

**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
№ 3 (73)**

**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
№ 3 (73)

Алматы, 2022
Almaty, 2022

Абай атындағы
Қазақ ұлттық педагогикалық
университеті

ХАБАРШЫ

«Экономика» сериясы,
№3 (73), 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. Нарibaев** – *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 internacional 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 23.11.2022. қол қойылды.
Пішімі 60x84 1/8. Көлемі 12,5 е.б.т.
Таралымы 300 дана. Тапсырыс 673.

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

- Кажигалиева А., Канабекова М.А.** Роль и значение коммуникаций в системе управления организацией..... 5
Кажигалиева А., Канабекова М.А. Ұйымды басқару жүйесіндегі байланыстардың рөлі мен маңызы
Kazhigaliev A., Kanabekova M.A. The role and significance of communications in the organization management system
- Хэ Цзинвэнь, Оралбаева Ж.З.** Совершенствование стратегий устойчивого развития бизнеса..... 13
Хэ Цзинвэнь, Оралбаева Ж.З. Бизнесің тұрақты даму стратегияларын жетілдіру
He Jingwen, Oralbaeva Zh.Z. Improving sustainable business development strategies
- Нуралыев Х., Джакишева У.К.** Подготовка и порядок составление учетной политики предприятия..... 20
Нуралыев Х., Джакишева У.К. Кәсіпорынның есеп саясатын дайындау және жасау тәртібі
Nuralyev K., Dzhakisheva U.K. Preparation and procedure for the preparation of the accounting policy of the enterprise
- Исаева А.Т., Жүнісова А.Е.** Жаңа өнімдерге маркетингтік зерттеулер жүргізу ерекшеліктері..... 25
Исаева А.Т., Жүнісова А.Е. Особенности маркетинговых исследований новых продуктов
Issayeva A.T., Zhunisova A.Y. Features of marketing research of new products
- Хань Люинь, Джакишева У.К.** Реализация целей устойчивого развития в компаниях..... 29
Хань Люинь, Джакишева У.К. Компанияларда тұрақты даму мақсаттарын жүзеге асыру
Han Luyin, Dzhakisheva W.K. Implementing the sustainable development goals in companies
- Азбергенова Р.Б., Ту Жань** Повышение эффективности производства на предприятии..... 38
Азбергенова Р.Б., Ту Жань Кәсіпорындағы өндіріс тиімділігін арттыру

Казахский национальный
педагогический университет
имени Абая

ВЕСТНИК

Серия «Экономическая»
№3 (73), 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 23.11.2022.
Формат 60x84 1/8. Объем 8.75 уч.-издл.
Тираж 300 экз. Заказ 673.

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

Издательство «Ұлағат» Казахского
национального педагогического
университета имени Абая

Azbergenova R.B., Tu Zhan Improving the
efficiency of production at the enterprise
Гао Сяофэн, Кошкарбаев К.У. Стратегия выхода
на международные рынки: теоретический аспект.... 43
Гао Сяофэн, Кошкарбаев К.У. Халықаралық
нарықтарға шығу стратегиясы: теориялық аспектi
Gao Xiaofeng, Koshkarbayev K.U. Strategy for entry
into international markets: theoretical aspect

МАКРОЭКОНОМИКАЛЫҚ РЕТТЕУ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ

Бай Кунью, Джакишева У.К. Организация и
методика учета расчетов по оплате труда..... 49
Бай Кунью, Джакишева У.К. Еңбекақы төлеу
бойынша есептеулерді есепке алу әдістемесі
және оны ұйымдастыру
Bai Kunyu, Dzhakishева U.K. Organization and
methodology of accounting for payroll payments

Ван Синьюй, Оралбаева Ж.З. Состояние
использования Agile-подхода в управлении
предприятиями..... 55
Ван Синьюй, Оралбаева Ж.З. Кәсіпорынды
басқаруда Agile тәсілді пайдалану мәртебесі
Wang Xinyu, Oralbaeva Zh.Z. Status of using
Agile approach in enterprise management

Канабекова М.А., Лю Хунвэй Совершенствование
системы управления предприятием в современных
условиях 64
Канабекова М.А., Лю Хунвэй Қазіргі жағдайда
кәсіпорынды басқару жүйесін жетілдіру
Kanabekova M., Liu Hongwei Improvement of the
enterprise management system in modern conditions

Ли Мэн, Джубалиева З.У. Факторы, влияющие на
цифровую трансформацию производственной
компании..... 70
Ли Мэн, Джубалиева З.У. Өндіруші компанияның
цифрлық трансформациясына әсер ететін
факторлар
Li Meng, Dzhubalievа Z.U. Factors affecting the
digital transformation of a manufacturing company

Азбергенава Р.Б., Чжан Даньтин Логистическая
деятельность организаций и принципы ее
построения..... 78
Азбергенава Р.Б., Чжан Даньтин Ұйымдардың
логистикалық қызметі және оны құру принциптері
Azbergenova R., Zhang Danting Logistics activities
of organizations and the principles of its construction

**Kazakh national pedagogical
university named after Abai**

BULLETIN

**Series of «Economic»
№3 (73), 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. Nurlihimina – *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 23.11.2022.
Format 60x84 1/8. Volume – 8.75 publ. literature.
Edition 300 num. Order 673.

050010, Almaty, Dostyk ave., 13.
KazNPU after Abai
Publishing house «Ulagat» Kazakh National
Pedagogical University after Abai

Янь Лупин, Каримова М.Д. Влияние HR практик на инновационную активность предприятия..... 85
Янь Лупин, Каримова М.Д. Кәсіпорының инновациялық қызметіне қызметтік тәжірибелердің әсері
Yan Lupin, Karimova M.D. Impact of HR practices on the innovative activity of the enterprise

Ли Кэхуа, Азбергенова Р.Б. Условия и предпосылки объединения стран в интеграционные блоки..... 93

Ли Кэхуа, Азбергенова Р.Б. Елдерді интеграциялық блоктарға біріктіру шарттары мен алғышарттары

Li Kehua, Azbergenova R.B. Conditions and prerequisites for association of countries into integration blocks

Вань Вэньин, Джакишева У.К. Управление активами предприятия..... 98

Вань Вэньин, Джакишева У.К. Кәсіпорын активтерін басқару

Wan Wenyang, Dzhakisheva U.K. Enterprise asset management

ЖАС ҒАЛЫМДАРДЫҢ МІНБЕСІ ТРИБУНА МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ

Құрмантаева А.Ж. Ұлттық экономикадағы дәрменсіз шаруашылық жүргізуші субъектілерді сауықтырудың экономикалық құралдары..... 104

Құрмантаева А.Ж. Экономические инструменты оздоровления неустойчивых хозяйствующих субъектов национальной экономики
Kurmantaeva A.Zh. Economic instruments of rehabilitation of unstable economic entities of the national economy

Авторлар туралы мәлімет..... 110
Сведения об авторах
Information about authors

ТЕОРИЯ ЖӘНЕ ӘДІСТЕМЕ ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ

МРНТИ 06.39.41

*А.Кажигалиева*¹

*М.А.Канабекова*¹

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

РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ КОММУНИКАЦИЙ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

Аннотация

Статья посвящена роли коммуникаций в управлении организациями. В ней рассмотрены основные вопросы, связанные с коммуникациями: цели, типы и каналы коммуникаций, факторы, влияющие на их эффективность, макро - микробарьеры.

Отмечается ключевое значение коммуникаций для успешного менеджмента. При рассмотрении коммуникационного процесса необходимо учитывать, что в условиях человеческого общения важно не только то, как информация передается, но и то, как формируется, уточняется, развивается. Качество обмена информацией оказывает непосредственное влияние на реализацию целей компании. Успешный руководитель, прежде всего, по мнению автора работы, эффективен в коммуникациях. Осуществление коммуникаций - это связующий процесс, необходимый для любого важного управленческого действия, в котором роль менеджера одна из важнейших.

В статье представлен анализ коммуникационного процесса в АО «Рахат». Определено, что в компании хорошо функционирует система электронного документооборота, налажены внутренние и внешние коммуникации, но при этом сохраняются проблемы с информированием персонала, работающего в различных регионах страны.

Казахстанскому менеджменту предстоит улучшить работу с коммуникациями в организациях, особенно в части предоставления обратной связи работникам, совершенствования системы внутренних коммуникаций.

Ключевые слова: управление коммуникациями, менеджмент, эффективные коммуникации, обратная связь, связующий процесс, успешный менеджмент.

*А. Кажигалиева*¹

*М.А. Канабекова*¹

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

ҰЙЫМДЫ БАСҚАРУ ЖҮЙЕСІНДЕГІ БАЙЛАНЫСТАРДЫҢ РӨЛІ МЕН МАҢЫЗЫ

Аңдатпа

Мақала ұйымдарды басқарудағы коммуникациялардың рөліне арналған. Онда коммуникацияларға қатысты негізгі мәселелер: коммуникацияның мақсаттары, түрлері мен арналары, олардың тиімділігіне әсер ететін факторлар, макро-микроскедергілер талқыланады.

Табысты басқару үшін коммуникацияның негізгі маңыздылығы атап өтіледі. Қарым-қатынас процесін қарастырғанда адамның қарым-қатынасы жағдайында ақпараттың қалай

берілетіні ғана емес, оның қалай қалыптасып, нақтыланатыны, дамығаны да маңызды екенін ескеру қажет. Ақпарат алмасу сапасы компанияның мақсаттарын жүзеге асыруға тікелей әсер етеді. Табысты көшбасшы, ең алдымен, жұмыс авторының пікірінше, коммуникацияда тиімді. Коммуникацияларды жүзеге асыру кез келген маңызды басқарушылық әрекетке қажетті байланыстырушы процесс болып табылады, онда менеджердің рөлі ең маңыздылардың бірі болып табылады.

Мақалада «Рахат» АҚ-дағы коммуникация үдерісінің талдауы берілген. Кәсіпорында электронды құжат айналымы жүйесі жақсы жұмыс істейтіні, ішкі және сыртқы коммуникациялар жолға қойылғаны анықталады, бірақ еліміздің әр өңірінде жұмыс істейтін қызметкерлерді ақпараттандыруда әлі де мәселелер бар.

Қазақстандық менеджмент ұйымдардағы коммуникациялармен жұмысты, әсіресе қызметкерлермен кері байланысты қамтамасыз ету, ішкі коммуникациялар жүйесін жетілдіру бөлігінде жақсартуға мәжбүр болады.

Түйін сөздер: коммуникацияны басқару, басқару, тиімді коммуникация, кері байланыс, байланыстыру процесі, табысты басқару.

Kazhigalieva A.¹

Kanabekova M.A.²

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

THE ROLE AND SIGNIFICANCE OF COMMUNICATIONS IN THE ORGANIZATION MANAGEMENT SYSTEM

Abstract

The article is devoted to the role of communications in the management of organizations. It discusses the main issues related to communications: goals, types and channels of communications, factors affecting their effectiveness, macro-microbarriers.

The key importance of communications for successful management is noted. When considering the communication process, it is necessary to take into account that in the conditions of human communication, it is important not only how information is transmitted, but also how it is formed, refined, and developed. The quality of information exchange has a direct impact on the implementation of the company's goals. A successful leader, first of all, according to the author of the work, is effective in communications. The implementation of communications is a connecting process necessary for any important managerial action, in which the role of the manager is one of the most important.

The article presents an analysis of the communication process in Rakhat JSC. It was determined that the electronic document management system functions well in the company, internal and external communications are established, but there are still problems with informing personnel working in various regions of the country.

Kazakhstani management will have to improve the work with communications in organizations, especially in terms of providing feedback to employees, improving the system of internal communications.

Keywords: communication management, management, effective communications, feedback, linking process, successful management.

Любая деятельность предполагает обмен мыслями, предложениями, взглядами, знаниями либо установками. Все это можно считать информацией, а процесс коммуникации – это процесс в ходе которого люди обмениваются информацией. В связи с тем, что обмен информацией встроен во все направления процесса управления его можно определить как

связующий процесс. В руках менеджера находится ключевой инструмент управления – информация. Осуществляя передачу информации и получая обратную связь, он руководит сотрудниками, организует их работу и мотивирует на профессиональный рост. Именно поэтому от того, насколько правильно преподносится информация, зависит как ее адекватное восприятие, так и эффективность работы сотрудников.

Коммуникация - это обмен информацией, на основе которого руководитель получает информацию, необходимую для принятия эффективных решений, и доводит принятые решения до сотрудников организации. При плохой организации коммуникаций, принимаемые решения могут ошибочными, так как работники неверно истолковали смысл информации, также это может повлиять на межличностные отношения в коллективе. Следовательно, от качества коммуникаций зависит будут ли приняты верные решения и будут ли они осуществлены должным образом.

