық цикл шеңберінде алатын орны (орналасқан жері) мен экономикалық секторына байланысты. Өндіруші секторға жататын компаниялар бәсекеге қабілеттіліктің жоғары деңгейіне ие, бұл, ең алдымен, табиғи факторға және өндіріс шығындарының аз деңгейіне байланысты. Осыған орай, мұндай компаниялар жаңа технологиялар мен инновациялық шешімдерді сатып алуға қайта өңдеу және өңдеу секторларының компанияларына қарағанда аз қаражат жұмсайды.

Нарыққа көшу кезінде экономиканы орталықтандырылған басқарудың рөлі мен ауқымы айтарлықтай өзгерді: үкіметтік органдар мен министрліктер тарапынан компанияларды жоспарлы-директивалық басқару негізінен олардың қызметін үйлестірумен ауыстырылды, ал компаниялар материалдық және материалдық емес активтердің иелері болды. Сондықтан компания өзінің даму мәселелерін өз қаражатына, яғни негізінен алынған пайда мен банктік несиелерге назар аудара отырып, өз бетінше шешуге мәжбүр. Дамудың жаңа шарттары негізгі құралдардың жаңаруын бәсеңдетті және бұл процесті экономиканың әртүрлі секторларына қатысты айтарлықтай саралады.

Отандық экономиканы жаңғыртудың маңызды мақсаты өңдеу өнеркәсібінің әлеуетін қалпына келтіру болуы тиіс. Сыртқы қарсылық жағдайында отандық заманауи бәсекеге қабілетті машиналар мен жабдықтар өндірісінің Қазақстан экономикасының тәуелсіз технологиялық дамуы мүмкін емес. Осы мақсатқа жету үшін Қазақстанның Үкіметі осы кешеннің негізгі салаларына (станок жасау, машина жасау, аспап жасау, электротехника өнеркәсібі) ауқымды қолдау көрсетіп қана қоймай, бастапқы кезеңде осы өндірістерге жеңілдетілген салық салуды енгізуі керек.

Бір мезгілде басқа секторлардан инвестициялық қаражаттың тиімді ағыны үшін тетіктер ұсынылып, жағдайлар жасау қажет. Инвестициялық несиелеу және қарыз түріндегі мұндай жағдайлар болашақ жоғары технологиялық өндірістердің бағалы қағаздары мен акциялары түрінде қалыптасуы мүмкін. Импортталатын жабдықтар мен қажетті қосалқы бөлшектерді жоғары бағамен сатып алатын мемлекеттің, банк секторының және компаниялардың бірлескен күш-жігері ғана өңдеу өнеркәсібін технологиялық импортты алмастыру режиміне ауыстыруға ықпал ететін болады.

2000 жылдан 2019 жылға дейінгі тауарлардың негізгі топтарының импорты мен экспортының динамикасын талдау, ең алдымен, азық-түлік (ет, балық, қант, дәнді дақылдар, май) сияқты топтардың импортының азаюын және машиналар, жабдықтар мен көлік құралдары, дәрілік заттар, есептеу машиналары мен олардың блоктары импортының тұрақты өсуін көрсетеді. Сонымен бірге бидай, көмір, жүк және жеңіл автомобильдер, өңделмеген материалдар экспорты артты. Экспорт пен импорт арақатынасының динамикасы тұтастай алғанда азық-түлік саласындағы импортты алмастыру стратегиясының сәтті орындалғанын, бірақ сонымен бірге технологиялар, машиналар мен жабдықтар саласында импортты алмастыруда прогрестің жоқтығын көрсетеді.

Қазақстандық компаниялардың даму перспективаларын анықтау технологиялар импорты мен отандық компаниялардың дамуы арасындағы таңдауды қамтиды. Мүмкіндігінше, осы екі бағытты да біріктіру керек, бірақ бүгінгіден гөрі өз күштеріне назар аудару керек, жаралардың ішінара жоғалған әлеуетін қалпына келтіру және Қазақстанның ғылыми-техникалық орталықтарында өз технологияларын құратын ірі компаниялармен бірлесіп университет ғылымының дамуына ықпал ету.

1990 жылдардың басынан бастап мұнай-газ кешені Қазақстан экономикасының локомотиві болды және болып қала береді.

Қазақстан экономикасын модернизациялаудың негізі ретінде көмірсутектер экспортына деген үміт толығымен ақталмады, ал білім экономикасына көшу ұзаққа созылды.

Санкциялар мен импортты алмастыру қиындықтарына қарамастан, отандық өнеркәсіп бәсекеге қабілеттіліктің айтарлықтай әлеуетін сақтап қалды (медицина, атом өнеркәсібі, ҚӨК) және қаржы секторының, салық органдарының және ғылыми-технологиялық саланың қызметін жауапты үйлестіру кезінде жобалық басқарудың ролін күшейту кезінде үйлесімді даму мен стратегиялық жоспарлауға көшу кезінде серпіліс жасауға қабілетті [3].

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі

1. Аганбегян А.Г. Кризис как окно возможностей // Научные труды Вольного экономического общества. 2020. Т. 223. № 3. С. 47-69. [Aganbegyan A.G. Crisis as a Window of Opportunity // Scientific Works of the Volnoye Economic Society. 2020. T. 223. №3. Pp. 47-69.] (дата обращения 20.09.2022)

2. Широ А.А. Возможности и риски посткорона кризисного восстановления экономики // Научные труды Вольного экономического общества. 2020. Т.223. №3. С.75-80. [Shirov A.A. Opportunities and Risks of Post-COVID-19 Crisis Economic Recovery // Scientific Works of the Volnoye Economic Society. 2020. T.223. №3. Pp. 75-80.] (дата обращения 20.09.2022)

3. The Global Competitiveness Repost 2019-2020 [Электрон.ресурс]. – 2020. – URL: http://www3.weforum.org/docs/GCR_2019-2020/05_FullReport/The_Global_Competitiveness_Repost_2019-2020_FINAL.Pdf. (дата обращения 20.09.2022)

МРНТИ 06.39.02

А.М.Сапарбаева¹

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

**ИНВЕСТИЦИИ В ЖИЛИЩНОЕ СТРОИТЕЛЬСТВО И МЕРЫ
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ В КАЗАХСТАНЕ**

Аннотация

Основной целью проведения социально-экономической политики является достижение улучшения благосостояния населения. В качестве показателя степени жизнеспособности граждан рассматривается обеспеченность жильем.

Цель исследования – анализ инвестиций в строительную отрасль в обеспечении доступного жилья для населения в Казахстане. В целях стимулирования жилищного строительства со стороны государства разработаны различные государственные программы, ежегодно увеличиваются объемы инвестиционных вложений. В связи с ежегодным увеличением инвестиций в жилищное строительство наблюдается стремительный рост отрасли.

Методология исследования – в раскрытии содержания научной статьи использовались динамические, структурные, сравнительные и диалектические методы. Государство создает условия для конкуренции и высокого качества путем привлечения инвестиций физических лиц и организаций. В последние годы в жилищном строительном бизнесе увеличиваются привлеченные инвестиции негосударственных предприятий и организаций и населения, что делает государственное участие менее востребованным. Только в условиях пандемии картина получила другое направление. Обилие спроса на жилье, недостаточное количество строительных материалов и рабочей силы на рынке стали причиной роста цен в отрасли.

В результате исследования мы убедились, что объем инвестиций в жилищное строительство растет из года в год. Мы обосновали, что государством проводится комплекс

различных мероприятий с целью увеличения инвестиций в жилищное строительство и обеспечения населения жильем.

Ключевые слова: жилищное строительство, инвестиционная деятельность, пандемия, рабочая сила, строительство, цифровизация.

*А.М. Сапарбаева*¹

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

ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ТҰРҒЫН ҮЙ ҚҰРЫЛЫСЫНА САЛЫНҒАН ИНВЕСТИЦИЯЛАР ЖӘНЕ МЕМЛЕКЕТТІК ҚОЛДАУ ШАРАЛАРЫ

Аңдатпа

Әлеуметтік-экономикалық саясатты жүргізудің негізгі мақсаты халықтың әл-ауқатын жақсартуға қол жеткізу болып табылады. Азаматтардың өміршеңдік дәрежесінің көрсеткіші ретінде тұрғын үймен қамтамасыз ету қарастырылады.

Зерттеудің мақсаты-Қазақстандағы халық үшін қолжетімді тұрғын үйді қамтамасыз етудегі құрылыс саласына инвестицияларды талдау. Тұрғын үй құрылысын ынталандыру мақсатында мемлекет тарапынан түрлі мемлекеттік бағдарламалар әзірленді, жыл сайын инвестициялық салымдардың көлемі ұлғаяды. Тұрғын үй құрылысына инвестициялардың жыл сайын ұлғаюына байланысты саланың қарқынды өсуі байқалады.

Зерттеу әдістемесі-ғылыми мақаланың мазмұнын ашуда динамикалық, құрылымдық, салыстырмалы және диалектикалық әдістер қолданылды. Мемлекет жеке тұлғалар мен ұйымдардың инвестицияларын тарту арқылы бәсекелестік пен жоғары сапа үшін жағдай жасайды. Соңғы жылдары тұрғын үй құрылыс бизнесінде мемлекеттік емес кәсіпорындар мен ұйымдар мен халықтың тартылған инвестициялары ұлғайып келеді, бұл мемлекеттің қатысуын аз талап етеді. Тек пандемия жағдайында жағдай басқа бағытқа ие болды. Тұрғын үйге деген сұраныстың көптігі, құрылыс материалдары мен нарықтағы жұмыс күшінің жеткіліксіздігі саладағы бағаның өсуіне себеп болды.

Зерттеу нәтижесінде біз тұрғын үй құрылысына инвестиция көлемі жылдан жылға өсіп келе жатқанына көз жеткіздік. Біз мемлекет тұрғын үй құрылысына инвестицияларды ұлғайту және халықты тұрғын үймен қамтамасыз ету мақсатында түрлі іс-шаралар кешенін жүргізіп жатқанын негіздедік.

Түйінді сөздер: тұрғын үй құрылысы, инвестициялық қызмет, пандемия, жұмыс күші, құрылыс, цифрландыру.

*Saparbayeva A.M.*¹

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

INVESTMENTS IN HOUSING CONSTRUCTION AND STATE SUPPORT MEASURES IN KAZAKHSTAN

Abstract

The main purpose of the socio-economic policy is to achieve an improvement in the welfare of the population. Housing security is considered as an indicator of the degree of viability of citizens.

The purpose of the study is to analyze investments in the construction industry in providing affordable housing for the population in Kazakhstan. In order to stimulate housing construction, various state programs have been developed by the state, and the volume of investment increases annually. Due to the annual increase in investment in housing construction, there is a rapid growth of the industry.

Research methodology – dynamic, structural, comparative and dialectical methods were used in the disclosure of the content of the scientific article. The state creates conditions for competition and high quality by attracting investments from individuals and organizations. In recent years, attracted investments of non-state enterprises and organizations and the population have been increasing in the housing construction business, which makes state participation less in demand. Only in the context of a pandemic, the picture has received a different direction. The abundance of demand for housing, insufficient amount of construction materials and labor in the market have caused prices to rise in the industry.

As a result of the study, we were convinced that the volume of investment in housing construction is growing from year to year. We have proved that the state is carrying out a complex of various measures to increase investment in housing construction and provide housing for the population.

Keywords: housing construction, investment activity, pandemic, labor force, construction, digitalization.

Әлем бойынша инвесторлар үшін ең тартымды салалардың бірі – ол құрылыс саласы. Бағалы қағаздар немесе алтынға қарағанда құрылыс саласы аз тәуекелді қажет етеді және құны ұдайы өсіп отырады. Сол себепті, жылжымайтын мүлікке деген қызығушылықтың мәні тұрақты өсуде деуге болады. Жылжымайтын мүлікке деген сұраныс тек халық санының өсуімен сипатталмайды. Сондай-ақ, үйлер мен ғимараттардың ескіруіне, заман талабына сай нысандарға деген сұраныстың артуына да байланысты. Құрылыс саласына жаңа технологиялардың енуі осы саладағы айтарлықтай қаржылық шығындардың азаюына және саланың беделін артуына септігін тигізіп жатыр. 2020 жылы орын алған жаһандық пандемия инвестиция көлемінің барлық салаларда төмендеуіне алып келді. Бірақ, бұндай қиын-қыстау кезеңде құрылыс саласы өз тұрақтылығын көрсете алды. Сәйкесінше, инвесторлардың құрылыс саласына деген қызығушылығын одан сайын арттыра түсті. Құрылыс саласы, соның ішінде тұрғын үй құрылысына салынған инвестициялар көлемі 2022 жылғы қаңтар-маусымда тұрғын үй құрылысына салынған инвестициялар көлемі 2021 жылғы қаңтар-маусыммен салыстырғанда 18,8% - ға өсті және 1 205 млрд.теңгені құрады. 2021 жыл пандемиядан кейінгі қайта қалпына келу жағдайында Президентіміз өз жолдауында «тұрғын үй азаматтарымыз үшін – қашанда басты мәселе» екендігін нақты атап өтті. Осы мәселеге қатысты бірыңғай тұрғын үй бағдарламасының әзірленіп, әкімшісі ретінде «Отбасы банк» тағайындалатынын айтты [1].

Құрылыс саласының жағдайы кез-келген мемлекет үшін оның дамуы мен экономикалық ахуалына тікелей байланысты. Әлемнің озық елдерінің өзінде басты мәселе болып келген Қазақстан үшін де баспана тақырыбы өзекті мәселе. Ғылыми мақалада соңғы жылдардағы Қазақстанның тұрғын үй жағдайын жақсарту үшін тартылған инвестициялар қарастырылады. Зерттеу жұмыстарының нақты көрсету үшін динамикалық, құрылымдық, статистикалық, графикалық әдістер пайдаланылды. Құрылыс саласы пандемияға дейін де көп инвестицияларды қажет етті. Құрылыс материалдарын өндіретін кәсіпорындардың 80 %-ға жуығы шағын және орта кәсіпкерлер болып табылады. Сондықтан, кәсіпорындар ішкі нарықтың сұранысын қанағаттандыра алмайды. Заманауи технологиялар мен керекті жабдықтардың болмауы отандық өнімдердің сапасының төмен болуына, бәселестікке қабілетсіз етеді. Пандемия кезіндегі карантиндік шектеулерге байланысты саладағы мәселелер одан әрі ұшығып, құрылыс материалдарының және сәйкесінше жылжымайтын мүліктің қымбаттауына әкеліп соқты. Қазақстанда құрылыс материалдарын өндіруге қарағанда шет жақтан алып келу басымырақ. Бүгінгі нарыққа 669 миллиард теңгенің құрылыс материалдары қажет болса, соның 339 миллиарды, яғни 50%-дан астамы импортталады [2].

Сол себепті, тұрғызылған тұрғын үйлердің құны халқымыз үшін қолжетімсіз болып келуде. Демек, құрылыс саласына жаңа жобалар және инвестицияларды жұмылдыру керек.

Екіншіден, құрылыс саласындағы жаңа кадрлар мен білікті мамандардың жеткіліксіздігі айта өту керек. Құрылыс нарығындағы жұмыс күшінің аздығы тек Қазақстанда ғана емес әлемдік деңгейдегі өзекті мәселе деп айтуға болады. Жастар арасында да бұл салаға деген қызығушылықтың төмен екендігін жоққа шығара алмаймыз.

Инвестициялық қызметті тікелей мемлекеттік реттеу, инвестициялық құрылыс жобаларын мемлекеттік қолдау негізінен қаржы ресурстарын мемлекеттік қажеттіліктерге бағыттау арқылы жүзеге асырылады. Көрсетілген мақсаттарға бөлінген қаражат сомасы жыл сайын бекітілген тиісті бюджеттерде және мемлекеттік инвестициялық бағдарламада мемлекеттік орталықтандырылған күрделі салымдар көлемінде көзделеді [3].

Құрылыс саласы енді жаңа технологиялық дәуірге кіріп келе жатыр. Әлемнің кез-келген саласында цифрландыру жолы артып келеді. Құрылыс индустриясына цифрландыру стратегиясын дайындау қажет. Бұл саланы цифрландыру - енді өсіп келе жатқан жаңа тренд деп айтсақ қателеспейміз[4].

Тұрғын үй құрылысының әлемдік тәжірибеде банктермен қаржыландырылатындығы белгілі. Ал қарапайым халықтың инвестицияларын тарту бұл салада жиі кездесетін құбылыс деп айта алмаймыз. Құрылысшы мердігерлер үшін банктерден алынатын пайыздық несиелерге қарағанда үлескерлермен жұмыс жасаған тиімдірек. Сәйкесінше, үлескерлер үшін де үй құрылысының бастапқы кезеңінде үлескер болуы баспананы 20-40% төмен алуға мүмкіндік береді [5].

Болашақта пандемия инвестициялық саясатты қалыптастыруға ұзақ мерзімді әсер етуі мүмкін. Әсіресе, шетелдік инвестицияларды қабылдаушы елдер үшін өте маңызды болып саналатын салаларға инвестицияның салынбауы жағдайды одан әрі қиындатады. Бір жағынан пандемия басқа да салаларға инвестиция тарту үшін бәсекелестіктің артуына әкелуі мүмкін, өйткені нарық экономикалық құлдыраудан шығуға тырысады және бұзылған жеткізілім тізбегін қалпына келтіруді көздейді [6].

Тұрақтылықты арттыру үшін инвестицияларды көтермелеу, инфрақұрылым мен өнеркәсіпті теңгерімді ынталандыру, қалпына келтіру жоспарларын іске асыру мәселелерін шешу келісілген саяси тәсілдерді талап етеді. Стратегиялық деңгейде даму жоспарлары немесе өнеркәсіптік саясат әр түрлі салалардағы фирмаларды ынталандыру дәрежесін, жеткізу тізбегінің тұрақтылығын арттыру үшін халықаралық өндірістік желілердің теңгерімін өзгертуге және саяси тұрақтылықты анықтауы керек [7].

Қазақстан тәуелсіздігінің 30 жылдық тарихында 120-дан астам елдермен инвестициялық келісімдер жүргізген. Тіпті, инвестицияларды жұмылдыру жағынан еліміз Орта Азияда көш бастап тұр [8].

Осындай нәтиже еліміздің инвесторлар үшін қолайлы ортаға айналғандығының бір көрінісі деуге болады. Қазақстанда инвестициялық тартымдылығы ең жоғары салаларға мұнай-газ, химия өнеркәсібі, тау-кен, металлургия және сонымен қатар құрылыс саласы жатады. Құрылыс саласында соңғы жылдары ұдайы өсуді көріп келеміз. Осыдан құрылыс нарығы экономикамыздың маңызды бөлігі деуге болады. Әсіресе, әлеуметтік саясатымыздың басты мақсаттарының бірі болған тұрғын үй құрылысының орны ерекше. Пандемияның келуі еліміздегі экономика салаларының іскерлік белсенділігінің бәсеңдеуіне алып келді. Жылжымайтын мүлік саласы карантиндік шектеулерге қарамастан керісінше жақсы нәтиже көрсеткен салалардың қатарында болды.

Тұрғын үй құрылысына салынған инвестициялар үлесі негізгі капиталға салынған инвестициялар көлемінде жыл сайын артып келеді. Өйткені, халықтың әл-ауқатымен тығыз байланысқан тұрғын үй саласы әлеуметтік мәселелерді шешуші бастапқы құрал.

Соңғы жылдары тұрғын үй құрылысының жандануына және инвестициялық ағымдардың артуына ықпал еткен мемлекеттік бағдарлама әзірленген болатын. Осы салада мемлекет тарапынан іске асырылып жатқан қызметтердің көрінісін, яғни тұрғын үй құрылысына тартылған инвестициялардың соңғы бес жылдағы өзгерісін төмендегі кестеден көре аламыз (Кесте 1).

Кесте 1 – 2016-2020 жылдардағы ҚР-ғы тұрғын үй құрылысына салынған инвестициялар серпіні

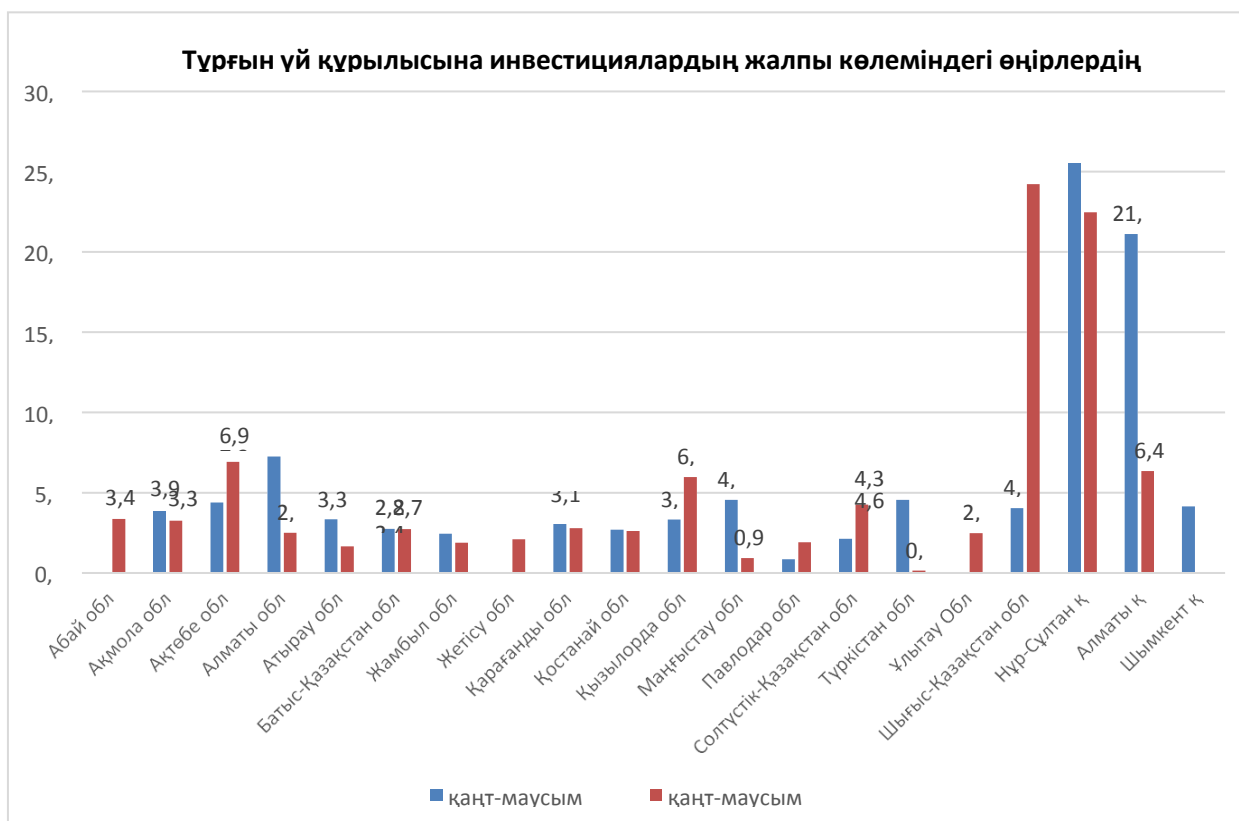
Жыл К	Тұрғын үй құрылысына салынған инвестициялар, млн. теңге	Өсім қарқыны (%)
2016	839 565	13
2017	1 022 482	22
2018	1 201 296	17
2019	1 475 500	23
2020	1 989 281	35
2021	2 454 195	23

Ескерту: [9] мәліметтері негізінде автормен құрастырылған

Кестеде тұрғын үй құрылысына тартылған инвестициялар 2016 жылдан 2021 жылға дейін ұдайы өсіп отырғанын көріп отырмыз. Халықты баспанамен қамтамасыз етуде маңызды құрал ретінде жеке инвестициялар тартуды айтуға болады. 2016 жылы 10 қазанда ҚР-ның «Тұрғын үй құрылысына үлестік қатысу туралы» Заңы күшіне енді. Заң аясында үлескерлер құқығы қорғалып, кепілдеме алуы саладағы инвестиция көлемінің артуына септігін тигізді. 2016 жылы инвестициялар көлемі 2015 жылға қарағанда 13 %-ға артып, 839 565 млн. теңгені құрады. 2017 жылы жеке құрылыс салушыларға арналған республикалық бюджеттен арнайы субсидиялардың бөлінуі құрылыс саласының одан әрі жандануына алып келді. Нәтижесінде тұрғын үйге салынған инвестициялар 1 022 482 млн. теңгені құрады. 2018 жылғы бұл көрсеткіш 1 201 296 млн. теңге болса, ал 2019 жылы есепті жылға қарағанда 23 %-ға көп орындалып 1 475 500 млн.теңгені құрады. Сала бойынша ең көп өсуді 2020 жылы көруге болады.