С позиций прагматизма коммуникации – это не просто обмен информацией или предложениями между людьми, эффективная коммуникация ведет к взаимопониманию и адекватному взаимодействию.

Рассмотрим цели коммуникации:

- 1) Обеспечить эффективный обмен информацией между структурами управления, то есть ее субъектами и объектами.
- 2) Способствовать улучшению межличностных отношений в ходе обмена информацией.
- 3) Организовать информационные каналы с целью обмена информацией между сотрудниками и группами и координирования выполняемых ими действий и задач.

Коммуникации подразделяются на несколько видов:

- организационные или межличностные коммуникации устного характера;
- коммуникации, базирующиеся на письменном обмене информацией [1].

Межличностные коммуникации делятся на формальные (официальные) и неформальные [2].

Формальные коммуникации устанавливаются на основе политики организации, ее правил, должностных инструкций и реализуются по формальным каналам.

Неформальные коммуникации не подчиняются правилам организации, они определяются личностными отношениями между работниками, которые формируются в организации].

Информация, которая обычно передается по каналам неформальных коммуникаций, касается, как правило, следующих вопросов: сокращения рабочих мест; вводимых мер наказания за нарушение трудовой дисциплины, например, за опоздание на работу; изменения в подразделениях и в целом в структуре организации; новые назначения и повышение служащих; взаимоотношения в коллективе и др.

Формальные коммуникации в организации представлены двумя типами: вертикальными и горизонтальными. Вертикальные коммуникации предполагают движение информации с одного уровня структурной иерархии на другой. Горизонтальные коммуникации – это взаимодействие между подразделениями организации, необходимые для координации работы.

Вертикальные коммуникации в свою очередь делятся на:

- восходящие – информация имеет направление «снизу вверх». Передается информация, необходимая для менеджеров, чтобы оценить соответствующее направление деятельности, то есть то, за которое они отвечают;
- нисходящие – коммуникации, имеющие направление «сверху вниз». Данный тип коммуникаций связан с контролем действий работников и передачей различных приказов и указаний [2].

Межличностные коммуникации также представлены двумя разновидностями: вербальными (словесными) и невербальными. Последние представляют собой тип

коммуникаций, осуществляемый посредством жестов, мимики, интонации, положением тела и т.д.

Невербальные коммуникации, как правило, являются дополнительными, но иногда могут быть единственным средством делового общения.

Считается, что по невербалике можно более точно определить настроение собеседника, его отношение к воспринимаемой или сообщаемой информации [1].

Для наглядности в приведенной ниже таблице нами представлены классификации коммуникаций в организации, ее канала и этапы коммуникационного процесса.

Таблица – Основные понятия, связанные с коммуникацией в организации

Тип коммуникаций в организации	Этапы коммуникационного процесса	Каналы коммуникации
Межличностные На основе письменного общения Формальные Неформальные Вертикальные Горизонтальные Вербальные (словесные) Невербальные	Зарождение идеи или отбор информации Выбор канала передачи информации Передача сообщения Интерпретация сообщения получателем Реализация сообщения	Устная передача Совещания Телефонные переговоры Письменная передача Отчеты Электронная почта Компьютерные сети

Коммуникация может сопровождаться различными преградами (барьерами). Выделяют коммуникационные барьеры макро- и микроуровня [3].

Макробарьеры являются препятствием для успешной коммуникации в целом.

К ним можно отнести следующее:

- перегрузку информационных сетей, а также искажение информации;
- потребность в более сложной информации;
- интернационализацию деловых взаимоотношений и усиление роли иностранного языка.

Микробарьеры возникают в узких сферах деятельности организации и также мешают успешной коммуникации. К таковым можно отнести:

- отношение отправителя информации к адресату (получателю);
- отношение адресата к отправителю, то есть источнику информации;
- уровень понимания получателем полисемантических слов;
- отсутствие обратной связи.

Преграды в коммуникации могут создать и предвзятость людей, которые отвергают любые новые идеи, считают их сомнительными из-за сложившихся в их сознании стереотипов.

При таком подходе искажается восприятие информации, нарушается обратная связь и снижается результативность такого сообщения [2].

Коммуникации (в современном менеджменте это является общепризнанной точкой зрения), имеют большое значение для эффективной деятельности компании, и поэтому вопрос об их организации является одним из важных и актуальных для менеджмента [4; 5]. Коммуникации в организации можно назвать «кровеносной системой» организации. Хороший, успешный руководитель тот, кто эффективен в коммуникациях. Без мастерского владения искусством коммуникации невозможно хорошо, продуктивно, качественно организовать работу своих сотрудников. Это своеобразное мастерство выполнять работу чужими руками.

В нашей стране наблюдается период становления коммуникаций в организации, так как прошло относительно немного времени с тех пор, как в целом стал формироваться современный менеджмент в казахстанских компаниях. Под влиянием опыта зарубежных стран управление в компаниях Казахстана претерпело значительные изменения. От командно-административной системы управления государство перешло к рыночным отношениям. Раньше управление сводилось к передаче приказов от руководства к подчиненным, нельзя было обсудить принятое решение, что-то уточнить, предложить, внести коррективы. Сейчас же приветствуется инициатива, креативные, сообразительные сотрудники поощряются, могут продвинуться по карьерной лестнице. Изменились подходы и коммуникации в организации. Проводятся коллективные собрания, на которых рассматриваются проблемы организации, выслушиваются предложения по их решению, предлагаются материальные поощрения лучшим работникам.

Разумеется, и в той и в другой ситуации могут быть исключения. Так при командно-административной системе были предприятия с налаженными коммуникациями, но преобладали в основном с разрозненными коммуникативными потоками, без обратной связи и т.д. Так и сейчас существуют организации, где организация руководства находится на низком уровне, ошибочно построены коммуникации.

Руководитель от 50 до 90% всего времени тратит на коммуникации. Это кажется невероятным, но становится понятным, если учесть, что руководитель занимается этим, чтобы реализовать свои роли в межличностных отношениях, информационном обмене и процессах принятия решений, не говоря об управленческих функциях планирования, организации, мотивации и контроля.

Поскольку руководитель исполняет три свои роли и осуществляет четыре основные функции, с тем чтобы сформулировать цели организации и достичь их, качество обмена информацией может прямо влиять на степень реализации целей. Это означает, что для успеха индивидов и организаций необходимы эффективные коммуникации.

Хотя общепризнано, что коммуникации имеют огромное значение для успеха организаций, опросы показали, что 73% американских, 63% английских и 85% японских руководителей считают коммуникации главным препятствием на пути достижения эффективности их организациями. Согласно еще одному опросу примерно 250 тыс. работников 2000 самых разных компаний также полагают, что обмен информацией представляет одну из самых сложных проблем в организациях [6]. Эти опросы показывают, что неэффективные коммуникации - одна из главных сфер возникновения проблем. Глубоко осмысливая коммуникации на уровне личности и организации, мы должны учиться снижать частоту случаев неэффективных коммуникаций и становиться более эффективными менеджерами. Эффективно работающие руководители - это те, кто эффективны в коммуникациях. Они представляют суть коммуникационного процесса, обладают хорошо развитым умением устного и письменного общения и понимают, как среда влияет на обмен информацией.

Начнем с анализа коммуникационного процесса в организациях.

Размышляя об обмене информацией в организации, обычно думают о людях, которые говорят в процессе личного общения или в группах на собраниях, разговаривают по телефону или читают и составляют записки, письма и отчеты. Хотя на эти случаи приходится основная часть коммуникаций в организации, коммуникации представляют собой всепроникающий и сложный процесс. Начнем с выявления того, где вне и внутри организации требуются эффективные коммуникации.

Почти невозможно переоценить важность коммуникаций в управлении. Едва ли не все, что делают руководители, чтобы облегчить организации достижение ее целей, требует эффективного обмена информацией. Если люди не смогут обмениваться информацией, они

не сумеют работать вместе, формулировать цели и достигать их. Однако коммуникации - это сложный процесс, состоящий из взаимозависимых шагов. Каждый из этих шагов очень нужен для того, чтобы сделать наши мысли понятными другому лицу. Каждый шаг - это пункт, в котором, если мы будем небрежны и не будем думать о том, что делаем, смысл может быть утрачен.

Для успеха индивидов и организаций необходимы эффективные коммуникации.

Неэффективные коммуникации — одна из главных сфер возникновения проблем. Глубоко осмысливая коммуникации на уровне личности и организации, мы должны учиться снижать частоту случаев неэффективных коммуникаций и становиться лучшими, более эффективными менеджерами. Эффективно работающие руководители — это те, кто эффективны в коммуникациях. Они представляют суть коммуникационного процесса, обладают хорошо развитым умением устного и письменного общения и понимают, как среда влияет на обмен информацией.

Осуществляются коммуникации путем передачи идей, фактов, мнений, ощущений или восприятия, чувств и отношений от одного лица другому в устной или какой-либо другой форме с целью получения в ответ желаемой реакции.

При рассмотрении коммуникационного процесса необходимо учитывать, что в условиях человеческого общения важно не только то, как информация передается, но и то, как формируется, уточняется, развивается. Коммуникация и информация различные, но связанные между собой вещи. Коммуникация включает в себя и то, что передается, и то, как это «что» передается.

Для того чтобы коммуникация состоялась, необходимо, как минимум, наличие двух людей. Поэтому каждый из участников должен обладать всеми или некоторыми способностями: видеть, слышать, осязать, воспринимать запах и вкус. Эффективная коммуникация требует от каждой из сторон определенных навыков и умений.

Общение нужно рассматривать не только как отправление и прием информации, так как мы имеем дело с отношением двух индивидов, каждый из которых является активным субъектом - взаимное информирование их предполагает налаживание совместной деятельности. Поэтому в коммуникативном процессе происходит не только движение информации, но и активный обмен ею.

В специфически человеческом обмене информацией особую роль для каждого участника общения играет значимость информации, так как люди не просто обмениваются словами, а стремятся при этом выработать общий смысл. А это возможно при условии, что информация не только принята, но и понятна, осмыслена.

Рассмотрим для примера организацию коммуникаций в АО «Рахат».

В организации АО «Рахат» отработана и хорошо функционирует система электронного документооборота, внедряется система управления и оценки по ключевым показателям эффективности, проведена большая работа по делегированию полномочий на разных уровнях ответственности [7].

В силу активного участия ее в делах АО «Рахат» информация о деятельности компании распространяется во всех местных СМИ. В систему корпоративных коммуникаций вовлечен весь персонал предприятия: управляющая компания готовит и рассылает блок информационных сообщений о компании, положении дел в отрасли, достижениях и проблемах, назревших в регионах присутствия компании; издает корпоративную газету.

Но оказывается, и этих мер недостаточно для информирования персонала. Проведенные исследования, как ни парадоксально, указали на нехватку информации на местах. Проблема во многом обусловлена особенностью географического расположения организации. Большинство филиалов АО «Рахат» находятся на значительном удалении от центрального города (до 600 км), и люди, работающие не в центральном офисе организации, зачастую не

имеют возможности регулярно получать газеты, следить за событиями при помощи Интернета.

Для налаживания коммуникаций внутри компании используются информационные стенды, буклеты, плакаты, доклады, ящики обратной связи, выступления руководителей в СМИ, тематические страницы в местных газетах (с вопросами и ответами), специализированная телепрограмма, "круглые столы", "прямые линии" и "горячие линии", планерки и совещания, встречи с коллективами, Интернет (внутренний объединенный сайт компании).

Особое внимание в своей работе центр внутренних коммуникаций отводит получению обратной связи, используя для этого почтовые ящики обратной связи, встречи на разных уровнях, дискуссии, обсуждения проблем на страницах местной печати. С целью изучения сложившейся обстановки, выявления существующих проблем, мониторинга отношения сотрудников к компании проводятся социологические исследования (используются разные методы – от анкетирования до личных интервью). Организуются "прямые линии" с первыми руководителями компании и сотрудниками (перед ежегодным собранием акционеров в них участвуют руководители всех главных служб и дирекций).

Безусловно, в компании сделано еще не все для того, чтобы в полной мере решить проблему информированности сотрудников. Новые идеи и предложения рассматриваются и активно обсуждаются, наиболее перспективные из них будут реализованы в компании.