Қазақстан бюджетінің басты кіріс көзі болған мұнай бағасының пандемия салдарынан төмендеуі себеп мемлекеттік қаржының біраз бөлігі құрылыс саласына жұмсалды. 2020 жылы есепті жылға қарағанда 35% өсім көрсетті, ал 2016 жылға қарағанда екі есе көп орындалған. Пандемия кезінде мемлекеттен «Шаңырақ» пилоттық жобасына қосымша 390 млрд. теңге бөлініп, оның 210 млрд. теңгесі «5-10-20» Отбасы банкі арқылы жеңілдікпен несиелік беруге бағытталса, қалған 180 млрд. теңгесі әлеуметтік несиелік тұрғын үй құрылыстарына жұмсалды [8]. 2021 жылы тұрғын үйлердің құрылысына жұмылдырылған инвестициялар 2 454 195 млн. теңгені құрап, 2020 жылдағы көрсеткіштен 23%-ға артық орындалды.

2022 жылғы қаңтар-маусымда тұрғын үй құрылысына салынған инвестициялар көлемі 2021 жылғы қаңтар-маусыммен салыстырғанда 18,8% - ға өсті және 1 205 млрд.теңгені құрады.Өңірлік бөліністе Инвестициялар Астана қаласына 292 млрд.теңге (өткен жылдың ұқсас кезеңімен салыстырғанда 18,8% – ға артық), Алматы қаласына – 270 млрд. теңге (өткен жылдың ұқсас кезеңімен салыстырғанда 21,3% - ға артық) және Шымкент қаласына-76 млрд. теңге өткен жылдың ұқсас кезеңімен салыстырғанда 78,6% - ға артық) бағытталды.

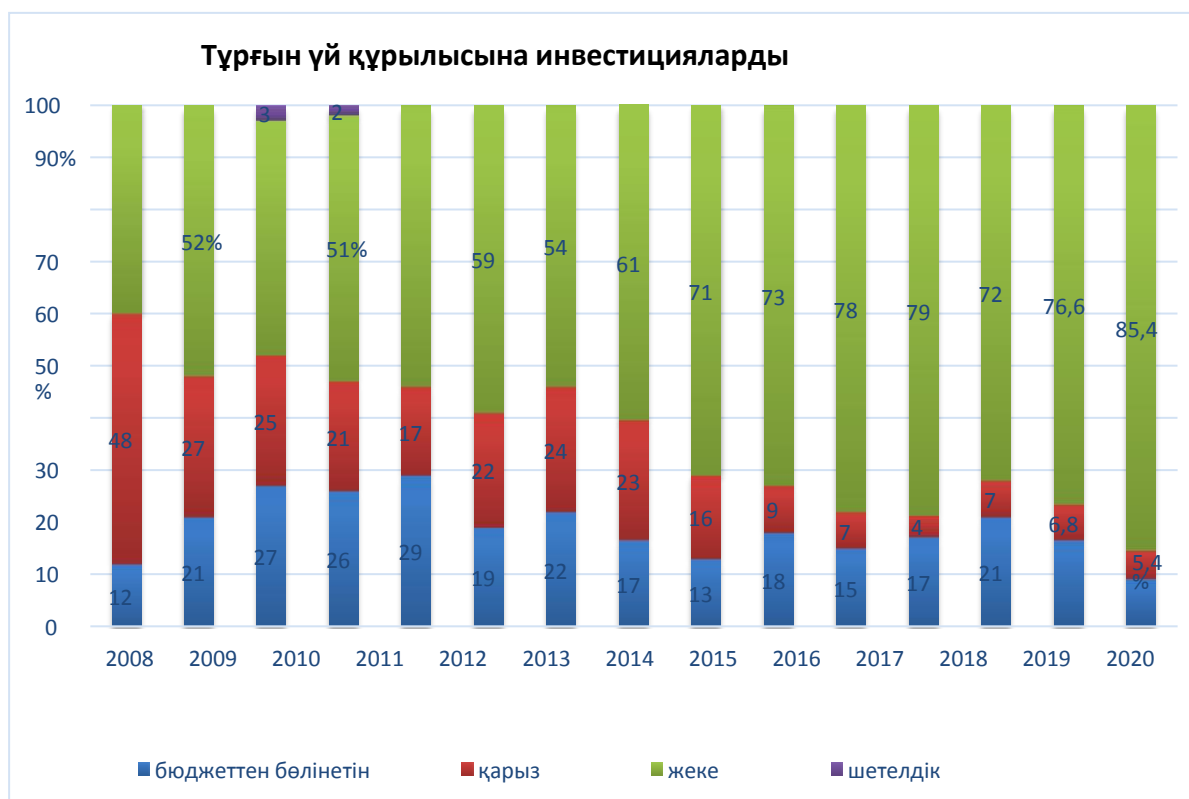


Дереккөз: Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар жөніндегі агенттігінің ұлттық статистика бюросы [9]

Тұрғын үй құрылысына инвестициялардың жалпы көлеміндегі ең үлкен үлес салмақ Алматы және Астана қалаларында (тиісінше 22,5% және 24,2%) сақталады.

Тұрғын үйлердің құрылысы бойынша қабылданып жатқан бағдарламалардың сәтті іске асып жатқаны халқымыздың әлеуметтік экономикалық ахуалының түзелуіне алып келетіні сөзсіз. Елімізде тұрғын үй құрылысына тартылатын инвестицияларды қаржыландыруда мемлекет едәуір үлкен рөлді ойнайды. Қазіргі таңда елімізде мемлекеттік-жекешелік әріптестікті дамыту экономикалық саясатымыздың басты ұстанымдарының бірі деуге болады. Тұрғын үй саласына салынатын инвестициялар көлемін жеке меншік инвесторлардың үлесін арттыру арқылы бәсекелестікті арттырып, сапаның жақсаруымен бағаның тұрақтылығын қалыптастыру.

2022 жылғы есепті кезеңде Қазақстан бойынша тұрғын үй құрылысына инвестициялар құрылымында құрылыс салушылар мен халықтың меншікті қаражаты басым қаржыландыру көздері болып қалуда (85,42%). Бюджеттен бөлінетін қаражат үлесінің едәуір қысқаруы байқалады – 2021 жылғы 16,6% – ға қарағанда 9,2%. банктер бөлген қаражаттың үлесі, тұрғын үй құрылысына-2020 жылғы 5,3% - ға қарағанда 6,5% - ға өсті. Есепті кезеңде тұрғын үй құрылысына инвестициялардың жалпы көлеміндегі басқа қарыз қаражатының (банктердің кредиттерінен басқа) үлесі 5,4% - ды құрады, бұл 2021 жылғы ұқсас кезеңнің деңгейінен 0,9% - ға артық. Астана қаласында бюджет қаражатының үлесі 3,65% - ды құрады. Алматы қаласында 2021 жылдың есепті кезеңінде халықтың меншікті қаражаты және банктердің кредиттік қаражаты есебінен инвестициялар тиісінше 77,15% - ды және 4,59% - ды құрады. Есепті кезеңде бюджет қаражатының және басқа да қарыз қаражатының үлесі тиісінше 2,87% - ды және 18,5% - ды құрады. Шымкент қаласында меншікті және бюджет қаражатының үлесі тиісінше 85,2 және 14,84% - ды құрады.



Дереккөз: Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар жөніндегі агенттігінің ұлттық статистика бюросы [9]

2020 пандемия жағдайында салынған инвестициялар мемлекеттік кәсіпорындар мен ұйымдар 2019 жылға қарағанда 68%-ға, мемлекеттік емес кәсіпорындар мен ұйымдар 28%-ға және қарапайым халық 8%-ға көп тартылған. 2021 жылдың 1 қаңтарында азаматтардың тұрғын үй жағдайын жақсарту мақсатында біржолғы зейнетақы төлемдерін пайдалануға рұқсат етілді. 2021 жылы «Қазақстандықтардың әл-ауқатын арттыруға бағытталған орнықты экономикалық өсу» ұлттық жобасы бойынша жеке инвестицияларды 2025 жылға қарай 15,5 трлн. теңгеге дейін арттыру міндеті қойылды.

ҚР Қаржы нарығын реттеу және дамыту агенттігінің ақпараты бойынша 2022 жылғы 1 маусымдағы жағдай бойынша Қазақстан Республикасының банк секторын 22 Екінші деңгейдегі банк құрайды. Оның ішінде 28 мамырдағы жағдай бойынша қандай да бір бағдарламалар шеңберінде ипотекалық қарыздарды 9 банк береді: Отбасы банк, Халық банк, Банк ЦентрКредит, Bank RBK, Altyn Bank, Банк Фридом Финанс Қазақстан, Нұрбанк, Ислам банкі. Еуразиялық банк «7-20-25» ипотекасын ғана береді. Сбербанк Қазақстан ипотека беруді тоқтатты. Ипотекалық кредиттеудің жалпы көлеміндегі ең үлкен үлесті Отбасы банк алады — 60% - дан астам. Бәрінен бұрын ипотекалық қарыздарды беру Астана қалаларында — тұрғын үй салуға және сатып алуға арналған қарыздардың, оның ішінде ипотекалық тұрғын үй қарыздарының жалпы сомасының шамамен 30% — ы және Алматы қаласында шоғырланған.

Банктің атауы	Кредит бойынша төменгі мөлшерлеме*	Ең төменгі ең бастапқы жарна сомасы**	Кредиттің ең ұзақ мерзімі	Пәтерді 12 млн теңгеге сатып алған кезде 6 жылға ай сайынғы төлем және артық төлем, бастапқы жарна 50%
Халық банк	15%	От 20%	До 20 лет	127 000 / 3 000 000
Altyn Bank	16%	От 20%	До 20 лет	130 000 / 3 371 000
Банк Фридом Финанс Казахстан	16%	От 30%	До 15 лет	130 000/3 371 000
Нурбанк	17%	От 30%	До 20 лет	133 000 / 3 600 000
Банк ЦентрКредит	17,5%	От 20%	До 15 лет	135 000 / 3 700 000
Bank RBK	18,5%	От 30%	До 15 лет	138 500 / 3 900 000
Исламский банк	-	От 30%	До 15 лет	120 000 / 2 700 000

* сыйақының жылдық тиімді мөлшерлемесі

** сатып алынатын жылжымайтын мүлік бағасынан

Дереккөз: ЕДБ деректері

Тұрғын үйдің қолжетімділігін қамтамасыз ету және тұрғын үй қорын кеңейту мемлекет үшін басты міндеттердің бірі болып табылады. Осыған байланысты мемлекет жан-жақты шаралар қабылдауда. Осылайша, Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2019 жылғы 31 желтоқсандағы №1054 қаулысымен тұрғын үй құрылысын қолдаудың жаңа тетіктерін біріктірген және бұрын қабылданған мемлекеттік және салалық бағдарламалар: Инфрақұрылымды дамытудың 2015- 2019 жылдарға арналған «Нұрлы жол» мемлекеттік бағдарламасы, Өңірлерді дамытудың 2020 жылға дейінгі бағдарламасы бойынша жұмыс істеген «Нұрлы жер» мемлекеттік тұрғын үй- коммуналдық даму бағдарламасы (бұдан әрі – Бағдарлама) бекітілді.

Бағдарлама тұрғын үй құрылысы, азаматтарды тұрғын үймен қамтамасыз ету, ТКШ жүйесін жаңғырту және дамыту саласындағы мемлекеттік қолдаудың барлық шараларын шоғырландырады. Осыған байланысты, Мемлекеттік бағдарламаға коммуналдық инфрақұрылымды, жылумен, сумен жабдықтау және су бұру жүйелерін, Инфрақұрылымды дамытудың 2015-2019 жылдарға арналған «Нұрлы Жол» мемлекеттік бағдарламасынан және Өңірлерді дамытудың 2020 жылға дейінгі мемлекеттік бағдарламасынан тұрғын үй қорын жаңғырту мәселелері интеграцияланған. Тұрғын үй құрылысындағы мемлекеттік қолдаудың негізгі шаралары жаппай құрылыс салынатын аудандарды инженерлік коммуникациялармен жайластыру есебінен халықтың қалың жігіне қолжетімді тұрғын үй құрылысын ынталандыруға бағытталған. Бұл үлестік құрылыс тетіктері шеңберінде халыққа кредиттік тұрғын үй ұсыну үшін жеке инвестицияларды тартады және жеке тұрғын үй құрылысын дамытуға қолдау көрсетеді.

Тұрғын үйдің қолжетімділігін арттыруға тұрғын үй-құрылыс жинақтары жүйесінің және ипотекалық бағдарламалардың, оның ішінде «7-20-25» ипотекалық тұрғын үй кредиттеуі бағдарламасының құралдары да ықпал етеді. Сатып алусыз әлеуметтік жалға берілетін тұрғын үймен халықтың тұрғын үй сатып алу үшін жеткілікті табысы жоқ әлеуметтік осал санаттары: мүгедектер, жетім балалар, көп балалы отбасылар, сондай-ақ ірі мегаполистерде жұмыс істейтін жастар қамтамасыз етіледі. Көрсетілетін қолдау шараларының атаулылығын

камтамасыз ету үшін азаматтарға олардың әлеуметтік мәртебесі мен табыстарына қарай нақты критерийлер көзделетін болады.

Тұрғын үй-коммуналдық инфрақұрылымды жаңғырту және басқару жүйесінің тиімділігін арттыру, энергия тиімді және ресурс үнемдейтін технологияларды қолдану, ТКШ саласын жоғары білікті кадрлармен қамтамасыз ету жөніндегі жұмыс жалғастырылады.

Тұрғын үй қорының жай-күйін жақсарту үшін КППҮ-ді күрделі жөндеу және тұрғын үй қорын реновациялау жөніндегі іс-шаралар іске асырылатын болады. Құрылыс саласындағы нормативтік-техникалық құжаттар тұрғын үй қауіпсіздігі мен сапасына қойылатын қазіргі заманғы талаптарды, жобалау саласын цифрландыру үрдістерін ескере отырып, тұрақты негізде өзектендірілетін болады.

Қазақстандағы құрылыс саласы бүкіл елдің экономикалық өмірімен және азаматтардың өмірімен тығыз байланысты. Әсіресе, қолжетімді баспананы қамтамасыз ету үшін тұрғын үй құрылысының дамуын мелекет басшылыққа алады. Халықты баспанамен қамту мақсатында тұрғын үй құрылысына инвестициялар тарту үшін мемлекет тарапынан түрлі шаралар мен бағдарламалар әзірленіп келеді. Құрылыс саласы Қазақстандағы ең табыстылығы жоғары салаға жатады. Сол себепті, салаға инвестициялар тарту бюджетіміздің ұлғаюына әкелетіні сөзсіз.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі

1. Мемлекет басшысы Қасым-Жомарт Тоқаевтың Қазақстан халқына Жолдауы. Халық бірлігі және жүйелі реформалар – ел өркендеуінің берік негізі. [Электронный ресурс] 2022. URL: <https://primeminister.kz/addresses/01092022>. (Өтініш берілген күні: 03.11.2021).

2. Серова, Д.Б. Наиболее выгодные стратегии вложения в иностранные биржевые инвестиционные фонды (ETF). Современные научные исследования и инновации- 2019.- №4, С1-3.

3. Руткаускас, Т.К. [и др.]. Инвестиции и инвестиционная деятельность организаций : учебное пособие. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2019.-316 с.

4. Қазақстанның жаңа мамандықтары мен құзыреттерінің атласы. Цифрландыруға бағдарланған саланың технологиялық жаңаруы, (2020). №7, С 58-79.

5. Судас, Л.Г., Оносов, А.А. Проектное финансирование в жилищном строительстве: в поисках баланса интересов. Журнал Государственное управление. -2022. Электронный вестник, №83, С 243-270.

6. Investment policy responses to the COVID-19 pandemic. Investment policy monitor. Special issue (4) United Nations Conference on Trade and Development. New York and Geneva: United Nations, UNCTAD, -2020. p16.

7. World investment report 2021. Investment trends and prospects. The future of sustainable finance. New York, -2021. P 280.

8. Қазақстан Республикасы Премьер-Министрінің ресми ақпараттық ресурсы. Басым салалар, тікелей шетелдік инвестициялар және жаңа тәсілдер - Қазақстанда инвестициялар тарту бойынша қандай шаралар қабылдануда.-2021, [Электронный ресурс] URL: <https://primeminister.kz/kz/news/reviews>. (Өтініш берілген күні: 03.11.2021).

9. Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігі Ұлттық статистика бюросы. Қазақстан Республикасындағы инвестициялық және құрылыс қызметі. Статистикалық жинақ, Астана, -2021. [Электронный ресурс] URL: <https://stat.gov.kz/edition/publication/collection>. (Өтініш берілген күні: 03.11.2021).

10. Абиева, С.Н., Құрмантаева, А.Ж., Темирова, Ж. Инвестициялық климат-шетелдік инвестицияларды тарту үшін қажетті шарт. Қазақстан Республикасы Ұлттық ғылым академиясының Хабаршысы, 2021. №3, 6-13б.

11. Косарева, Н.Б., Полиди, Т.Д. Доступность жилья в России и за рубежом. Журнал Вопросы экономики, -2019. №7, С 29-51.

12. Nguyen Quoc Toan [and oth.]. Adoption of building information modeling in the construction project life cycle: benefits for stakeholders. *Architecture and Engineering*, 2022. . №7 (1), p 56-71.

13. Anton van der Walt. How do you enable digital integration? *Mining & Construction*. 2, 2021. P 35-37.

МРНТИ 338.45(573)

М.Т. Сырлыбаева¹

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

МЕМЛЕКЕТТІК ҚЫЗМЕТТІ ЖЕТІЛДІРУ ЖОЛДАРЫ

Аңдатпа

Мақалада экономиканы басқару бойынша мемлекет аппараты, мемлекеттің қызметін жүзеге асыру – бұл экономиканы басқару процесіне ықпал етудің түрлі деңгейі бар, мемлекеттік экономикалық қызметтің негізгі бағыттарын жүзеге асырушы экономиканы басқаруды ұйымдастыру мен нормативтік реттеуді жүзеге асырушы оның жүйелерінің қызметтік белгілері бойынша қатал иерархиялық бағыныштылықпен мемлекеттік органдардың тармақталған жүйесі – мемлекеттік қызметті жүзеге асырады .

Мемлекеттік қызмет – әр елдің барлық даму сатысындағы басты атрибут, ал мемлекеттік қызметшілер – өзгерістердің негізгі орындаушылары. Мемлекет мақсаттары мен функцияларын жүзеге асырудағы тәжірибелік және кәсібилік қатысу, мемлекеттік органдар құзыреттігін іске асуын қамтамасыз етудегі кәсіби лауазым ретінде мемлекеттік құрылыстың ең маңызды басымдылықтарының бірі болып табылады. Бүгінгі күнде мемлекетіміздегі саяси, әлеуметтік-экономикалық, құқықтық алғышарттар мемлекеттік қызметтің нормативтік-құқықтық негізін жаңартуға, оның функционалдануының тиімді формаларын жасақтауға мүмкіндік береді.

Түйін сөздер: инновация, эволюция, мемлекеттік басқару, ғылыми техникалық прогресс, бәсекелестік, рынок, технология, инжиниринг

М.Т. Сырлыбаева¹

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

ПУТИ УЛУЧШЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ

Аннотация

В статье государственный аппарат управления экономикой, осуществления государственной деятельности представляет собой разветвленную систему государственных органов с разным уровнем влияния на процесс управления экономикой, организацию хозяйственного управления, реализующую основные направления государственной хозяйственной деятельности и осуществление нормативного регулирования, со строгой иерархической подчиненностью по функциональным характеристикам своих систем выполняет государственную службу.

Государственная служба является главным атрибутом каждой страны на всех этапах развития, а государственные служащие являются главными проводниками перемен. Практическое и профессиональное участие в реализации целей и функций государства, как профессиональная позиция в обеспечении реализации компетенции государственных

органов, является одним из важнейших приоритетов государственного строительства. Сегодня политические, социально-экономические и правовые условия в нашей стране дают возможность обновить нормативно-правовую базу государственной службы, создать эффективные формы ее функционализации.

Ключевые слова: инновации, эволюция, государственное управление, научно-технический прогресс, конкуренция, рынок, технология, инженерия.

Syrlybayeva M.¹

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

WAYS TO IMPROVE PUBLIC SERVICE

Abstract

In the article, the state apparatus for economic management, the implementation of state activities is a branched system of state bodies with different levels of influence on the process of economic management, the organization of economic management that implements the main directions of state economic activity and the implementation of normative regulation, with strict hierarchical subordination according to the functional characteristics of its systems. performs public service.

Civil service is the main attribute of every country at all stages of development, and civil servants are the main agents of change. Practical and professional participation in the implementation of the goals and functions of the state, as a professional position in ensuring the implementation of the competence of state bodies, is one of the most important priorities of state construction. Today, the political, socio-economic, and legal conditions in our country provide an opportunity to update the regulatory and legal basis of public service, to create effective forms of its functionalization.

Keywords: innovation, evolution, public administration, scientific and technical progress, competition, market, technology, engineering

Мемлекеттік қызмет - әр елдің барлық даму сатысындағы басты атрибут, ал мемлекеттік қызметшілер - өзгерістердің негізгі орындаушылары. Қазіргі заманғы тиімді мемлекеттік қызмет және басқару құрылымын жасаудағы Мемлекет басшысының Қазақстанның 2030 жылға дейінгі даму стратегиясында «Кәсіби үкіметке» басым бағыт беруі тегін емес. Мемлекет мақсаттары мен функцияларын жүзеге асырудағы тәжірибелік және кәсібилік қатысу, мемлекеттік органдар құзыреттігін іске асуын қамтамасыз етудегі кәсіби лауазым ретінде мемлекеттік құрылыстың ең маңызды басымдылықтарының бірі болып табылады. Бүгінгі күнде мемлекетіміздегі саяси, әлеуметтік-экономикалық, құқықтық алғышарттар мемлекеттік қызметтің нормативті-құқықтық негізін жаңартуға, оның функционалдануының тиімді формаларын жасақтауға мүмкіндік береді.