Следовательно, можно с уверенностью сказать, что осуществление коммуникаций - это связующий процесс, необходимый для любого важного управленческого действия, в котором роль менеджера одна из важнейших. Прежде всего менеджер должен быть отличным психологом, который может предугадать малейшие изменения настроения коллектива. Психологический фактор - один из важнейших факторов успешных коммуникаций. Во-вторых, менеджер должен обладать ораторским мастерством и умением убеждать. Риторика общения в развитых компаниях стоит на одном из ведущих мест в развитии коммуникаций. От умения общаться с подчиненными зависит прежде всего будущее предприятия, а вместе с ним и будущее каждого отдельно взятого сотрудника. Менеджер должен уметь найти общий язык с замкнутыми и необщительными людьми, а также в нужный момент приостановить поток речи одних работников, чтобы дать высказаться другим сотрудникам.

Итак, можно сделать вывод, что без взаимной помощи и кооперации руководства и персонала невозможно наладить эффективное взаимодействие коммуникаций на предприятии.

По моему мнению, знаменитое высказывание Л. Якокка отражает то, что в первую очередь нужно учитывать в организации коммуникаций в организации: «Все хозяйственные операции можно в конечном счёте свести к обозначению тремя словами: люди, продукт, прибыль. На первом месте стоят люди. Если у вас нет надёжной команды, то из остальных факторов мало что удастся сделать» [8]. Также, на мой взгляд, в отечественных организациях следует развивать и усовершенствовать нисходящие формальные вертикальные коммуникации, повышать эффективность неформальных коммуникаций между руководителями и подчиненными.

В наше бурное время информационной революции актуальность коммуникаций не снижается, а наоборот, возрастает. Коммуникации важны во всех сферах деятельности человека. Все мы живем, обмениваясь, информацией друг с другом. И чем эффективней этот обмен, тем больше у нас открывается возможностей для эффективной работы и благополучной личной жизни. Для менеджера коммуникации - это «хлеб насущный». В широком смысле слова, коммуникации - это процесс информирования. Ведь менеджер каждый день в своей работе сталкивается с огромным количеством писем, документов;

встречается с людьми, улаживая спорные вопросы, отдавая распоряжения, контролируя выполнение работы и т.д.

Вся сущность работы менеджера состоит в том, чтобы осуществлять эффективные коммуникации на всех уровнях взаимодействий. Разговор с начальником - коммуникация по восходящей, разговор с подчиненными - по нисходящей, разговор с начальником параллельного отдела - коммуникация по горизонтали. Мне кажется, что вопрос эффективных коммуникаций также важен для менеджера, как и вопрос принятия решений. Более того, эти два аспекта управленческой деятельности взаимодополняют друг друга. И наличие одного невозможно без наличия другого.

Казахстанскому менеджменту предстоит улучшить работу с коммуникациями в организациях, особенно в части предоставления обратной связи работникам, совершенствования системы внутренних коммуникаций. Ведь, как известно, у многих руководителей работа ориентирована в основном на решение операционных задач через контроль и отчетность. Меньше внимания уделяется транслированию стратегических направлений и выстраиванию системы карьерного передвижения, поддержки инициативности и творчества.

Таким образом, коммуникации важны для менеджера не меньше чем, функции планирования, организации, мотивации контроля. Я полагаю, что менеджер должен постоянно совершенствоваться в процессах коммуникации для успешного осуществления своей нелегкой, но интересной профессиональной деятельности совершенствования информационного обмена в организации.

Список использованной литературы

1. Николаева Ж.В. Основы теории коммуникации. / Ж.В. Николаева – Улан-Удэ: ВСГТУ, 2014. – 137 с.
2. Каймакова М.В. Коммуникации в организации. / М.В. Каймакова– Ульяновск: УлГТУ, 2018. – 73 с.
3. Кравец М.А. Коммуникативная стратегия: систематизация определений, подходы к разработке // Вестник ВГУ. Серия: Экономика и управление. – 2013. – №1. – С.149-153.
4. Десслер Г. Управление персоналом / Под ред. Шленова. – М.: БИНОМ, 2020. – 432 с.
5. Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: Перевод с англ. – М.: Дело, 2016. – 665 с.
6. Мандрова Н. Обзор практики внутренних коммуникаций в США, Великобритании и Франции [Электронный ресурс] / Н.Мандрова. – URL: <https://www.marketing.spb.ru/> (дата обращения 20.09.2022)
7. Сайт фабрики АО «Рахат». [Электронный ресурс] URL: <https://www.rakhat.kz/> (дата обращения 20.09.2022)
8. Якокк Л. Карьера менеджера / Пер. с англ. М.В.Драко. – 2-е изд. – Мн.: ООО «Попурри», 2014. – 550 с.

МРНТИ 82.33.15

Хэ Цзинвэнь¹
Ж.З. Оралбаева¹

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

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СТРАТЕГИЙ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

Аннотация

Компании играют решающую роль в достижении Целей устойчивого развития (ЦУР). Однако большинство мировых проблем устойчивого развития носят взаимосвязанный и системный характер. Как компании могут гарантировать, что их стратегии эффективно способствуют устойчивому развитию. Современный комплексный подход побуждает компании комплексно оценивать и управлять своим положительным и отрицательным взаимодействием с ЦУР, которое может возникать прямо или косвенно. Вместо того, чтобы рассматривать ЦУР как изолированные разрозненные элементы, комплексный подход направлен на одновременное продвижение нескольких ЦУР при одновременном снижении риска того, что вклад в достижение одной ЦУР подорвет прогресс в достижении другой. Управляя взаимодействием ESG подход к корпоративной устойчивости позволяет компаниям улучшать свое воздействие на общество и окружающую среду. Этот ESG подход является шагом на пути к разработке теории управления устойчивым развитием, которая помогает компаниям улучшить свое влияние на устойчивое развитие. Такие системные стратегии корпоративной устойчивости крайне необходимы для достижения прогресса в достижении устойчивого развития.

Ключевые слова: стратегия устойчивого развития, цели устойчивого развития, цифровизация, трансформация менеджмента, стратегии развития

Хэ Цзинвэнь¹
Ж.З. Оралбаева¹

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

БИЗНЕСТІҢ ТҰРАҚТЫ ДАМУ СТРАТЕГИЯЛАРЫН ЖЕТІЛДІРУ

Аңдатпа

Компаниялар Тұрақты даму мақсаттарына (ТДМ) қол жеткізуде маңызды рөл атқарады. Дегенмен, тұрақты дамудың жаһандық проблемаларының көпшілігі өзара байланысты және жүйелі болып табылады. Компаниялар өз стратегияларының тұрақты дамуға тиімді ықпал ететінін қалай қамтамасыз ете алады. Заманауи интеграцияланған тәсіл компанияларды тікелей немесе жанама түрде туындауы мүмкін SDG-мен оң және теріс өзара әрекеттесулерін жан-жақты бағалауға және басқаруға ынталандырады. SDG-ді оқшауланған, бөлек элементтер ретінде қарастырудың орнына, кешенді тәсіл бір SDG-ге үлестер басқасына қарай ілгерілеуге нұқсан келтіру қаупін азайта отырып, бір уақытта бірнеше SDG-ді ілгерілетуге бағытталған. Өзара әрекеттестіктерді басқару арқылы корпоративтік тұрақтылыққа ESG тәсілі компанияларға олардың қоғамға және қоршаған ортаға әсерін жақсартуға мүмкіндік береді. Бұл ESG тәсілі компанияларға олардың тұрақтылыққа әсерін жақсартуға көмектесетін тұрақтылықты басқару теориясын дамытуға бағытталған қадам болып табылады. Мұндай жүйелік корпоративтік тұрақтылық стратегиялары тұрақты дамуға жету үшін маңызды.

Түйін сөздер: тұрақты даму стратегиясы, тұрақты даму мақсаттары, цифрландыру, басқаруды трансформациялау, даму стратегиялары

He Jingwen¹

Oralbaeva Zh.Z.¹

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

IMPROVING SUSTAINABLE BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGIES

Abstract

Companies play a critical role in achieving the Sustainable Development Goals (SDGs). However, most of the global problems of sustainable development are interrelated and systemic. How companies can ensure that their strategies effectively contribute to sustainable development. The modern integrated approach encourages companies to comprehensively assess and manage their positive and negative interactions with the SDGs, which can arise directly or indirectly. Rather than viewing the SDGs as isolated, disparate elements, a comprehensive approach aims to advance multiple SDGs simultaneously while reducing the risk that contributions to one SDG will undermine progress towards another. By managing interactions, the ESG approach to corporate sustainability enables companies to improve their impact on society and the environment. This ESG approach is a step towards developing sustainability management theory that helps companies improve their impact on sustainability. Such systemic corporate sustainability strategies are essential to making progress towards sustainable development.

Keywords: sustainable development strategy, sustainable development goals, digitalization, management transformation, development strategies

В последние десятилетия устойчивость заняла важное место в повестке дня корпоративной стратегии. Не в последнюю очередь после Европейского «Зеленого курса» компании начали внедрять амбициозные стандарты соответствия и этики. Но это не только потому, что у них вдруг развилось ответственное отношение. Скорее, широкая общественность возглавляла дебаты об устойчивости, и растущая общественная обеспокоенность привела к ужесточению правил в таких областях, как выбросы CO₂, рециркуляция с обратной связью и гендерное неравенство. Поколение Z оказалось поколением активистов, и по мере того, как эти новые сотрудники входят в состав рабочей силы, компаниям приходится укреплять свои обязательства в отношении устойчивого развития. В современных условиях работники компаний все чаще ожидают от своих работодателей социальной миссии, целеустремленности и активного взаимодействия с внешним миром. И компании, которые хотят привлечь лучшие таланты, должны следовать этой линии [1].

Одновременно с давлением со стороны заинтересованных граждан и их собственных сотрудников предприятия также сталкиваются с более жестким регулированием со стороны правительства. Регулирование играет ключевую роль в создании необходимых условий для устойчивого развития. Здесь можно видеть определенные географические различия: в Европе основное внимание уделяется жизненному циклу продукции, выбросам CO₂, экономике замкнутого цикла и доле женщин на руководящих должностях; в США и Китае нормативно-правовая база остается менее строгой. Растущая обеспокоенность вопросами устойчивого развития также влияет на финансовые рынки, и инвесторы ожидают от компаний все большего и большего в числе показателей в области устойчивого развития.

Таким образом, бизнес оказывается под давлением с нескольких сторон: со стороны общества, регулирующих органов и инвесторов. Это привело к большому спросу на стандартизованную систему измерения корпоративной ответственности. Одной из все более популярных структур является ESG, обозначающей три основных измерения устойчивости: экологические, социальные и вопросы корпоративного управления. Структура ESG имеет ряд преимуществ по сравнению с другими подходами: она целостна и охватывает все аспекты корпоративной устойчивости. Реализация мероприятий по ESG поддается измерению. Кроме того, ESG можно использовать для внутреннего целеполагания и управления, и можно настраивать, то есть адаптировать к конкретным отраслям или компаниям. В результате структура ESG уже набирает критическую массу в определенных областях, таких как мир инвестиций [2].

Концепция устойчивого развития (ESG-развития) представляет собой целевую модель развития общества, которая формируется на основе принципов обеспечения баланса между решением социально-экономических проблем и сохранением окружающей среды.

Определённые Генеральной Ассамблеей ООН 17 целей устойчивого развития человечества до 2030 года, направлены на обеспечение сбалансированности экономической, социальной и экологической компонент устойчивого развития. Цели устойчивого развития (ЦУР) носят комплексный характер и актуальны для каждой страны, независимо от уровня её экономического развития и системы государственного управления [3].

Преодоление экономического неравенства между странами, внутри стран, борьбы с бедностью требует увеличение объёмов производства, которое в свою очередь увеличивает нагрузку на окружающую природную среду, уменьшая ресурсный потенциал природы. Противоречие между необходимостью роста экономики для удовлетворения растущих потребностей нынешнего и будущего поколений и важностью не только сохранения, но и развития окружающей среды является главным вызовом общественного развития современности.

Разрешение фундаментального противоречия между составляющими концепции устойчивого развития является главной целью реализации ESG-стратегий, принятых во многих государствах. Мировым трендом становится переход крупнейших экономик на практику постепенного отказа от использования углеводородов. Активно формируется система «зелёного» финансирования проектов, соответствующих принципам и целям устойчивого развития.

Компании играют решающую роль в достижении Целей устойчивого развития (ЦУР). Они обладают уникальными возможностями, которые могут способствовать достижению целей в области устойчивого развития, однако компании часто также негативно влияют на устойчивое развитие. Это ставит достижение ЦУР в зависимость от увеличения позитивного воздействия частного сектора и смягчения его негативного воздействия (например. Эта важнейшая роль компаний в ЦУР признана Организацией Объединённых Наций (ООН). В Повестке дня в области устойчивого развития на период до 2030 года, межправительственном соглашении, определяющем ЦУР, прямо говорится: «Мы признаем разнообразие частного сектора, от микропредприятий до кооперативов и транснациональных корпораций. Мы призываем все предприятия применить свой творческий потенциал и инновации для решения задач устойчивого развития».

Как показывает практика развития компаний во многих странах, корпоративная устойчивость становится основной задачей. На сегодняшний день более 15 000 компаний по всему миру присоединились к Глобальному договору Организации Объединённых Наций (ООН), «добровольной инициативе, основанной на обязательствах генеральных директоров по внедрению универсальных принципов устойчивого развития» (Глобальный договор Организации Объединённых Наций, 2020 г.) [3].

Таким образом, появляется все больше свидетельств того, что корпоративная устойчивость имеет смысл для бизнеса. Корпоративная устойчивость может поддерживать финансовые показатели, повышать легитимность, снижать репутационные риски, улучшить отношения с различными заинтересованными сторонами.

Таким образом, для компаний наиболее желательным сценарием является «Гонка за устойчивость». Руководствуясь потребителями, компании выступают в качестве ответственных игроков в обществе, конкурируя за инновационные решения, способствующие «зеленой» трансформации экономики.

Существует широкий спектр возможностей: от достижения нулевого уровня выбросов CO₂, устранения детского и принудительного труда в своих цепочках поставок и обеспечения гендерного разнообразия в своих организациях до привязки вознаграждения генерального директора и бонусов персонала к показателям устойчивого развития. На основании анализа приоритетных направлений и разрабатываемых сценариев устойчивого развития консалтинговые компании предлагают различные видения будущего развертывания событий с учетом предпринимаемых мер для Целей устойчивого развития. При этом принимаются во внимание что пассивность в решении вопросов устойчивого развития связана с существенными рисками для бизнеса, такими как: риски цепочки поставок, риск репутационного ущерба, экологические риски и другие [4]. В свою очередь достижение устойчивого развития создает экономические возможности, связанные с энергоэффективностью, повышением уровня вторичной переработки, переосмысление существующей бизнес-модели, что может быть связано с открытием нового рыночного потенциала. На рисунке показан пример широкого спектра мер, ориентированных на краткосрочный (2020-2025гг.), среднесрочный (2025-2035гг.) и долгосрочный (2035-2050гг.) периоды развития (см. таблицу 1) [1]. В структуре представленных мер, предлагаемых экспертами консалтинговой компании Roland Berger, включены направления деятельности компаний в краткосрочной и долгосрочной перспективе, охватывающие решение экологических, социальных и корпоративных вопросов. Используя экспертные знания, Roland Berger предлагает всесторонние консультации, сочетающие отраслевые и технические знания всемирной сети консультантов. Изучение международного опыта реализации проектов позволяет извлечь выгоду из новых возможностей и создать долгосрочную ценность при разработке стратегии и повышении операционной эффективности.

В свете Индустрии 4.0 и достижений в области цифровизации, автоматизации и разработки новых экологически чистых технологий инженерные продукты и высокотехнологичные отрасли стремительно развиваются. Аддитивное производство, например, является развивающейся технологией, и в настоящее время отрасль готовится к установке больших печатных мощностей. Для компаний, способных быстро адаптироваться, подобные революции — это шанс заявить о себе как о технологическом лидерстве. Это также представляет собой огромную возможность вернуть позиции, которые были потеряны для развивающихся регионов. Компаниям важно согласовать свою стратегию, чтобы превратить эти события в долгосрочную прибыль и рост.

Компаниям в различных отраслях промышленности, будь то технологии автоматизации, промышленное программное обеспечение или микроэлектроника, электронная промышленность B2B претерпевает фундаментальные преобразования. Требования клиентов меняются, бизнес перемещается в новые географические регионы развивающихся стран, а автоматизация требует все больше и больше программного обеспечения. При непомерно высокой структуре затрат и высоких требованиях к исследованиям и разработкам предприятиям необходимо реагировать, изменяясь так же быстро, как и сама отрасль.

Таблица 1 – Направления деятельности компаний в реализации ESG

Периоды развития	Направления ESG		
	Окружающая среда	Социальное развитие	Корпоративное управление
2020-2025гг.	Компенсация CO ₂ Сокращение выбросов CO ₂ (области 1-2) Сокращение выбросов CO ₂ на этапе использования Сокращение выбросов CO ₂ в цепочке поставок Ограничение деловых поездок Зеленая сила От дизайна к цикличности Увеличение рециркуляции Местные источники	Гендерное разнообразие Искоренение детского и принудительного труда Забота о животных ЛГБТК+ программы Ротация работы Гендерные квоты Разнообразие точек зрения Полное соблюдение прав человека Неделя волонтеров Программа «Старший эксперт»	Права человека в цепочке поставок Прозрачность лоббирования Совет по устойчивому развитию с правом вето Обязательная ESG-отчетность Отслеживание цепочки поставок через блокчейн Согласованная система информирования о нарушениях Выбор поставщика ESG Ответственное лоббирование Деловая этика 2.0 Внешний аудит ESG Полная независимость наблюдательного совета
2025-2035гг.	Круговая экономика для сложных продуктов Блокчейн отходов Ноль отходов 3D печать Круговая экономика для сложных продуктов	Разнообразие квот для управления Стабильность как критерий найма Маркетинг, ориентированный на причину, по всему портфелю продуктов Заработная плата сотрудников привязана к баллу ESG Удвоение пожертвований	Прозрачность инцидентов в цепочке поставок Обеспечение равной и справедливой оплаты труда Обязательная ротация членов наблюдательного совета НПО в наблюдательном совете Внешняя прозрачность внутренних инцидентов
2035-2050гг.	Корпоративные приложения для отслеживания	Временные переводы в НПО Пожизненная	Демократическое принятие решений, включая группы

	<p>окружающей среды Отказ от использования редкоземельных элементов Устранение шума и светового загрязнения СО₂ - нейтральная цепочка создания стоимости Исключение командировок с помощью аватаров Замкнутый цикл Нулевое потребление пресной воды Нулевое загрязнение Корпоративная стратегия сохранения биоразнообразия Самодостаточные производственные предприятия СО₂ – отрицательная цепочка создания стоимости Продукты с отрицательным уровнем выбросов</p>	<p>ответственность за продукт Приложение для отслеживания устойчивости сотрудников</p>	<p>меньшинств Бонусные системы, основанные на отслеживании устойчивости «Планета ИИ» в правлении</p>
--	--	--	--

Примечание – таблица составлена по материалам источника [1]

С развитием конкуренции компаниям важно постоянно вести наблюдения в таких направлениях, как: планирование глобального присутствия, программы закупок, инноваций, дифференциации и стимулирования продаж или стратегии обслуживания

Этим определяется выбор стратегии при переходе к устойчивому развитию. В особенности это важно для компаний, производственная деятельность которых основана на переработке углеводородов, добыче полезных ископаемых для выбора ESG-практики в повестке устойчивого развития. А также при выборе инструментов финансирования устойчивого развития при взаимодействии с банками. При этом компании принимают решения, какие ресурсы необходимы для достижения целей устойчивого развития, сформулированные в Стратегии устойчивого развития.

На примере деятельности компании Huawei можно видеть большую заинтересованность бизнеса в достижении устойчивого развития. По данным отчетности компании в 2020г. компания развивала свою деятельность в четырех направлениях устойчивого развития: цифровая интеграция, безопасность и надежность, защита окружающей среды и жизнеспособная и гармоничная экосистема [5].

Пандемия COVID-19 оказала беспрецедентное влияние на глобальные системы образования и здравоохранения. С помощью инновационных решений в области информационно-коммуникационных технологий компания Huawei обеспечивала людей в

различных регионах равным доступом к качественным ресурсам в сфере образования и здравоохранения и сыграла свою роль в борьбе с пандемией.

Также Huawei развернула программы Skills on Wheels («Мобильное обучение») и Connecting Schools («Подключение школ») в более чем 200 школах по всему миру, принесла пользу 60 тыс. человек. Huawei также использовала ИКТ-решения для содействия борьбе с пандемией в регионах своего присутствия и предоставила техническую помощь почти 90 странам, делая все возможное для поддержки местных сообществ в этот тяжелый период.

В рамках программы по обеспечению всеобщего доступа к цифровым технологиям и приложениям компания Huawei предоставляет 15 специальных возможностей на своих смартфонах. С этими функциями каждый месяц около 10 млн человек пользуются интеллектуальными технологиями в своей повседневной жизни. Также компания помогала 22 охраняемым территориям в 18 странах более эффективно управлять природными ресурсами и охранять биологическое разнообразие с помощью цифровых технологий.

В рамках своих усилий по созданию более экологичного и устойчивого цифрового мира Huawei фокусируется на сокращении выбросов углерода, использовании возобновляемой энергии и содействии становлению экономики замкнутого цикла.

Таким образом, в настоящее время перед отдельными компаниями и обществом в целом ставится сложная задача определения перспективных направлений развития с учетом влияния процессов цифровизации, усиления экологических требований и тот путь, который будет решено выбрать в отношении устойчивого развития, повлияет не только на нынешнее поколение, но и на поколения, которые последуют в дальнейшем. Обычные граждане, правительства и, естественно, компании играют жизненно важную роль в формировании завтрашнего мира, создавая основу для революции устойчивого развития. Опасность бездействия очевидна. Но где риск, там и возможность. Компании, которые не смогут обеспечить устойчивость в своей корпоративной стратегии, подвергают себя риску ущерба для репутации, проблем в цепочке поставок и негативного воздействия на окружающую среду. Решение вопроса устойчивого развития в настоящее время обеспечит значительное укрепление позиций в будущем.

Список использованной литературы

1. *Sustainarama – how sustainability will change the world in 2050. [Электронный ресурс]. – 2020. URL: <https://www.rolandberger.com/en/Insights/Publications/Sustainarama-How-sustainability-will-change-the-world-in-2050.html> (дата обращения 01.10.2022).*

2. *Стратегия устойчивого развития: Европейский союз и Россия на пути к общему будущему : учеб. пособие / Т. А. Салимова, Л. А. Федоськина, Ю. А. Акимова [и др.] ; под общ. ред. проф. Т. А. Салимовой. — Саранск : Издатель Афанасьев В. С., 2020. — 204 с.*

3. *Глобальный договор ООН. (2020). О Глобальном договоре ООН. Получено 2 октября 2020 г. онлайн с: <https://www.unglobalcompact.org/about> .*

4. *Устойчивое развитие: Новые вызовы: Учебник для вузов/ Под общ. ред. В. И. Данилова-Данильяна, Н. А. Пискуловой. — М.: Издательство «Аспект Пресс», 2015. — 336 с.*

5. *Huawei выпустила отчет об устойчивом развитии за 2020 год. [Электронный ресурс]. – 2020. URL: <https://platform.plus-one.ru/news/2021/07/09/huawei-vypustila-otchet-ob-ustoychivom-razviti-za-2020-god> (дата обращения 02.10.2022)*

МРНТИ 06.35.31

Х. Нуралыев.¹

У.К. Джакишева¹

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

ПОДГОТОВКА И ПОРЯДОК СОСТАВЛЕНИЕ УЧЕТНОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация

Все субъекты, малого, среднего и крупного бизнеса, действующие на территории Республики Казахстан, обязаны вести бухгалтерский учет и финансовую отчетность согласно Закону РК «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности» от 28 февраля 2007 г № 234.

Требования Закона распространяются на индивидуальных предпринимателей. Согласно статье 8 Закона руководитель или индивидуальный предприниматель согласовывает и утверждает учетную политику, обеспечивает организацию бухгалтерского учета. Учетная политика утверждается в порядке, установленном законодательством Республики Казахстан и уставом (положением) организации. Учетная политика включает принципы, основы, положения, правила и практику, применяемую государственными учреждениями при составлении и представлении финансовой отчетности, которая является для всех государственных учреждений единой. Поэтому вопросы возникают часто. Попробуем с ними разобраться.

Ключевые слова: учетная политика, бизнес, бухгалтерский учет, требования закона, организация, предприниматель.