Қазіргі Қазақстан мемлекеттік қызметі әлі де қалыптасу сатысынан өтіп жатқандықтан, жинақталған тәжірибені ұғыну, талдау мен келешегін анықтау қажет. Қазіргі мемлекеттің тұрақты дамуы, Республиканың әлеуметтік - саяси және экономикалық тұрақтылығы, мемлекеттік басқару мен оның жүзеге асырушы, қоғам тіршілік әрекеті - барлық салаларының тұрақты және жақсы дамуының кепілі болып табылатын, мемлекеттік қызметшілердің тиімділігі мәселесін өзектендіреді. Республикада мемлекеттік қызметтің институционалды қалыптасуы, мемлекеттің әлеуметтік - экономикалық және саяси даму мақсаттары мен бағыттарына сәйкес, әкімшілік реформа мәселелерінің үнемі өзгерістері жағдайында болып жатқанын ескеру керек.

Нәтижесі ретінде Қазақстан Республикасы мемлекеттік қызметі, рационалды мемлекеттік басқару, басқарушылық лауазымның тиімділігін арттыру, мемлекеттік қызметке жоғарғы

кәсіби мамандарды тартуды талап ететін, саяси - құқықтық негіздің әрі қарай дамуымен, ұйымдастырушы құрылымын жаңғыртуы мен оны іске асырудың қолайлы нұсқаларын іздестірумен сипатталады.

Мемлекеттік басқару жүйесін жетілдірудің негізгі мақсаттары мемлекеттік функцияларды іске асырудың тиімділігін арттыру және мемлекеттік басқарудың барлық деңгейлері арасындағы функцияларды, өкілеттіктер мен жауапкершілікті оңтайлы бөлу есебінен халыққа қоғамдық қызметтер көрсету, сондай-ақ бюджетаралық қатынастардың ұтымды жүйесін қалыптастыру болуға тиіс [1].

Осы аталған мақсаттарға қол жеткізу үшін мынадай негізгі міндеттерді дәйектілікпен шешу ұйғарылып отыр:

- мемлекеттік функциялардың оңтайлы тізбесін анықтау, оларды жүйелеу мен жіктеу;
- мемлекеттік басқарудың барлық деңгейлері арасындағы функцияларды, өкілеттіктер мен жауапкершіліктің ара жігін айқын ажырату;
- мемлекеттік басқарудың барлық деңгейлеріне жүктелген функцияларды жүзеге асыру үшін жеткілікті қаржы қаражаттарымен қамтамасыз ететін бюджетаралық қатынастардың оңтайлы моделін қалыптастыру. Осы мақсаттарда: шығыс өкілеттіктерін мемлекеттік басқару деңгейлеріне бекітуді тәртіпке келтіру;
- кіріс көздерін жергілікті мемлекеттік басқару деңгейлеріне заң жүзінде бекіту;
- бюджетаралық трансферттердің тиімді моделін анықтау көзделуге тиіс;
- мемлекеттік басқарудың ауылдық, кенттік, қалалық (аудандық маңызы бар) деңгейлерін институционалдық және функционалдық жағынан нығайту.

Мемлекеттік басқару жүйесін жетілдірудің негізгі мақсаттары мемлекеттік функцияларды іске асырудың тиімділігін арттыру және мемлекеттік басқарудың барлық деңгейлері арасындағы функцияларды, өкілеттіктер мен жауапкершілікті оңтайлы бөлу есебінен халыққа қоғамдық қызметтер көрсету, сондай-ақ бюджетаралық қатынастардың ұтымды жүйесін қалыптастыру болуға тиіс.

Осы аталған мақсаттарға қол жеткізу үшін мынадай негізгі міндеттерді дәйектілікпен шешу ұйғарылып отыр:

- 1) мемлекеттік функциялардың оңтайлы тізбесін анықтау, оларды жүйелеу мен жіктеу;
- 2) мемлекеттік басқарудың барлық деңгейлері арасындағы функцияларды, өкілеттіктер мен жауапкершіліктің ара жігін айқын ажырату;
- 3) мемлекеттік басқарудың барлық деңгейлеріне жүктелген функцияларды жүзеге асыру үшін жеткілікті қаржы қаражаттарымен қамтамасыз ететін бюджетаралық қатынастардың оңтайлы моделін қалыптастыру.

Осы мақсаттарда:

- шығыс өкілеттіктерін мемлекеттік басқару деңгейлеріне бекітуді тәртіпке келтіру;
 - кіріс көздерін жергілікті мемлекеттік басқару деңгейлеріне заң жүзінде бекіту;
 - бюджетаралық трансферттердің тиімді моделін анықтау көзделуге тиіс;
- 4) мемлекеттік басқарудың ауылдық, кенттік, қалалық (аудандық маңызы бар) деңгейлерін институционалдық және функционалдық жағынан нығайту [2].

Қазақстан экономикасын бәсекеге қабілеттілігін арттыруда негізгі бағыт -мемлекеттік қызметкерлерді мамандармен қамтамасыз ету механизмін жетілдіру болып табылады. Елбасының 2012 жылғы 27 қаңтардағы «Әлеуметтік-экономикалық жаңғырту - Қазақстан дамуының басты бағыты» атты Қазақстан халқына Жолдауында, халықаралық тәжірибені ескере отырып, әкімшілік реформаны қарқынды жүргізу ретіндегі төртінші мәселесінде «Тұрғындарға мемлекеттік қызмет көрсетудің сапасын арттыру қажет, бұл сыбайлас жемқорлыққа қарсы тұру мен азаматтардың мемлекеттік органдардың қызметіне сенімін арттырудың маңызды қыры», -деп атап өтті. Ал, 2011 жылы «Қазақстан Республикасы мемлекеттік қызметі жаңа моделінің тұжырымдамасы» қабылданды. Онда мемлекеттік

қызмет жүйесіндегі ағымдағы ахуалды талдау ұсынылған, Қазақстан Республикасы мемлекеттік қызметінің жаңа моделін қалыптастырудың негізгі бағыттары мен оны іске асырудың түйінді тетіктері айқындалған. Мемлекеттік басқару жүйесінің бәсекеге қабілеттілігін және халыққа сапалы қызмет көрсетуді қамтамасыз етудің аса маңызды факторы болып - меритократия, тиімділік, нәтижелілік, транспаренттік және қоғамға есептілік қағидаттарына негізделген мемлекеттік қызмет жүйесін кәсібилендіру табылатыны хақ.

ҚР Президентінің «Қазақстан-2050» стратегиясы қалыптасқан мемлекеттің жаңа саяси бағыты» атты Қазақстан халқына Жолдауында Жаңа кадр саясатының негізін қалаған -«Жаңа экономикалық саясат табыстылығының басты шарты кадрлар арқылы нығайтылуға тиіс. Бұл үшін біз: Басқарушылық ресурсын жетілдіруге тиіспіз әрі бұл үшін бізде резервтер бар. Менеджменттің жаңа құралдарын және мемлекеттік сектордағы корпоративтік басқарудың қағидаларын енгізу қажет. Мұнымен бір мезгілде халықаралық еңбек бөлінісінен пайдалы жағын алуымыз, атап айтқанда, біздің жаңа бағытымыздың бірқатар міндеттерін іске асыру үшін аутсорсинг бағдарламалары арқылы сыртқы кадр ресурстарынтартуымыз керек. Біз сонымен қатар ашық нарықтағы ең үздік шетел мамандарын тартуға және оларды елімізге жұмысқа шақыруға тиіспіз. Кең көлемді халықаралық тәжірибесі бар әрі білімді басқару кадрларды пайдалану екі бірдей нәтиже береді: біз өндірісіміздің менеджментін жаңғыртумен қатар, өзіміздің отандық кадрларымызды үйретеміз. Бұл - біз үшін жаңа тәжірибе» [3].

Сондықтан да, мемлекеттік қызметтің жаңа моделі бірінші кезекте «мемлекеттік қызмет» ұғымын жаңғыртуды көздейді. Мемлекеттік қызмет «ұлтқа (қоғамға) қызмет ету» ұғымының синонимі болуға және мемлекеттік қызметтерді тұтынушы болып табылатын халыққа бағытталуға тиіс.

Мемлекеттік қызметтің жаңа моделі оны кәсібилендірудің басты факторы болып табылатын адами фактордың маңыздылығын тануға және тиімді кадр жұмысын жүргізуге бағдарланған, соған қоса мемлекеттік қызметтің жаңа моделі тиімді кадр тетіктерін – мемлекеттік қызметке кірудің тиімді әрі айқын тәртібін, үздіксіз кәсіби даму мүмкіндігін, жұмыс нәтижелері мен ынталандыру жүйесінің өзара байланысын қалыптастыруға бағытталған. Оны іске асыру 2013 жылдан бастап 2017 жылға дейінгі аралыққа есептелген:

Бірінші кезеңде (2012–2015 жылдар) Қазақстан Республикасының 2020 жылға дейінгі Стратегиялық даму жоспарының нысаналы индикаторларына қол жеткізуге бағытталған:

- 1) үш корпусқа негізделген мемлекеттік қызмет лауазымдарының жаңа тізілімін енгізу;
- 2) мемлекеттік қызметке кіру және мемлекеттік қызметтің кадр резервін қалыптастыру рәсімдерін жақсарту;
- 3) жоғары білікті мемлекеттік қызметшілерді даярлау жөніндегі базалық білім беру орталығын қалыптастыру;
- 4) нәтижеге бағдарланған мемлекеттік басқару жүйесінің технологиялары мен қағидаттарына негізделген жаңартылған оқыту бағдарламаларды енгізу;
- 5) мемлекеттік органдардың кадр қызметтері жұмысының тиімділігін арттыру;
- 6) мемлекеттік қызметшілердің жұмысын бағалау жүйесін енгізу;
- 7) мемлекеттік қызметшілердің еңбегіне ақы төлеудің жаңа жүйесін енгізу;
- 8) мемлекеттік қызметтер көрсету сапасын арттыруға, оның ішінде мемлекеттік қызметтер көрсетудің сапасын бақылау жүйесін енгізуге, көрсетілетін мемлекеттік қызметтердің сапасын бағалау үшін кері байланыс тетігін дамытуға бағытталған шараларды іске асыру көзделеді [4].

Екінші кезеңде (2015 – 2017 жылдар) мансаптық жоспарлау жүйесін енгізу, кәсіби даму мен оқытудың дара жоспарларын енгізу, қашықтықтан оқыту жүйесін кеңейту; мемлекеттік қызметшілерді ынталандыру жүйесін жетілдіру; мемлекеттік қызметтің автоматтандырылған ақпараттық жүйесін құру; әкімшілік этиканы басқарудың екі деңгейлі жүйесін әзірлеу

сияқты мемлекеттік қызметті кәсібилендіру жөніндегі ұзақ мерзімді шаралар жүзеге асырылатын болады.

Мемлекеттік қызмет саясаттану, мемлекеттік басқару теориясы, әкімшілік басқару сияқты ХХ ғасырдың ғылыми бағыттағы элементтердің синтезі ретінде адамзаттың саяси құқықтық және әлеуметтік мәдени дамуын көрсетеді. Салыстырмалы талдау Еуропа елдерінің саяси-әкімшілік жүйелері солтүстік-американдық дәстүрден ерекшеленетінін көрсетеді. Мемлекеттік қызметтің демократиялануы халықтың егеменділіктің салдары ретінде, сондай-ақ «мемлекеттік» ұғымының мазмұнының өзі «қоғамдық» қызмет мағынасында және институционалды дайындау процесінде көрініс табатын, әрбір елдің өзіндік ерекшеліктеріне байланысты. Франция, Нидерланды, Дания, Ұлыбритания сияқты унитарлы мемлекеттердің өзгешелігі, басқарудың екі нұсқасы арасындағы ауыспалы тепе-теңдік, яғни, бір жағынан жалпы ұлттық тәртіпті орнататын орталықтанған билік, екінші жағынан жергілікті құрылым ерекшеліктерін ескеретін, орталықсыздандыру.

Мемлекеттік қызметтің еуропалық үлгісіне талпынатын Еуропалық Одақтың әкімшілік жүйелері, оның негізгі жұмыс істеу механизмі мен қағидаларын, бірегейлендіруге тырысады. Римдік келісім-шарттың 48-ші бабына сай Еуропалық Одақтың кез-келген мемлекеттік қызметшісі жоғарғы деңгейдегі қызметтен басқа қалған барлық қызметтерде, егер сол нақты мемлекеттік сектордың талаптарына сай біліктеріне ие болса, өзінің мансабын әрі қарай жалғастыра алады, яғни бұл жерде баспалдақтық жүйе қолданылады. Мемлекеттік қызметтің мансаптық жобасы Германия, Австрия, Жапония елдерінде кең тараған. Ал, позициялық жоба Ұлыбритания, АҚШ, Канада елдерінде кең тараған [5].

Қазақстан Республикасы мемлекеттік қызметінің жаңа моделі мемлекеттік қызметтің баспалдақтық және позициялық модельдерінің элементтерін қамтып, аралас болып қалады. Сонымен қатар, Қазақстан Республикасының 2020 жылға дейінгі Стратегиялық даму жоспарына сәйкес, мемлекеттік қызметтің жаңа моделінде корпустық вертикаль: мемлекеттік саяси қызметшілер, «А» басқарушылық корпусы және «Б» атқарушылық корпусы айқын көрініс табатын болды.

Мемлекеттік қызметтің екі нұсқасында да мемлекеттік қызметшілерді қайта даярлау және біліктілігін көтеру олардың қосымша кәсіби білімдерінің негізгі үлгісі болып табылатындығын байқауға болады. Дегенмен, әр елде оқу бағдарламалары, оқыту жүйесі сол елдің даму заңдылықтары мен ұлттық нұсқаларына бағытталғандығын куәландырады. Мысалы, Франция мен Германияда мемлекеттік басқарудың аймақтық институттарымен (Франция) және мемлекеттік қызмет колледждерімен (Германия) орындалатын ұзақ мерзімді оқу кестелері жасалынған. Соған қоса, Францияда міндетті оқыту бағдарламасы да оқу жүйесіне енгізілген, яғни директордың орынбасары сияқты белгілі бір лауазымда отырған қызметкерлерді оқытудың міндетті бағдарламасы бар. Францияда міндетті оқыту белгіленген мерзімдерде өткізіледі. Оқу Мемлекеттік басқарудың Ұлттық Мектебімен (ENA, 1945 жылы құрылған), аймақтық институттармен және министрліктердегі мамандандырылған мектептермен өткізіледі. ENA-дан бітіріп шығу жоғары әкімшілік лауазымдарға отыруға мүмкіндік ашады. ENA жыл сайын 100 студент қабылдайды (оның 1/3 - шетелдіктер) [7].

Ал, Германияда оқу жүйесі федералдық және жергілікті деңгейде оқытылады. Жоғары лауазымды шенеуліктерді мол және стратегиялық басқарудың қазіргі заманғы әдістеріне, ақпараттық технологияларға, адам ресурстары мен коммуникация тәсілдеріне үйрету жүйелі түрде өткізіліп отырады. Ұлыбританияда білім алудың аса назар аударатын жүйесі бар. Ұлыбританияның мемлекеттік қызметінің ұйымдастырылуына жауапты министрлер кабинетінің хатшылығы басқару құрылымының жоғары дәрежесіне міндетті бағдарлама ұсынады, бұл бағдарламаларға кәсіп-керліктің және жеке сектордың қызметшілері қатыса алады. Грецияның оқу жүйесінің айтарлықтай ерекшеліктері жоқтығын байқай аламыз.

Мемлекеттік қызмет институционалдануының шетелдік тәжірибесінің нәтижелерін

келтіре келе, кешенді және координацияланған процесс әдістерін талап ететінін атап өту керек. Ең маңыздысы, бұл шарттар мемлекеттік қызмет жүйесін реформалау шеңберіне жатады. Сондай-ақ, Еуропа елдеріндегі мемлекеттік қызметкерлер үшін қызметтік мамандандырылғандығын бағалау мақсатында ресми және бейресми түрде мемлекеттік аттестациядан өту жүйесі қалыптастырылған. Германияда мемлекеттік басқарудың федералдық заңына сәйкес федералдық мемлекеттік қызметшілердің білімі мен жұмысты атқаруы әр бес жыл сайын және қажет болған кез-келген жағдайда да бағаланып отырады. Ал, Данияда өзінің бейресми рәсімімен және ашық диалогымен сипатталатын персоналды бақылау жүйесі жетілдірілген. Персоналды бағалау тігінен (тікелей басшыларымен) және көлденеңінен (жұмыстағы әріптестерімен) өткізіледі [46,341б.].

Шетелдік тәжірибелерден және жолдаудан көріп отырғанымыздай, елімізге мемлекеттік қызмет стандарттарын енгізу қажеттілігі туындайды. Халықаралық тәжірибеде мемлекеттік қызмет (хартиясы) қолжазбасында мемлекеттік қызмет көрсету стандарттары енгізілген. Халықаралық тәжірибеде мемлекеттік қызмет (хартиясы) қолжазбасы дегеніміз - қызметтің сан алуандығы мен бағасына, тұтынушылар мен жеткізушілер арасындағы келісім-шарттың қоғамдық тексеріске ашық бағытталуы. Ал, Қазақстанға тиімді тәсілі: 1. Мемлекеттік қызмет көрсету уақыты (регламент) мемлекеттік қызмет көрсетуге байланысты мемлекеттік органның іс жүргізу тәртібін анықтайды. 2. Мемлекеттік қызмет көрсету стандарты - көрсеткіштер мөлшерінің қалыпты шамасын, қол жетімділігі мен сапасын, әрекеттестік реттілігін, қызмет алу құқығын белгілейді [7].

Мемлекеттік қызмет – мемлекеттік қызметшілердің мемлекеттік органдардағы мемлекеттік биліктің міндеттері мен функцияларын іске асыруға бағытталған лауазымдық өкілеттігін атқару жөніндегі қызметі.

Кадрлармен жұмыс істеудің бірыңғай жүйесі, ең алдымен, қызметкерлерді іскерлік және жеке басының қасиеттеріне сәйкес кәсіби және қызмет бабында өсіру, олардың қабілеттері мен бейімділіктерін ғылыми негізде зерттеу, сондай-ақ әкімшілік мемлекеттік қызметшілерді зерттеудің іс жүзіндегі тетіктері жоқ.

Заңда саяси мемлекеттік қызметшілердің ауысуы әкімшілік мемлекеттік қызметшілерді босатуға негіз болмайды деп жазылғанымен, іс жүзінде министрге немесе әкімге жақпаған мемлекеттік қызметші «өз еркімен» босатылатын жағдайлар өмірде баршылық. Кадрларды жаңарту дұрыс жүргізілген жағдайда мемлекеттік қызметшілердің құрамын жасартуға, оларды көлденең шкала бойынша ауыстыру тәжірибесін кеңейтуге ықпал етеді. Мемлекеттік қызметтегі кадрлар құрамын жаңартуға мынадай міндеттерді шешу арқылы қол жеткізуге болады:

- мемлекеттік қызметшілерді ауыстыру процесін реттеу;
- персоналды басқару; кадрларды қабілеттері мен кәсіби шеберліктеріне қарап іріктеу.

Батыс дереккөздерінің мәліметтері бойынша жапонның орта статистикалық шығармашылық әлеуеті шамамен 60-75%, американдық немесе еуропалық қызметкердің шығармашылық әлеуеті 45-55% пайдаланылады. Қазақстан еңбек өнімділігі бойынша дамыған елдерден төмен деп есептейтін болсақ, онда күрделі емес, соншалықты дәл де болмайтын есебіміз отандық қызметкерлердің мүмкіндіктері ең көп дегенде 15-20%, ал экономиканың бүгінгі жағдайын ескергенде 5-10% пайдаланылатынын көрсетеді.

Қазақстан Республикасы Президентінің «2030» бағдарламасындағы қойған мемлекеттік қызметті реформалау тапсырмаларын орындау мақсатында, Республика Парламентімен 1999-жылдың 23 шілде күні «Қазақстан Республикасындағы мемлекеттік қызмет туралы» Заң қабылдады. Бүгін бар сеніммен Қазақстандық мемлекеттік қызмет моделі, ұйымдастырушылық-құқықтық формада, жүзеге асырылды деп айтуға болады.

Мемлекеттік қызметтің жаңа моделінде мемлекеттік қызметтің оң имиджін қалыптастыру, оның ішінде уақтылы ақпарат беру мен азаматтардың өтініштерін қарау және қол жеткізілген

нәтижелері негізінде мемлекеттік органдардың қызметі туралы оң пікірді қалыптастыру басты бағыт болуға тиіс.

Мемлекеттік қызметтің оң имиджін қалыптастыруда мемлекеттік қызметтер көрсету сапасын арттыру және жұртшылықпен байланыстар орнату тиісінше негізгі бағыттар болып табылады [9].

Мемлекеттік басқару жүйесінің тиімділігін арттыру мақсатында 1990-шы жылдарының аяғынан бастап Қазақстан тиімді әкімшілік реформаларды жүргізуге кірісті. Осы жылдардың ішінде мемлекеттік басқару құрылымын оңтайландыру жүргізілді, Мемлекеттік қызмет істері жөніндегі агенттік құрылды, «Мемлекеттік қызмет туралы», «Сыбайлас жемқорлыққа қарсы күрес туралы», «Әкімшілік рәсімдер туралы» заңдар, Мемлекеттік қызметшілердің ар-намыс кодексі қабылданды. Мемлекеттік қызметке қабылдаудың конкурстық жүйесі енгізілді. Мемлекеттік органдардың басқару тәжірибесіне жауапты хатшылар институты енгізілді.

Қазақстандық мемлекеттік басқару жүйесіндегі кадрлық саясат және оны жүзеге асыру механизмі әлі де жетілдіру жұмыстарын талап етуде. Қазақстан Республикасы Президенті Үкімет пен Президент Әкімшілігіне 2012 жылдың 1 жартыжылдығының соңына дейін Президенттік кадрлық корпусқа кандидаттар бойынша ұсыныстар әзірлеуді тапсырды.

Нарықтық экономиканың дамуы қоғамдық өмірдің нақты секторында нарықтық механизмдердің тиімсіздігімен немесе жүзеге асырылмауымен де көрінеді. Айта кететін болсақ – әлеуметтік сала (білім беру, денсаулық сақтау, мәдениет, әлеуметтік қамсыздандыру) және де ғылым, қорғаныс, басқару секілді нарықтық емес (коммерциялық емес) деп аталады. Егерде нарықтың экономикалық модельдерді материалдық өндірісте тиімді жұмыс жасайтын болса, онда ол табиғи түрінде салааралық дәрежеде қажетсіз болып қалады. Өз кезегінде олар мемлекеттің белгілі бір аймағында қатысып экономикалық реттеу жүргізе отырып, әлеуметтік жағдайда маңыздылығын артырады да мемлекеттік функцияларды жүзеге асырудағы ара қатынасты жояды. Ерекше айта кететін жайт, әлеуметтік жағдайда реттеу экономикалық саясатты өзгертуге деген мүмкіншілігін жоғарылату проблемаларын шешуге нақтыланған [3].