Х. Нуралыев¹

У.К. Джакишева¹

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

КӘСІПОРЫННЫҢ ЕСЕП САЯСАТЫН ДАЙЫНДАУ ЖӘНЕ ЖАСАУ ТӘРТІБІ

Аңдатпа

Қазақстан Республикасының аумағында жұмыс істейтін шағын, орта және ірі бизнестің барлық субъектілері бухгалтерлік есеп жүргізуге міндетті 2007 жылғы 28 ақпандағы № 234 "бухгалтерлік есеп және қаржылық есептілік туралы" ҚР Заңына сәйкес Есеп және қаржылық есептілік.

Заң талаптары жеке кәсіпкерлерге қолданылады. Заңның 8-бабына сәйкес басшы немесе жеке кәсіпкер есеп саясатын келіседі және бекітеді, бухгалтерлік есепті ұйымдастыруды қамтамасыз етеді.

Есеп саясаты Қазақстан Республикасының заңнамасында және ұйымның жарғысында (ережесінде) белгіленген тәртіппен бекітіледі. Есеп саясаты барлық мемлекеттік мекемелер үшін бірыңғай болып табылатын қаржылық есептілікті жасау және ұсыну кезінде мемлекеттік мекемелер қолданатын принциптерді, негіздерді, ережелерді, ережелер мен тәжірибені қамтиды. Сондықтан сұрақтар жиі туындайды. Олармен күресуге тырысайық.

Түйін сөздер: есеп саясаты, бизнес, бухгалтерлік есеп, заң талаптары, ұйым, кәсіпкер.

Nuralyyev K¹

Dzhakisheva U.K.¹

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

PREPARATION AND PROCEDURE FOR THE PREPARATION OF THE ACCOUNTING POLICY OF THE ENTERPRISE

Abstract

All entities, small, medium and large businesses operating in the territory of the Republic of Kazakhstan are required to keep accounting records and financial statements in accordance with the Law of the Republic of Kazakhstan "On Accounting and Financial Reporting" dated February 28, 2007 No. 234.

The requirements of the Law apply to individual entrepreneurs. According to Article 8 of the Law, the head or individual entrepreneur coordinates and approves the accounting policy, ensures the organization of accounting.

The accounting policy is approved in accordance with the procedure established by the legislation of the Republic of Kazakhstan and the charter (regulations) of the organization. The accounting policy includes the principles, fundamentals, regulations, rules and practices applied by government agencies in the preparation and presentation of financial statements, which are uniform for all government agencies. Therefore, questions arise often. Let's try to deal with them.

Keywords: accounting policy, business, accounting, legal requirements, organization, entrepreneur.

А для чего нужна учетная политика, если существуют “Закон о бухгалтерском учете”, налоговый кодекс, международные стандарты финансовой отчетности?

МСФО предусматривают основные общие для всех предприятий правила, методы и принципы ведения бухучета, а учетная политика конкретного предприятия описывает индивидуальные методики и правила, раскрывает деятельность предприятия, его особенности.

Согласитесь, хозяйственные операции в торговом центре отличаются от хозяйственных операций в парикмахерской, и бухгалтерский учет в пекарне не такой, как в фирме, оказывающей транспортные услуги или услуги аренды, строительства. В Казахстане действует метод начисления при определении суммы доходов и суммы затрат.

Тем не менее, у каждого субъекта могут быть свои принципы признания доходов и затрат, свои статьи расходов: существуют отраслевые особенности, которые обрабатываются различными специальными документами[1]. Например, в транспортных предприятиях активно используются путевые листы и товарно-транспортные накладные, в строительных – сметы расходов, акты приема-передачи строительных объектов и акты поэтапного завершения строительных работ, на других – производственные листы, наряды и т.д. Но кем же разрабатывается сама учетная политика?

Руководитель предприятия совместно с бухгалтером и другими специалистами, или предприниматель самостоятельно разрабатывают и принимают учетную политику. Услуги по составлению учетной политики могут оказать аудиторские и консалтинговые фирмы. Но никто, кроме руководителя и предпринимателя не знает всех технологических тонкостей данного предприятия. Если УП разрабатывается посторонним лицом, предприниматель должен понимать каждую строку и активно участвовать в разработке. Вопрос: Какие основные позиции рассматривает учетная политика? [2]

Начинается учетная политика с описания статуса компании, органов управления, данных регистрационных документов, видов деятельности. Затем расписываются:

а) форма и метод ведения бухгалтерского учета (МСФО), способ учета (вручную на бумажных бланках и в учетных книгах или с помощью компьютера и программного обеспечения), принципы;

б) лицо, которое будет вести учет: предприниматель самостоятельно, наемный бухгалтер, бухгалтерская фирма;

в) режим налогообложения (общеустановленный, упрощенная декларация, или другой);

д) состав отчетности (финансовая, налоговая, статистическая), периодичность отчетности;

г) основная часть УП раскрывает принципы признания доходов и расходов, методы, допускающие альтернативу в учете основных средств, товарно-материальных запасов, отраслевые особенности и специальные документы, положения по заработной плате наемных работников и так далее.

Приложением к учетной политике является рабочий план счетов.

Возникает вопрос: в течение какого времени действует учетная политика? Что необходимо предпринять, если какие-либо изменения произошли в деятельности компании, которые не были отражены в учетной политике ранее? [3].

Учетная политика действует на протяжении всего существования предприятия, поэтому, разрабатывая ее, необходимо учесть мельчайшие детали, предусмотреть будущие планы (например, расширение бизнеса, появление новых видов деятельности). Тем не менее, если возникают обоснованные причины, допускаются изменения и дополнения к учетной политике, которые могут быть вызваны также изменениями в законодательстве.

Обязательно ли индивидуальному предпринимателю в городе Шымкент иметь учетную политику? Закон не исключает формирование учетной политики для субъектов малого бизнеса. В учетной политике предприниматель определяет для себя и для исполнителей некоторые правила и требования.

Следует заметить, наличие грамотно составленной учетной политики будет только помогать предпринимателю вести бухгалтерский и налоговый учет. Если вы не владеете всеми тонкостями бухгалтерского учета, пусть вам поможет составить учетную политику консультант.

Если вы примите на работу бухгалтера, он обязан работать по учетной политике, подчиняться определенной системе, вашим требованиям, руководствуясь нормативно-правовыми актами. Если бухгалтер поменяется, новый бухгалтер будет также продолжать работу по учетной политике и не выдумывать собственные правила, отменяя тем самым то, что вы организовали, то, что вас устраивало. Но новый, инициативный бухгалтер может принести новые, хорошие идеи. Их стоит рассмотреть, просчитать варианты, а возможно применять в будущем, дополнив учетную политику или внося коррективы. Рассматривая учет, допускающий альтернативу, следует останавливаться на тех вариантах, с помощью которых можно минимизировать налоги, соблюдая Налоговый кодекс РК. Раздел УП, касающийся взаимоотношений с наемными работниками, оплаты труда не должен идти вразрез с Трудовым кодексом [4].

Понятие «учетная политика» используется как в бухгалтерском законодательстве, так и в налоговом и несет определенный отличный друг от друга смысл. Отличие в сфере применения данного термина подразумевает различия в сроках, на которые утверждается данный нормативный документ и в его содержании. В связи с чем выделяют следующие виды:

1. Учетная политика для целей бухгалтерского учета;
2. Учетная политика для целей налогового учета;
3. Учетная политика для целей составления отчетности согласно МСФО.

Учетная политика является внутренним документом предприятия и процесс ее составления подразумевает в себе две стадии:

1. Формирование (составление, выбор и обоснование);
2. Раскрытие (опубликование).

Вторая стадия применима только для организаций, которые в соответствии с законодательством (либо согласно уставным документам) обязаны публиковать бухгалтерскую отчетность.

Рассмотрим более детально стадию формирования. Данная стадия включает в себя несколько этапов:

1. определение предмета, выбор объектов бухгалтерского учета для данного предприятия (состав объектов определяет условия, влияющие на формирование на втором этапе);
2. оценка факторов, их анализ и формирование перечня способов ведения бухгалтерского учета;
3. определение базисных положений составления учетной политики;
4. идентификация способов ведения бухгалтерского учета с выбранными объектами;
5. утверждение перечня способов ведения БУ для данного предприятия;
6. документальное оформление.

Цели, которые преследует предприятие при составлении учетной политики на предприятии, сводятся к следующему:

1. документальное закрепление способа ведения БУ;
2. организация документооборота;
3. организация работы бухгалтерской службы, обеспечение вертикальных и горизонтальных связей;
4. определение кол-ва элементов БУ и др.[5]

В учетной политике закреплены способы ведения бухгалтерского учета, выбранные из перечня, определенного стандартами БУ, либо способы, разработанные самой организацией, в случае отсутствия для каких-либо объектов. В любом случае выбор способа должен основываться на единых началах, что означает:

1. использование выбранных способов всеми структурными подразделениями предприятия, с целью сопоставимости информации и возможности составления сводной отчетности (в части филиалов и представительств);
2. использование одного способа при решении одного конкретного вопроса. Например, выручка от реализации продукции для всех видов деятельности должна определяться либо по отгрузке, либо по оплате.

Формирование учетной политики предполагает раскрытие следующих аспектов:

1. Методический аспект;
2. Технический аспект;
3. Организационный аспект;

Организационный аспект присущ не только сфере бухгалтерского учета так как предполагает отражение взаимодействия структурного подразделения, отвечающего за учетный процесс с другими центрами ответственности предприятия. Данный аспект раскрываются в следующем:

1. Организацию работы в бухгалтерии (формирование бухгалтерской службы является важным вопросом, который зависит от масштабов предприятия и структуры управления в организации) ;
2. Объем, сроки, и адреса представления отчетности;
3. Систему взаимоотношений с аудиторскими службами;

Таким образом при разработке учетной политике предприятия следует учитывать, что она утверждается приказом руководителя предприятия и приобретает юридическую силу.

Факторы, оказывающие влияние на формирование учетной политики:

1. организационно-правовой статус предприятия, форма собственности, масштаб деятельности;
2. цели создания предприятия (укрепление позиции на рынке, привлечение инвестиций и др.);
3. вид деятельности предприятия, ее особенности. Производственная деятельность – используемые ресурсы, технологии), коммерческая деятельность (формы расчетов, организация сбыта и снабжения), финансовая деятельность (взаимоотношения с внебюджетными фондами, налоговой службой), управленческая деятельность (функциональная структура, система отчетности и др.).
4. кадровый состав – квалификация персонала;
5. внешние факторы: инфраструктура рынка, финансовая политика, законодательство и т.д.

Учетная политика, действующая на предприятии в отчетном году, подлежит раскрытию в пояснительной записке к годовой бухгалтерской отчетности. Данное условие является необходимым, т. к. без данных, отраженных в учетной политике, невозможно всесторонне оценивать показатели годовой отчетности.

Определение для предприятия способа начисления амортизации ОС и НМА напрямую влияет на уровень остаточной стоимости, отраженной в бухгалтерском балансе, а также на себестоимость готовой продукции, работ, услуг за счет различного стоимостного уровня месячной амортизации. Следовательно, различные способы расчета будут оказывать влияние на такие показатели как финансовый результат отчетного периода — нераспределенная прибыль (непокрытый убыток) и соответствующие аналитические расчеты[6].

Учетная политика может учитывать потребности предпринимателя в той или иной аналитической информации. Обеспечить себя информацией вы можете, путем разработки собственных специальных таблиц и отчетов для внутреннего пользования, позволяющих анализировать различные экономические показатели. Бухучет будет предоставлять информацию, для принятия управленческих решений, способствовать организации эффективного бизнеса, увеличению объема продаж и размера прибыли.

Чем подробнее составлена учетная политика, тем легче в будущем вести диалог с Налоговым комитетом, другими контролирующими органами, потому что, составляя учетную политику, вы обдумываете все по шагам, учитываете различные ситуации, возникающие в вашем бизнесе, до мелочей, обоснованно подтверждаете свою позицию[7]. Например, если вы работаете по общеустановленному режиму налогообложения, часто приходится доказывать представителям Налогового комитета что расходы, которые вы понесли, связаны с получением дохода.

Например, расходы на обучение специалиста, на выдачу спецпитания определенным категориям работников, хозяйственные (санитарные) нужды, аренду личного транспорта. Такие расходы должны быть нормируемыми, подтверждаться расчетами, сметами, калькуляционными картами, путевыми листами. Если вы возмещаете работнику стоимость проезда, когда его работа носит разъездной характер, следует оформлять маршрутный лист.

Заранее подготовленный документ выглядит всегда убедительнее, чем сиюминутные слова объяснения, которые часто воспринимаются как оправдание.

Таким образом, организация должна выбрать и применять учетную политику последовательно для аналогичных операций, прочих событий и условий, если только какой-либо МСФО специально не требует или не разрешает деление статей по категориям, для которых может быть уместна разная учетная политика. Если какой-либо МСФО требует или допускает такое деление по категориям, то для каждой такой категории следует выбрать соответствующую учетную политику и применять ее последовательно. МСФО

устанавливают учетную политику, которая, по заключению Совета по МСФО, приводит к формированию финансовой отчетности, содержащей уместную и надежную информацию об операциях, прочих событиях и условиях, к которым данная учетная политика применяется. Применение указанной учетной политики не является обязательным в тех случаях, когда эффект от ее применения является незначительным. Однако неправильно допускать незначительные отступления от МСФО или оставлять такие отступления неисправленными, с тем чтобы достичь определенного представления финансового положения, финансовых результатов или денежных потоков организации.

Список использованной литературы

1. Чернышева А. М., Якубова Т. Н. *Бухгалтерский учет: учебник для бакалавриата и магистратуры* / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 504 с.
2. Капустина Л. М. *О бухгалтерском и налоговом учете* / Л. М. Капустина, Т. Л. Решетило; Федер. агентство по образованию, Урал. гос. экон. ун-т. — Екатеринбург: Изд-во УрГЭУ, 2019. — 104с.
3. Под общ. ред. Карповой С. В. *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.
4. Лейни Т. А., Семенова Е. А., Шилина С. А. *Пособие бухгалтера*. / Т. А. Лейни, Е. А. Семенова, С. А. Шилина М. : Дашков и Ко, 2018. — 134с.
5. Рожков И.Я., Кисмерешкин В.Т. *Учетная политика* / И.Я. Рожков, В.Т. Кисмерешкин В.Т. - М.: «РИП-холдинг», 2016. - 256с
6. Шведина Е.Б. *Учетная политика предприятия// Экономические науки – 2019 г., №10 (83).* – с. 118-123
7. Ломоносова М. В. *Бухгалтерский учет: Учеб. пособие./ М. В. Ломоносова – М.: Экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова, 2018. — 100 с.*

МРНТИ 72.75.39

А.Т.Исаева¹

А.Е.Жүнісова¹

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

ЖАҢА ӨНІМДЕРГЕ МАРКЕТИНГТІК ЗЕРТТЕУЛЕР ЖҮРГІЗУ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ

Аңдатпа

Қазіргі уақытта көптеген компаниялар нарықтық зерттеулерді бір немесе басқа түрде тұрақты түрде жүргізеді. Маркетинг түсінігі бірнеше міндеттермен анықталады. Ол пайда болған сәттен бастап бүгінгі күнге дейін өнімді өндіру және өткізу жағдайларының өзгеруіне байланысты өзгерді. Қазіргі кезде маркетинг – бұл жоғары пайда алу мақсатында нақты тұтынушылардың сұраныстары мен нарықты жан-жақты зерттеу негізінде тауарды өндіру, әзірлеу және өткізу бойынша кәсіпорынның барлық қызметін ұйымдастыру жүйесі. Басқаша айтқанда, қазіргі заманғы маркетинг жүйесі тауар өндірісін тұтынушылардың қажеттіліктеріне тәуелді етеді.

Мақалада жаңа өнімді шығарудағы маркетингтің ерекшеліктері мен түрлері, маркетингтік зерттеулердің алатын орны жазылған. Жаңа өнімге деген тұтынушылардың талаптарын орындау арқылы компанияның табыс табуға бағытталған өнімдерінің маңызын көре аламыз.

Түйін сөздер: маркетинг, сұраныс, кәсіпорын, тиімді маркетинг, статистика, эксперимент

А.Т.Исаева¹

А.Е.Жүнісова¹

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

ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ НОВЫХ ПРОДУКТОВ

Аннотация

В настоящее время многие компании регулярно в той или иной форме осуществляют рыночные исследования. Понятие маркетинга определяется несколькими задачами. С момента появления и до наших дней оно менялось в зависимости от изменений условий производства и реализации продукции. На данный момент маркетинг - это система организации всей деятельности фирмы по производству, разработке и сбыту товаров на основе реальных запросов покупателей и комплексного изучения рынка с целью получения высокой прибыли. Другими словами современная система маркетинга ставит производство товаров в зависимость от запросов потребителей.

В статье описаны особенности и виды маркетинга при производстве новой продукции, место маркетинговых исследований. Мы видим важность продуктов компании, направленных на получение дохода за счет удовлетворения требований клиентов на новые продукты.

Ключевые слова: маркетинг, спрос, предприятие, эффективный маркетинг, статистика, эксперимент.

А.Т.Issayeva¹

А.У.Жунисова¹

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

FEATURES OF MARKETING RESEARCH OF NEW PRODUCTS

Abstract

Currently, many companies regularly carry out market research in one form or another. The concept of marketing is defined by several tasks. From the moment of its appearance to the present day, it has changed depending on changes in the conditions of production and sale of products. At the moment, marketing is a system for organizing all the activities of a company in the production, development and marketing of goods based on real customer requests and a comprehensive study of the market in order to obtain high profits. In other words, the modern marketing system makes the production of goods dependent on the needs of consumers.

The article describes the features and types of marketing in the production of new products, the place of marketing research. We see the importance of the company's products aimed at generating revenue by meeting customer requirements for new products.

Key words: marketing, demand, enterprise, effective marketing, statistics, experiment.

Маркетингтік талдау кәсіпорынның жұмысындағы қиындықтар мен әлсіз жақтарды және тартымды мүмкіндіктерді анықтау мақсатында кәсіпорынның нарықтары мен сыртқы ортасын анықтайды және бағалайды. Тиімді маркетинг іс-шаралар жоспарын жасаудың алғы шарты болып табылады және ол оларды орындау процесінде де жүзеге асырылады. Оны өндірістік кәсіпорындар, қызмет көрсету ұйымдары, сауда ұйымдары және жеке тұлғалар да пайдаланады. Сондықтан маркетинг мұндай біртұтас, әмбебап ұғым емес, керісінше оны қолдану жағдайлары мен мүмкіндіктеріне және ұйым түріне бейімделуді талап ететін жүзеге асыру әдістеріне бағытталған [1].

Кәсіпорын маркетингтік зерттеулерді екі бағытта жүргізеді: оны шығару мүмкіндігін бағалау және тауар өндіру үшін нарық сегментін іздеу. Нарықтық сұранысқа назар аудару келесі мәселелерді шешеді [2]:

Кәсіпорын пайда табу үшін тауарлардың ассортиментін өндіріп, сата алады,
Тұтынушыларды қызықтыратын өнімдер ассортименті,
Тауарларды сатудағы ерекше жағдайлар,
Тиісті өнімді өткізуге қажетті ресурстардың көлемі,
Белгілі бір тауарларға нарықтық сұраныс көлемі.

Маркетингтік зерттеулер оңтайлы өткізу нарығын құруға, жоспарлауды жүзеге асыруға мүмкіндік береді, сондықтан негізді, нәтижелерге сүйене отырып, біз нарықтық жағдайлардың дамуын болжау және нарыққа маркетингтік әсер ету шараларын әзірлеу деп қорытынды жасауға болады. компанияның маркетингтік және кәсіпкерлік қызметінің тиімділігін және стратегиялық мақсаттарды жүзеге асыру үшін бизнес бағыттарын алу.

Маркетингтік зерттеулер компанияның басқару аппараты мен топ-менеджментінің білікті сипаттағы шешімдерді қабылдауы үшін іс жүзінде негізделген негіз жасайды.

Маркетингтік зерттеулер әртүрлі мәселелерді шешу үшін ұйымдық типтер бойынша қолданылады: шағын бизнес, ірі корпорациялар, өндірістік кәсіпорындар, технологиялық компаниялар, интернет-дүкендер, қызмет көрсету салаларында, коммерциялық емес ұйымдарда және т.б.

Маркетингтік зерттеулердің негізгі мақсаты - нақты жағдайды көрсететін объективті, нақты ақпарат беру. Зерттеу саяси немесе жеке мүдделерден ада, бейтарап жүргізіледі. Саяси немесе жеке пайданы көздеген уәжді зерттеулер кәсіби нормаларды бұзады. Зерттеудің бастапқы бағыты алдын ала анықталған нәтижелерге әкеледі [3].

Маркетингтік зерттеулер мыналарды қамтиды: осы ақпаратты жинау, анықтау, талдау, пайдалану және тарату. Процестің әрбір қадамы маңызды. Бірақ маркетингтік зерттеу процесінің өзі 6 кезеңнен тұратын әрекеттерді білдіреді, олардың әрқайсысының өз міндеті бар. Соның ішінде мәселені шешу тәсілін әзірлеу, проблемаларды анықтау, зерттеу жоспарын құру, деректерді дайындау және талдау, далалық жұмыстарды жүргізу, есепті дайындау және ұсыну.

Технологияның дамуының алты кезеңі мен маркетингтік зерттеулердің бағыттары бар. 1880 - 1920 жж – статистикалық саланың кезеңі. Бұл кезеңде халықпен жұмыстың есеп формаларының маңызы арта түсті. Әзірленген сауалнама әдістерін алды. Герман. Бюро қызметкері Холлерит мәліметтерді кестелеуді автоматтандыратын перфорацияланған қағаз карталарын ойлап тапты.

1920 - 1940 жж – кездейсоқ таңдау әдісінің, мінез-құлық және сауалнама әдістерінің даму кезеңі. Бұл нарық зерттеушілері сауалнамалар үшін популяцияларды тиімді іріктеу және жақсырақ сауалнамалар әзірлеу тәжірибесіне ие болды.

1940 - 1950 жж – компания басшылығында қызығушылықтың пайда болу кезеңі. Нарықты зерттеуді компания басшылары ақпарат жинау процесі ретінде емес, шешім қабылдау процесін жетілдіру құралы ретінде қарастыра бастады. Дәл осы сәттен бастап күнделікті өмірге «нарықты зерттеу» ұғымы енгізіледі.

1950 - 1960 жж – эксперимент кезеңі. Маркетинг зерттеушілері маркетинг мәселесіне қатаң ғылыми көзқарас пен нақты әдістерді қолдана бастады.

1960 - 1970 жылдар – сандық әдістер және компьютерлік талдау кезеңі. Мамандар өз назарын математикалық модельдерді құруға, маркетингтік шешімдерді қабылдауға және ақпараттық маркетинг пен шешім қабылдау процесін талдау үшін компьютерлік технологияларды қолдануға аудара бастады.

1970 – бірақ қазіргі уақыт – тұтынушылардың кезекте тұру теориясының даму кезеңі. Тұтынушының мінез-құлқын түсіндіру және болжау мақсатын көздейтін тұжырымдамаларды сапалы зерттеу және жетілдіру әдісінің кезеңі [4].

Нарықты зерттеу жасырын немесе болашақта пайда болуы мүмкін проблемаларды анықтау үшін жүргізіледі. Маркетингтік зерттеулердің негізгі бағыты: тауар, нарық, тұтынушы, баға, бәсекелестер, өнімді бөлу, тауар нарығының инфрақұрылымы, коммуникациялық байланыстар, ішкі орта, делдалдар, жоспарлы маркетингтік сауданы ұйымдастыру және кәсіпорындағы жоспарлау процесінің өзі, көрсетілетін қызметтер, меншікті тренд және т.б.

Нарық жағдайында маркетингтік зерттеулер субъектілері мен объектілері – нарықтық қатынастарға қатысушылардың кең ауқымын қамтиды, бұл маркетингтік зерттеулердің бағыттарының ауқымы жеткілікті кең және әртүрлі екенін білдіреді.

Кәсіпорынның маркетингтік қызметінің стратегиясы мен тактикасын жүзеге асыру мен таңдауда қолданылатын нақты бағытты зерттеу нарықты зерттеу қызметін атқарды.

Маркетингтік зерттеулер маркетингтік зерттеулердің жалпы бағыты болып табылады. Кәсіпорын қызметін анықтау мақсатында нарық конъюнктурасы туралы мәліметтер алу мақсатында қызметкерлер. Мамандар нарықты зерттеусіз ажыратады, бұл нарықты таңдауға, болжауға, сату көлемін анықтауға, нарықтық қызметті жоспарлауға байланысты маңызды шешімдер қабылдау үшін қажетті барлық ақпаратты жүйелі түрде жинау, салыстыру және талдау мүмкін емес.