Айта кету керек қазіргі таңда қоғамдық өмірдің барлық саласында жүйелі түрде жүзеге асырылады, яғни қазіргі Қазақстанда жасалып жатқан тиімді мемлекеттік басқару аппаратын құру нарықтық экономикасы дамыған бірде-бір мемлекет жоқ.

Қазіргі заманғы заң әдебиеттерінде мемлекеттік аппараттың түсінігін анықтаудың түрлі тәсілдері кездеседі. Олардың ішіндегі біріншісі жалпы саяси бағыттылығымен сипатталады:

- мемлекеттік аппарат – бұл мемлекетті сипаттаушы мемлекеттің барлық территориясы мен халқына билігін таратушы, басқару және мәжбүрлеудің арнайы аппараты;
- мемлекет – саяси ұйымдасқан қоғам;
- билік – үшінші тұлғаның мінез-құлқын басқару қабілеті мен мүмкіндігі, олардың мінез-құлқына ықпал ету, өзінің еркін, оның ішінде мәжбүрлеу жолымен міндеттеу;
- материалдық және материалдық емес байлықты өндіруге қатыспайтын шенеуніктерден тұратын мемлекеттік аппарат көпшілік билікті жүзеге асырады. Сонымен, мемлекеттік билікті тұлғалардың өкілетті тобы – билеуші элита жүзеге асырады, олар басқаруда жалпы әлеуметтік қызметті, сондай-ақ жеке, топтың мүдделерін жүзеге асырады.

Мемлекеттік басқару түсінігін ашудағы менеджмент теориясының оның құрамдас екі «мемлекеттік» және «басқаруды» түсіндіруде ерекше маңызы бар. Оның мәнісі, әрбір осы түсініктің қосындысында түрлі мағыналар мен түсінік берулер келтірілген, тіпті мамандардың өзіне не туралы сөз болып отырғандығын түсіну қиынға соғады. Әсіресе «басқару» түсінігіне көптеген түсініктемелер берілген, соның нәтижесінде басқару түсінігі өте көп түрлі құбылыстар, қатынастар мен процестерді қамтиды.

Табиғаттың, қоғамның, адамның өзінің құрамдас бөлігі немесе элементтердің белгілі бір санының өзара әрекетін ретке келтіруді сипаттайтын басқаруды негізгі түсінік ретінде тану пайда болды. Басқаруды кеңінен кибернетика қарастырады (Н.Винер), ол өзара байланыстар мен өзара әрекеттердің ең жалпы қасиетін механикалық, биологиялық және әлеуметтік

жүйелерден бөліп алып қарайды. Сондықтан да осыған сәйкес басқарудың математикалық және ақпараттық теориясы жасалынды (К.Шеннон, У.Росс Эшби). Дәл осындай «жалпы» тәсілдерден басқарудың көптеген аспектілері жүйелердің жалпы теориясымен (Людвиг фон Бернталанфи), синергетикамен (Г.Хакен), «басқарудың организмикалық теориясы» (А.Н.Колмогоров) және басқа да салалармен сипатталады.

Мұндай тәсіл басқарудың мағынасы мен мәнін анықтауда көп нәрсеге көз жеткізді. Ол сондай-ақ практикада да қолданыста болды: басқаруды механизмдер мен өндірістік технологиялар, физикалық және химиялық процестерді жетілдіруге, биотехнологияның пайда болуына, оның организмдердің дамуы мен олардың популяциясындағы рөлі мен генетикалық «кодының» мәнін талдауда алға жылжуына ықпал етеді. Бірақ та басқару (латын тілінде *regere*; ағылшын тілінде *control, management*; француз тілінде *administration*; неміс тілінде *Regierung*) осы түсініктің тікелей мағынасында қандай да бір өзара байланыстар, қатынастар, құбылыстар мен процестерде адамның әрекеті мен жігері, мақсаты мен еркі, мүдделері мен білімі, саналы бастауы қатысқан кезден басталады.

Осыдан келіп, басқару мақсатты көздеуші (саналы, алдын ала ниет ету), адамдардың өзінің қоғамдық, ұжымдық және топтық өмірі мен қызметіне ұйымдастырушы және реттеуші ықпал етуін білдіреді, ол тікелей (өзін-өзі басқару формасында) және арнайы құрылған құрылымдар (мемлекет, қоғамдық бірлестіктер, партиялар, фирмалар, кооперативтер, кәсіпорындар, ассоциациялар, одақтар және т.б.) арқылы жүзеге асырылады [10].

Әдетте басқару кең социологиялық мағынада билікпен байланысты болады, биліктен келіп шығады, билікке арқа сүйейді, билікті өзінің ықпал етуіне тартады. Яғни, билікте саяси аспектілер айқын көзге түсіп тұр, ол құндылықтарды бөлу мен қоғамдық процестерді ретке келтірудегі басқарудың мүмкіндіктерін сипаттайды. Басқару құқықпен тығыз байланыста өзара әрекетте болады, көп жағдайда құқықтық формаға ие болады, құқықтың күшін пайдаланады, белгіленген құқықтық процедураларда жүзеге асырылады.

Басқарудың құқықтық аспектілері басқару практикасы үшін негіз болып табылады, өйткені оларды білмеу басқарушылық шешімдер мен әрекеттерді жоққа шығарады. Мемлекеттік басқаруда оның басқарушылық ықпалы мемлекеттік билікке сүйенеді, онымен нығаяды және қамтамасыз етіледі. Бұл жай тілек білдіру, ниет ету, үдеу, жақсы ойлар мен сезімдер емес, ол күштеп қысым көрсету болып табылады, ол басқаруда алға қойған мақсаттар, ондағы ұйымдастырушылық импульстер мен ол белгілеген реттеуші нормалар сөзсіз жүзеге асырылып, орындалуы тиіс. Осыдан келіп, тарихи маңызы бар барлық мәселелер, қандай мемлекет, нені және қалай жасайды, қандай мақсаттар қояды және қандай жолмен оларды өмірде жүзеге асырады және басқа да көптеген басқа да адамзаттың өзінің өркениетінің барлық кезеңінде бетпе-бет келетін мәселелері келіп шығады.

Мемлекеттік басқарудың өзіне тән қасиетіне оның бүкіл қоғамға таралуы, тіпті оның шегінен тыс, адамдардың басқа қоғамына мемлекет жүргізген халықаралық саясат шеңберінде таралуы жатады. Көбінесе бұл тезис басқарушылық құбылыстарын түсінуде былықтарға тап келтіреді, немесе мемлекет адамдардың барлық әрекеттері мен қылықтарына араласады, олардың барлық өзара қатынастарын басқарады деген түсінік тудырады. Тек тоталитарлық мемлекет қана дәл осындайларға жол беруге әрекет етеді, бірақ та оны жүзеге асыруға қоғамға тоталды бақылау орнату мүмкін еместігінен, ол оның қабілетсіздігін көрсетеді. Ал, мемлекет пен қоғамның қалыпты нұсқасы адамдардың өмірі мен қызметі бостандықтың, дербестігі мен өзін-өзі басқарудың кең ауқымын білдіреді. Бірақ та осы бостандықтың, дербестігі мен өзін-өзі басқарудың шекарасы, «жағалауы» бірқатар қоғамдық институттар мен мемлекетпен анықталады. Тек мемлекет қана заңдар арқылы қоғам өмірінің барлық салаларында адамдардың мінез-құлқының негізгі, жалпы, типтік ережелерін белгілейді және олардың сақталуын өзінің билік ету күшімен қамтамасыз етеді [6].

Дәл осы жалпы мемлекеттік міндеттер мен артықшылықтар арнасына мотивациялық шаралармен тұлғалық кәсіби потенциалын жүзеге асыруға бағдар алу шағын, бастамашыл және тиімді әрекет етуші мемлекеттік басқару аппаратын қалыптастыруға мүмкіндік береді [7].

Басқарудың тиімді мемлекеттік аппаратын түсіндіруде мына төмендегідей бағыттармен келісуге болады:

➤ мемлекеттік билік органдарының адекватты жүйесін құрудың маңыздылығы – бұл тиімді әрекет етуші мемлекеттік басқару аппаратын қалыптастыру, бұл кезде бірінші кезекті қарсылық көрсетуді басып тастауға қабілетті жүйе емес, азаматтарға қолдау көрсетуді біріктіруге қабілетті жүйе тиімді деп есептелінеді [7,476.];

➤ биліктің тіктігін қалыптастыру мен нығайту – бұл басқарудың тиімді мемлекеттік аппаратын құру. Дәл осы міндетті сәтті шешуде Наполеон Бонапарт Францияның ұлттық күштерін бүкіл Европаны жаулап алу үшін және елдің экономикасын нығайту үшін жұмылдыра білді. Оның шешімінің сәттілігінен сол кезеңінің ұзақтығы, келесі кезеңнің сипаты байланысты болады [8].

Мемлекеттік биліктің тиімділігінің мәселелерін К.Кубаев қарастыра келіп, былай деп жазады, мемлекеттік басқару жүйесінде билік бағынудың иерархиялық құрылымы мен мансаптық өсу жүйесін білдіреді. Алайда терең талдау жасау мемлекеттік агенттердің өзінің мотивациясымен олардың мінез-құлқының өзара әрекетінің күрделі механизмін ашады. Бұл жерде мемлекет – бұл жалпыұлттық нормаға сәйкес, жеке мүдделерді алуға жол берместен, ұжымдық байлықты жасайды. Және де бүгінгі таңда мәселе мемлекетті ұйымдастыруда емес, мемлекеттік биліктің тиімділігінде, яғни қоғамның қаншалықты осы билікті оған қажет ұжымдық байлықтың өндірісі үшін ұтымды жүзеге асыра алады және де қаншалықты қоғамның өзі мемлекеттік қызметіне бақылау жасауды тиімді жүзеге асыра алатындығында [9].

Қазіргі таңда басқаруды реформалау мәселелері бойынша әлемде көптеген талқылаулар орын алуда. Әлемнің сыртқы қауіптілігі мен биполярлығы жағдайында, әлемдік даму жағдайында қажетті ертеректегі жетістікке қол жеткізілген мемлекеттік басқарудың орталықтандырылуы мемлекетке кері әсерін тигізеді, оны бәсекеге қабілетсіз етеді. Себебі орталықтандырудың тікелей нәтижесі әлеуметтік белсенділікті тұншықтыру болып табылады. Ал ол ұлттың интеллектуалды потенциалының - дамудың негізгі факторының – төмен қажеттілігін білдіреді. «Күшті мемлекет» ұғымы «орталықтандырылған мемлекет» ұғымының синонимі емес, сондықтан күшті, бәсекеге қабілетті мемлекетті қалыптастыру үшін қажетті шарттардың бірі мемлекеттің және жергілікті қоғамдастықтың мүддесінің келісімділігі мен іске асырылуын қамтамасыз ететін саяси, әлеуметтік және экономикалық механизмдерінің барлығы болып табылады[11].

Бүгінгі таңда негізгі проблемалар мыналар болып табылады:

1. Тұтастай алғанда мемлекеттік басқару саласында мемлекеттік функцияларды жүйелендіру мен оңтайландыру аяқталған жоқ. Мемлекеттік функцияларды бөлу жүйесі және әрбір мемлекеттік басқару деңгейінің құзыреті тиісті заңнамалық кесімдерде түбегейлі түрде бекітілмеген. Нәтижесінде мемлекеттік органдардың функциялары бақылаусыз кеңейтіліп жатады.