Объектілері болып ғылыми-техникалық, экономикалық, экологиялық, демографиялық, заңнамалық және басқа факторлардың өзгерістерін талдауды қамтитын нарықтың даму процестері мен тенденциялары табылады. Олар сондай-ақ оның құрылымын, географиясын, сыйымдылығын, сату динамикасын, бәсекені, мүмкіндіктер мен тәуекелдерді және ағымдағы нарықтық жағдайды зерттейді. Нарықты зерттеудің негізгі нәтижесі оның дамуының болжамы, табыс факторларының негізгі анықтауы, нарықтық үрдістерді бағалау болып табылады. Жаңа нарықтарға шығудың тиімді мүмкіндіктері мен бәсекелестік саясатты жүргізу жолдары да айқындалған. Нарықты сегменттеу жүзеге асырылады, сондықтан ол мақсатты нарық пен нарық тауашаларын таңдау болып табылады [5].

Ұйымдар көбінесе салада бәсекеге қабілетті болу үшін жаңа өнімді әзірлеуге тәуелді.

Процесс қиын және жиі ұзақ болуы мүмкін болғанымен, жаңа өнімдер мен қызметтер ұйымдарға өсіп, нарықтық ауқымын одан әрі кеңейтуге мүмкіндік береді.

Жаңа өнімдердің шамамен 40% сөрелерге ешқашан түспейтіндіктен, нарықты зерттеудің бұл түрі міндетті болып табылады.

Зерттеу тұтынушылардың қалауын анықтайды, ұйымыңызға соңғы пайдаланушы тәжірибесін түсінуге мүмкіндік береді және мақсатты аудиторияның «қалаулары» мен «қажеттіліктеріне» басымдық береді.

Сайып келгенде, өнімді әзірлеу процесінде нарықтық зерттеулер жүргізу нарық сұранысын өлшеу және түпкілікті өнімнің пайдаланушының талаптарына сәйкес келуін қамтамасыз ету үшін өте маңызды.

Бұған мыналар кіреді:

- Сату өкілдері;
- Көшбасшылық командалар;
- Тұтынушыларды қолдау топтары;
- Дистрибьюторлар;
- Инженерлер;
- Маркетинг.

Барлау зерттеулері кез келген ұйым үшін жақсы бастама болып табылады. Жаңа өнімді әзірлеудегі ең маңызды қадамдардың бірі, ол ұйым тұжырымдаманы тестілеудің бастапқы кезеңдерінде болса да құндылықты қамтамасыз етеді.

Зерттеудің бұл түрі тұтынушылардың ағымдағы қанағаттануын түсінуге мүмкіндік береді және ағымдағы өнім/қызмет ұсыныстарын оңтайландыру мен маркетингке бағыт береді.

Дегенмен, бұл зерттеудің негізгі мақсаты нарықтың жалпы қажеттіліктерін түсіну және ұйымыңыз үшін жаңа өнім немесе қызмет мүмкіндіктерін анықтау болып табылады.

Көптеген нарықтық зерттеулер әдетте соңғы пайдаланушыға бағытталғанымен, басқа мүдделі тараптардың да қатысуы қажет екенін ескеру маңызды.

Барлау зерттеулерін жүргізгеннен кейін (ресми немесе бейресми) ұйым нарықтағы қажеттілікті анықтады және тұтынушыларды қызықтыратын жаңа өнімді әзірлеуге кіріседі.

Жаңа өнімді тестілеуді зерттеудің негізгі мақсаты - сіздің мақсатты аудиторияңыздың жаңа өнімді бағалауы және өнімнің олардың қажеттіліктеріне сәйкес келетініне көз жеткізу.

Өйткені, өнімнің 70-80% дейін өнім шығарылғанға дейін істен шығады. Бұл зерттеу өнім аяқталмай, нарыққа шыққанға дейін жасалуы тиіс өзгерістер туралы түсінік береді. Ол сондай-ақ маркетингтік түсініктер арқылы өнімді шығаруды бағыттауға көмектеседі.

Маркетингтік зерттеулер уақыт кеңістігінде дәйекті түрде дамитын күрделі иерархиялық құрылымды процесс деген қорытынды жасауға болады. Маркетингтік зерттеулердің баспасөз құрылымдарына да әртүрлі көзқарастар бар; Маркетингтік зерттеулердің негізі – ондағы жағдайға әсер етудің заманауи құралдарын шебер қолдана білу және нарықты терең білу.

Қолданылған әдебиеттер тізімі

1. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. / Г.Л. Азоев - М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. - 208 б
2. Багиев Г.Л., Тарасевич В.М., Анн Х. Маркетинг: Учебник / Под ред. Г.Л.Багиева. - М.: Экономика, 2000. – 218 б
3. Дурович А.Л. Маркетинг предпринимательской деятельности./ А.Л. Дурович - Минск: НПЖ«Финансы, учет аудит», 2004. 462 с
4. Маркетинг: Учебник / Под ред.А.Н. Романова. - М.: ЮНИТИ, 2005. – 440 б
5. Кретов И.И. Маркетинг на предприятии. / И.И. Кретов - М.: Финстатинформ, 2000. - 181 б.

МРНТИ 82.33.13

Хань Люинь¹

У.К. Джакишева¹

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

РЕАЛИЗАЦИЯ ЦЕЛЕЙ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ В КОМПАНИЯХ

Аннотация

В условиях современной глобализации процессов и циклических колебаний экономики концепция устойчивого развития предприятий становится особенно актуальной. Эффективное функционирование отрасли напрямую зависит от реализации хозяйствующими субъектами механизма устойчивого развития. Устойчивое функционирование предприятий – это, во-первых, залог сбалансированности системы субъекта хозяйства, во-вторых, ключевой фактор продовольственной независимости государства. Более того, это гарантия надежности прямых и обратных связей, показатель гибкости и адаптации к изменениям внешней и внутренней среды. В настоящее время, все большее количество компаний обращаются к стратегии устойчивого развития, и интегрируют ее в свою деятельность. Стратегия устойчивого развития – это инструмент, обеспечивающий долгосрочное развитие компании за счет выстраивания нового взаимодействия с окружающей средой. При этом это стратегия

создания новых возможностей защиты природы на основе специально ориентированного, управляемого экономического роста. Это стратегия, реализация которой предполагает широкое международное сотрудничество и активное участие общественности, всех основных групп населения.

Ключевые слова: менеджмент, устойчивое развитие, стратегии устойчивого развития, цели устойчивого развития, предприятия, конкурентное преимущество

*Хань Люинь*¹

*У.К. Джакишева*¹

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

КОМПАНИЯЛАРДА ТҰРАҚТЫ ДАМУ МАҚСАТТАРЫН ЖҮЗЕГЕ АСЫРУ

Аңдатпа

Процестердің заманауи жаһандануы және экономикадағы циклдік ауытқулар жағдайында кәсіпорындардың тұрақты даму тұжырымдамасы ерекше өзекті бола бастады. Саланың тиімді жұмыс істеуі шаруашылық субъектілерінің тұрақты даму механизмін жүзеге асыруына тікелей байланысты. Кәсіпорындардың тұрақты жұмыс істеуі, біріншіден, шаруашылық жүргізуші субъектінің теңгерімді жүйесінің кепілі болса, екіншіден, мемлекеттің азық-түлік тәуелсіздігінің негізгі факторы болып табылады. Оның үстіне бұл тікелей және кері байланыстардың сенімділігінің кепілі, сыртқы және ішкі ортаның өзгерістеріне икемділік пен бейімделу көрсеткіші. Қазіргі уақытта тұрақты даму стратегиясына бет бұрып, оны өз қызметіне біріктіретін компаниялардың саны артып келеді. Тұрақты даму стратегиясы қоршаған ортамен жаңа өзара әрекеттесу құру арқылы компанияның ұзақ мерзімді дамуын қамтамасыз ететін құрал болып табылады. Оның үстіне, бұл арнайы бағытталған, басқарылатын экономикалық өсу негізінде табиғатты қорғаудың жаңа мүмкіндіктерін құру стратегиясы. Бұл кең халықаралық ынтымақтастықты және қоғамның, халықтың барлық негізгі топтарының белсенді қатысуын көздейтін стратегия.

Түйін сөздер: менеджмент, тұрақты даму, тұрақты даму стратегиялары, тұрақты даму мақсаттары, кәсіпорындар, бәсекелестік артықшылық

*Han Luyin*¹

*Dzhakisheva W.K.*¹

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

IMPLEMENTING THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS IN COMPANIES

Abstract

In the context of modern globalization of processes and cyclical fluctuations in the economy, the concept of sustainable development of enterprises becomes especially relevant. The effective functioning of the industry directly depends on the implementation of the mechanism of sustainable development by economic entities. The sustainable functioning of enterprises is, firstly, a guarantee of a balanced system of a business entity, and secondly, a key factor in the food independence of the state. Moreover, it is a guarantee of the reliability of direct and feedback links, an indicator of flexibility and adaptation to changes in the external and internal environment. Currently, an increasing number of companies are turning to a sustainable development strategy and integrating it into their activities. The sustainable development strategy is a tool that ensures the long-term

development of the company by building a new interaction with the environment. Moreover, this is a strategy for creating new opportunities for protecting nature on the basis of specially oriented, managed economic growth. This is a strategy, the implementation of which involves broad international cooperation and active participation of the public, of all major groups of the population.

Keywords: management, sustainable development, sustainable development strategies, sustainable development goals, enterprises, competitive advantage

В управлении предприятием в современных условиях как и прежде важное значение имеет влияние различных факторов внешнего окружения. На отдельные факторы предприятие имеет возможность воздействовать с целью сохранения конкурентных преимуществ и занимаемых позиций, в то время как другие факторы необходимо принимать во внимание в связи с тем, что они могут оказывать воздействие как положительно, так и отрицательно влияя на возможности компании успешно реализовать бизнес-задачи. Среди таких факторов внешнего воздействия рассматриваются природные факторы и экологические факторы, обеспечивающие устойчивое развитие.

Глобальные проблемы — общее название ряда проблем, порожденных современной цивилизацией, от решения которых зависят устойчивость ее развития и более того — ее выживание. Глобальные проблемы, во-первых, обусловлены общемировыми тенденциями развития человечества в Новое время, т.е. действиями, в которые в XX в. оказалось вовлечено практически все человечество, хотя первоначально они направлялись стереотипами социально-экономического поведения и ценностными установками, господствовавшими в западноевропейских странах; во-вторых, они имеют принципиальное значение для развития всех и каждого; в-третьих, их решение требует согласованных усилий всех стран и народов мира. Существование глобальных проблем было осознано в середине 1960-х годов, тогда же они стали предметом научных исследований и широких дискуссий в развитых странах [1].

К глобальным экологическим проблемам нередко относят проблемы дефицита и истощения природных ресурсов — ископаемых, биологических, пресной воды. Это правомерно лишь в той степени, в какой ресурсообеспеченность зависит от состояния окружающей среды. Такая зависимость не слишком значительна в случае невозпроизводимых ресурсов (в частности, ископаемых), велика для биологических ресурсов (хотя основная угроза в этом случае — переэксплуатация) и критична для пресной воды. Природные процессы возобновления ресурсов пресной воды зависят от уже названных глобальных экологических проблем — химического загрязнения, обезлесения, опустынивания, а также от переэксплуатации водных ресурсов. Средство решения глобальных экологических проблем только одно: сокращение антропогенного воздействия на биосферу до уровня, при котором сохраняется способность биосферы к воспроизводству здоровой окружающей среды. Это может быть достигнуто экологизацией производства, рационализацией потребления, что, в свою очередь, в полной мере осуществимо лишь при изменении системы ценностей человека, его деятельностных ориентаций и стереотипов поведения. Этот последний вывод — относительно необходимости изменений именно в человеческом сознании — справедлив в равной мере для всех экологических проблем. Однако целесообразные изменения в общественном сознании сами собой в современном мире не наступят. Для их осуществления необходима планомерная, постоянная, целенаправленная работа как в сфере воспитания, образования, культуры, так и в материальной сфере. Прогрессивные сдвиги в материальной сфере важны и сами по себе — в конечном счете именно они сократят воздействие на окружающую среду, обеспечат разумное благосостояние всем жителям Земли и т.д., и в качестве важнейшей составляющей

воспитания и обучения, без них любые проповеди будут восприниматься как далекие от реальной жизни. Концепция устойчивого развития — это теоретическая основа работы по решению глобальных проблем современности в обоих направлениях — как в духовной, так и в материальной сфере.