2. Мемлекеттік басқарудың орталық және жергілікті деңгейлері арасында функциялар мен өкілеттіктер айқын ажыратылмаған, функциялардың қосарлануы сақталып отыр.

3. Қолданылып жүрген заңнамада жергілікті мемлекеттік басқару деңгейлері бойынша іс жүргізу мәні мен өкілеттіктерді ажырату жалпылама түрде белгіленген және нақты регламенттелмеген.

4. Жергілікті мемлекеттік басқару деңгейлері бойынша коммуналдық меншікті ажырату мәселелері шешілмеген.

5. Ауылдық, кенттік, қалалық (аудандық маңызы бар) деңгейдегі билікте мемлекеттік басқарудың толыққанды институттары мен тетіктері жоқ.

6. Бюджетаралық қатынастардың қолданылып жүрген жүйесі орта мерзімді кезеңде тұрақтылықтың, бюджеттер деңгейлері арасындағы кірістерді, шығыстар мен бюджетаралық

трансферттерді бөлудің нақты және түсінікті қағидаттарының болмауымен ерекшеленеді.

Мемлекеттік басқару жүйесін жетілдірудің негізгі мақсаттары мемлекеттік функцияларды іске асырудың тиімділігін арттыру және мемлекеттік басқарудың барлық деңгейлері арасындағы функцияларды, өкілеттіктер мен жауапкершілікті оңтайлы бөлу есебінен халыққа қоғамдық қызметтер көрсету, сондай-ақ бюджетаралық қатынастардың ұтымды жүйесін қалыптастыру болуға тиіс.

Осы аталған мақсаттарға қол жеткізу үшін мынадай негізгі міндеттерді дәйектілікпен шешу ұйғарылып отыр:

- мемлекеттік функциялардың оңтайлы тізбесін анықтау, оларды жүйелеу мен жіктеу;
- мемлекеттік басқарудың барлық деңгейлері арасындағы функцияларды, өкілеттіктер мен жауапкершіліктің ара жігін айқын ажырату;
- мемлекеттік басқарудың барлық деңгейлеріне жүктелген функцияларды жүзеге асыру үшін жеткілікті қаржы қаражаттарымен қамтамасыз ететін бюджетаралық қатынастардың оңтайлы моделін қалыптастыру.

Мемлекеттік қызметшілер жұмысының тиімділігін бағалау түпкілікті нәтижеге бағдарланатын болады және мемлекеттік қызметшілерге сыйақы беру мен оларды көтермелеу, қайта даярлау мен біліктілігін арттыру қажеттігін айқындау, қызмет бойынша жоғарылату үшін негіз болады.

Жаңа модельде мемлекеттік қызмет персоналын басқарудың тұтастай жүйесі қалыптастырылатын болады, оның ішінде мемлекеттік органдардың кадр қызметтері мен мемлекеттік қызмет істері жөніндегі уәкілетті органның өзара әдістемелік іс-қимылы қамтамасыз етілетін болады.

Мемлекеттік органдардың кадр қызметтері жұмысында «электрондық үкіметтің» мүмкіндіктерін кеңінен пайдалану кадрлық шешімдерді қабылдау тиімділігін арттыруға бағытталатын болады, өз кезегінде электрондық құжат айналымы жүйесін және мемлекеттік органдардың интранет-порталын пайдалану мемлекеттік органдар қызметінің ішкі және сыртқы рәсімдерін барынша оңайлату мен оңтайландыруға мүмкіндік береді.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі

1. Абдыгаппарова С.Б. *Инновационный потенциал Казахстана: механизмы активизации. Оқулық* //С.Б. Абдыгаппарова - Алматы: Экономика, 2011.- Б.158.
2. Барлыбаева Н.А. *Национальная инновационная система Казахстана, перспективы и механизмы развития.* //Н.А. Барлыбаева– Алматы, 2006.- Б. 230 -234.
3. Әлинов М.Ш. *Инновациялық менеджмент. Оқулық*// Алматы. 2016. – 34.
4. Бердалиев Қ. *Стратегиялық менеджмент. Оқулық*// Қ.Бердалиев - Алматы. 2014. – Б. 321.
5. «Қазақстан – 2050» стратегиясы - қалыптасқан мемлекеттің жаңа саяси бағыты. *Қазақстан Республикасының Президенті Н.Ә. Назарбаевтың Қазақстан халқына Жолдауы. Газет* //Егемен Қазақстан. 2012. 1 желтоқсан.
6. Чайковская А.П. *Инновациялар: менеджмент, статистика, есеп, аудит. Оқулық*// А.П. Чайковская–Алматы. 2015. – Б. 212.
7. Танкиева А.Қ. *Жергілікті басқару және оның өзекті мәселелері.* //Конференция материалы - Алматы. 2018. – Б. 106-110.
8. Граждан В.Д. *Государственная служба как профессиональная деятельность/ Граждан В.Д.-М.: Мысль, 2007.-Б.237-239.*
9. Капанов К.Х. *Номенклатурные механизмы власти как феномен политических изменений в Казахстане // Саясат-Policy.-2006.-№9.-Б.59.*
10. Тулегулов А.К. *Государственная служба: опыт Англии и США // Саясат. -1998.- №6.- Б.50.*
11. *Қазақстан Республикасының Мемлекеттік қызмет істері агенттігінің мәліметтері.. [Электрон.ресурс]. URL: - <http://kyzmet.gov.kz>. (дата обращения: 06.11.2022)*

АВТОРЛАР ТУРАЛЫ МӘЛІМЕТ

Канабекова М.А. – Абай атындағы ҚазҰПУ – нің аға оқытушысы, э.ғ.к.

Тлеуова А.М. – Абай атындағы ҚазҰПУ – нің «Экономика» мамандығының магистранты

Изеев С.Н. – Абай атындағы ҚазҰПУ – нің аға оқытушысы, э.ғ.к.

Азбергенова Р.Б. – Абай атындағы ҚазҰПУ – нің доценті, э.ғ.к.

Саидов Б.Н. – Абай атындағы ҚазҰПУ – нің «Экономика» мамандығының магистранты

Арзикулова Р.К. – Абай атындағы ҚазҰПУ – нің аға оқытушысы, э.ғ.к.

Көпжасар М.Д. – Абай атындағы ҚазҰПУ – нің «Маркетинг» мамандығының магистранты

Исаева А.Т. – Абай атындағы ҚазҰПУ – нің аға оқытушысы, э.ғ.к.

Алиева Л.Ю. – Абай атындағы ҚазҰПУ – нің «Есеп және аудит» мамандығының магистранты

Джакишева У.К. – Абай атындағы ҚазҰПУ – нің аға оқытушысы, э.ғ.к.

Сюй Гуанлэй – Абай атындағы ҚазҰПУ – нің «Менеджмент» мамандығының магистранты

Джубалиева З.У. – Абай атындағы ҚазҰПУ – нің аға оқытушысы, э.ғ.к.

Жолдасова Г.И. – Абай атындағы ҚазҰПУ – нің аға оқытушысы

Дай Чанвэнь – Абай атындағы ҚазҰПУ – нің «Экономика» мамандығының магистранты

Телагусова Э.О. – Абай атындағы ҚазҰПУ – нің аға оқытушысы, э.ғ.к.

Жомартбаева Ж.А. – Абай атындағы ҚазҰПУ – нің «Есеп және аудит» мамандығының магистранты

Ван Тяньши – Абай атындағы ҚазҰПУ – нің «Менеджмент» мамандығының магистранты

Маткаримова Л.К. – Абай атындағы ҚазҰПУ – нің аға оқытушысы

Сапарбаева А.М. – Абай атындағы ҚазҰПУ – нің аға оқытушысы

Сырлыбаева М.Т. – Абай атындағы ҚазҰПУ – нің аға оқытушысы

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Канабекова М.А. – к.э.н, ст.преподаватель КазНПУ имени Абая

Тлеуова А.М. – магистрант КазНПУ имени Абая , специальность «Экономика»

Изеев С.Н. – к.э.н, ст.преподаватель КазНПУ имени Абая

Азбергенова Р.Б. – к.э.н, доцент КазНПУ имени Абая

Саидов Б.Н. – магистрант КазНПУ имени Абая , специальность «Экономика»

Арзикулова Р.К. – Абай атындағы ҚазҰПУ – нің аға оқытушысы, э.ғ.к.

Көпжасар М.Д. – Абай атындағы ҚазҰПУ – нің «Маркетинг» мамандығының магистранты

Исаева А.Т. – к.э.н, ст.преподаватель КазНПУ имени Абая

Алиева Л.Ю. – Абай атындағы ҚазҰПУ – нің «Есеп және аудит» мамандығының магистранты

Джакишева У.К. – к.э.н, ст.преподаватель КазНПУ имени Абая

Сюй Гуанлэй – магистрант КазНПУ имени Абая , специальность «Менеджмент»

Джубалиева З.У. – к.э.н, ст.преподаватель КазНПУ имени Абая

Жолдасова Г.И. – ст.преподаватель КазНПУ имени Абая

Дай Чанвэнь – магистрант КазНПУ имени Абая , специальность «Экономика»

Телагусова Э.О. – к.э.н, ст.преподаватель КазНПУ имени Абая

Жомартбаева Ж.А. – магистрант КазНПУ имени Абая , специальность «Учет и аудит»

Ван Тяньши – магистрант КазНПУ имени Абая, специальность «Менеджмент»

Маткаримова Л.К. – ст.преподаватель КазНПУ имени Абая

Сапарбаева А.М. – ст.преподаватель КазНПУ имени Абая

Сырлыбаева М.Т. – ст.преподаватель КазНПУ имени Абая

INFORMATION ABOUT AUTHORS

Kanabekova M.A. – candidate of Economic Sciences, Senior lecturer, Kazakh National Pedagogical university named after Abay

Tleuova A.M. – master's student of KazNPU named after Abai, specialty "Economics"

Izeyev S.N. – candidate of Economic Sciences, Senior lecturer, Kazakh National Pedagogical university named after Abay

Azbergenova R.B. – candidate of Economic Sciences, Senior lecturer, Kazakh National Pedagogical university named after Abay

Saidov B.N. – master's student of KazNPU named after Abai, specialty "Economics"

Arzikulova R.K. – candidate of Economic Sciences, Senior lecturer, Kazakh National Pedagogical university named after Abay

Kopzhasar M.D. – master's student of Abai Kaznpu, specialty "Marketing"

Isaeva A.T. – candidate of Economic Sciences, Senior lecturer, Kazakh National Pedagogical university named after Abay

Alieva L.Yu. – master's student of Abai Kaznpu, specialty "Accounting and audit"

Dzhakisheva U.K. – candidate of Economic Sciences, Senior lecturer, Kazakh National Pedagogical university named after Abay

Xu Guanglei – master's student of KazNPU named after Abai, specialty "Management"

Dzhubalieva Z.U. – candidate of Economic Sciences, Senior lecturer, Kazakh National Pedagogical university named after Abay

Zholdassova G.I. – senior lecturer of Abai KazNPU

Dai Changwen – master's student of KazNPU named after Abai, specialty "Economics"

Telagussova E.O. – candidate of Economic Sciences, Senior lecturer, Kazakh National Pedagogical university named after Abay

Zhmartbayeva Zh.A., – master's student of Abai Kaznpu, specialty "Accounting and audit"

Wang Tianshi – master's student of KazNPU named after Abai, specialty "Management"

Matkarimova L. – senior lecturer of Abai KazNPU

Saparbayeva A.M. – senior lecturer of Abai KazNPU

Syrlybayeva M.T. – senior lecturer of Abai KazNPU