Английский термин *sustainable development*, который впоследствии был переведен на русский язык как устойчивое развитие, первоначально появился в природопользовании. Раньше всех — в середине XX в. — это словосочетание использовали канадские специалисты по регулированию рыболовства. Так они назвали систему эксплуатации рыбных ресурсов, при которой эти ресурсы не истощаются, вылов соответствует возможностям простого воспроизводства популяции рыб. Но еще за 100 лет до канадских рыболовов ту же идею, но применительно к другим ресурсам и на другом языке выдвинули немецкие лесоводы: они имели в виду такую систему эксплуатации лесов, при которой лес сохраняется, вырубка не превосходит естественного прироста и лесосеки организованы таким образом, что лесная экосистема воспроизводится без потерь если пользоваться современной терминологией [2].

Понятие устойчивое развитие рассматривается прежде всего для цивилизации в целом, для человечества как базовое, для всех же систем более низких уровней «подсистем» цивилизации его понимание должно быть производным по отношению к базовому. Предположим, что развитие цивилизации в сколько-нибудь обозримый период времени является устойчивым, если оно сохраняет некий инвариант, т.е. не меняет, не подвергает угрозе какое-либо свойство, объект, отношение, ограничение имеются и другие подходящие к случаю слова. Конечно, речь должна идти не о чем-то малосущественном, а о самых главных аспектах существования системы, устойчивость развития которой нас интересует. И важнейшая проблема состоит именно в выявлении главного для данной системы — цивилизации, того, что при любых «поворотах» должно быть сохранено, а кроме того, надо описать множество рассматриваемых изменений. Главное для цивилизации — выживание; и не только для человечества, для цивилизации, но и для любой другой системы, заданной биологически, т.е. через жизнь, недаром использовано слово выживание, произведенное от того же корня. Что касается изменений, при которых выживание должно быть инвариантом, то это те изменения, которые вызываются действиями людей, или те внешние влияния, которые могут быть предотвращены, хотя бы ослаблены в результате их действий.

К возникновению концепции устойчивого развития человечество подвели предпосылки, которые можно разделить на экологические (исчерпание природных ресурсов, загрязнение окружающей среды, исчезновения видов флоры и фауны), экономические (экспансивное поведение бизнеса, безответственное производство и потребление, безработица) и социальные (мировая бедность, экстремизм, ущемление прав меньшинств, рост населения). Формирование общества потребления, господство общества потребления, проблема «Север-Юг», господство ресурсоразрушающих технологий – все это стало тем самым триггером, который привел к созданию «Римского клуба». Разработать научно-математическую модель для наглядного представления развития общества было предложено Джей Райту Форрестеру в 1970 году. Он разработал модель, состоящую из сорока линейных уравнений, описывающих связь между представленными переменными. На смену подвергавшейся многократной критике модель «Мир-1» пришла модель «Мир-2», в которой были устранены некоторые погрешности и ошибки. «Мир-1» и «Мир-2» стали первыми обоснованными компьютерными моделями, предназначенными для исследования тенденций мирового развития на долгосрочную перспективу.

На сегодняшний день, во многих странах созданы национальные проекты показателей достижения ЦУР ООН. Согласно Федеральной службе государственной статистики, проект перечня национальных показателей достижения ЦУР разработан в соответствии с

резолюцией Генеральной Ассамблеи ООН A/RES/71/313 от 6 июля 2017 года по разработке национальных наборов показателей ЦУР, исходя из национальных приоритетов, местных условий и имеющегося статистического потенциала. Национальный набор показателей ЦУР предназначен для осуществления контроля за достижением целей устойчивого развития на национальном уровне. В нем отражены национальные особенности и учтены задачи [3].

Можно сделать вывод о выделении нескольких этапов становления устойчивого развития, начиная с середины прошлого века и по наши дни. Первый этап – предпосылки становления, когда все больше людей начало задумываться о вещах, которые угрожают существованию планеты. Второй этап – формирования «Римского клуба», организации международных конференций и распространение идей о проблемах для широкой публики. Третий этап – после 1983 года, который ознаменовался учреждением Всемирной комиссии по окружающей среде и развитию, докладом «Наше общее будущее» 1987 года, в котором впервые были даны направления к решению глобальных проблем на основе учета всех аспектов. Именно этот доклад дал определение термину «устойчивое развитие». Четвертый этап – важнейшие документы для развития концепции устойчивого развития – «Глобальный договор» и «Декларация тысячелетия», показывающие промежуточные результаты работы мирового сообщества над устойчивым развитием. И пятый современный этап – ЦУР ООН, как продолжение целей, которые были сформулированы в Декларации тысячелетия, и подразумевающие собой ликвидацию нищеты, защиту прав человека, обеспечение гендерного равенства и равенства между странами, а также борьбу с изменением климата. Эти цели являются комплексными и неотделимыми друг от друга, а также обеспечивают сбалансированность всех трех компонентов устойчивого развития: экономического, социального и экологического

Обращаясь к вопросу о принципах устойчивого развития, наиболее распространенными и цитируемыми считаются принципы, изложенные в Декларации по окружающей среде и развитию, а также в материалах XIX специальной сессии Генеральной Ассамблеи ООН. Каждый из 27 принципов направлен на создание баланса между социумом, экономикой и экологией, а также на определение места государства в процессе устойчивого развития. В научном обществе существует мнение, что принципы устойчивого развития можно классифицировать таким образом: принципы как базовые положения концепции (принципы первого порядка) и принципы как стратегические направления (принципы второго порядка).

К принципам первого порядка можно отнести принцип ответственности перед будущими поколениями, включающий в себя справедливое удовлетворение потребностей и равенство возможностей развития. В эту же категорию возможно отнесение принципа о доступности здоровой и плодотворной жизни в гармонии с природой для всех людей. Обобщенный принцип, гласящий о том, что потребление, производство и любая иная экономическая деятельность должны развиваться сбалансированно, в рамках коэволюции общества и природы, также может быть отнесен к базовым принципам устойчивого развития. Важно отметить принцип справедливости, который до недавнего времени определялся как соответствие между действиями людей и их общественным признанием, но приведенный ранее принцип равенства возможностей для нынешних и будущих поколений требует его распространения на будущие поколения. Принципы второго порядка могут рассматриваться каждым государством индивидуально, в общем виде сюда можно отнести принцип неотрывности рассмотрения устойчивого развития защита окружающей среды и общего процесса развития, а также принципы триединого подхода. Социально – экономическое и экологическое развитие

должно использоваться для значительного улучшения качества жизни людей и условий их жизнедеятельности, без вреда экосистеме. Сюда же представляется возможным отнесение принципа 5: искоренения бедности — необходимого условия устойчивого развития.

Очевидно, что существенные разрывы в доходах населения являются ограничением устойчивого развития, поскольку низким слоям населения приходится думать о простом физическом выживании, нежели о разумном потреблении. Помимо этого, к стратегическим принципам относится принцип обучения граждан, и обеспечения доступности к информации, касающейся окружающей среды и устойчивого развития. В процессе реализации основных идей устойчивого развития возрастает значение вопросов рационализации масштабов и структуры личного потребления населения, поэтому принцип поощрения рационального использования также можно отнести к стратегическому. Ведущая роль в создании условий, обеспечивающих реализацию задач и целей устойчивого развития, принадлежит государству, поэтому оно должно налаживать устойчивое международное сотрудничество и глобальные партнерства с целью повышения эффективности перехода к устойчивому развитию, которое не может быть осуществлено каждой страной отдельно. Помимо вышеупомянутой классификации 27 принципов, в настоящее время существуют и принципы устойчивого развития, получившие международное признание в результате доклада Комиссии Брундтланд (1987). Эти принципы заключаются в следующем [3]:

1. Справедливость между поколениями;
2. Использование и сохранение природных ресурсов;
3. Защита окружающей среды;
4. Принцип предосторожности;
5. Принцип «загрязнитель платит»;
6. Принцип ответственности за помощь и сотрудничество;
7. Искоренение нищеты.

По нашему мнению, представляется возможным обобщение двух представленных классификаций принципов устойчивого развития. Как один из вариантов, мы можем предложить следующее: Принцип справедливости и равенства: данный принцип должен предполагать учет двух основных аспектов – равенство внутри поколения и равенство между поколениями. Более того, следует учитывать закрепленное право каждого поколения пользоваться культурными и природными ресурсами прошлого поколения, а также сохранять такое наследие для будущих поколений. Принцип интеграции: в смысл данного принципа заключается в объединении социального, экономического, экологического, а также гуманитарного-правового аспектов

Принцип сохранности и защиты: этот принцип требует, чтобы природные ресурсы Земли были использованы таким образом, чтобы они могли быть сохранены и расширены для будущего поколения. Для укрепления устойчивого развития необходим эффективный механизм защиты окружающей среды. Поэтому существует необходимость в разработке методов и технологий, которые могут потребовать минимального использования природных ресурсов, а также их восстановления и преумножения. Принцип эффективного управления: данный принцип описывает прозрачное и ответственное управление всеми ресурсами (социальными, экономическими и экологическими), учет социальных, политических и экономических приоритетов, с целью справедливого и устойчивого развития. В данный принцип должен сбалансировать соблюдение правовых норм, норм права человека, закона и др.

Рассматривая концепцию устойчивого развития, нельзя обойти стороной цели устойчивого развития. Повестка дня на период до 2030 года является межправительственным соглашением, которое предназначено для руководства глобальными усилиями в области устойчивого развития в течение следующих пятнадцати лет (с 2015 по 2030 гг.). В рамках Повестки была создана открытая рабочая группа, состоящая из представителей 70 стран, а центральным пунктом являлись Цели устойчивого развития ООН (ЦУР ООН). Данные цели

пришли на замену целям развития тысячелетия, на завершение того, что не было достигнуто ранее.

В частности можно рассмотреть содержание отдельных целей устойчивого развития ООН (ЦУР):

Цель 1: Повсеместная ликвидация нищеты во всех ее формах. Данная цель предполагает активную борьбу с нищетой в странах Восточной и Юго-Восточной Азии, а также в Африке и к югу от Сахары. Очевидно, что борьба с нищетой должна быть приоритетом для всех стран, даже для тех, где нищета имеет низкий уровень. Помимо экономического роста, обеспечивающего стабильный уровень занятости, следует обратить внимание на различные виды социальной защиты.

Цель 2: Ликвидация голода, обеспечение продовольственной безопасности и улучшение питания, и содействие устойчивому развитию сельского хозяйства. В рамках данной цели рассматриваются вопросы истощения и деградации биосферы, а также климатические изменения, которые ударяют по стабильности жизни населения. Несмотря на то, что на данный момент человечество имеет достаточное количество запасов пресной воды, идеальные сельскохозяйственные условия, а также биологическое разнообразие, в будущем, при неправильном использовании, этого может быть недостаточным для развития новых поколений.

Цель 3: Обеспечение здорового образа жизни и содействие благополучию для всех в любом возрасте. Обеспечение устойчивости здорового образа жизни является главным условием увеличения продолжительности жизни и борьбы со смертностью. Ключевым аспектом в борьбе с распространением заболеваний, является финансовый аспект. Укрепление данного аспекта позволит развить такие области, как санитария, гигиена и доступность медицинских услуг, а также образование в сфере борьбы с загрязнением воздуха.

Цель 4: Обеспечение всеохватного и справедливого качественного образования и поощрение возможности обучения на протяжении всей жизни для всех. Данная цель в большей степени касается развивающихся стран, где все еще вопрос доступности образования стоит достаточно остро. Решение задач в рамках данной цели могут способствовать повышению доступности образования, созданию пригодных учебных заведений, а также повышению общего количества квалифицированного педагогического персонала [3].

Цель 5: Обеспечение гендерного равенства и расширение прав и возможностей всех женщин и девочек — это необходимое условие для создания мира с нулевым голодом, в котором все женщины и мужчины, девочки и мальчики могут осуществлять свои права человека, в том числе право на достаточное питание. Несмотря на то, что в 21 веке в развитых странах вопрос гендерного равенства решен, а его нарушение ведет за собой широкий общественный резонанс, в развивающихся странах он является актуальным.

Цель 6: Обеспечение наличия и рационального использования водных ресурсов и санитарии для всех. Варварская и непродуманная экономика, а также слабая инфраструктура лишает доступа к водным ресурсам миллионы людей несмотря на то, что запасов пресной воды на планете достаточно для спокойного существования. Многие предприятия, считают для себя Цель 6 наиболее приоритетной для решения, поскольку ухудшение водной ситуации неминуемо повлечет за собой проблемы продовольственного характера. Особенно это может иметь значение для нефтедобывающего сектора, вносящего значительный вклад в загрязнение экологии.

Цель 7: Обеспечение всеобщего доступа к недорогим, надежным, устойчивым и современным источникам энергии для всех. Доступность к энергоснабжению, а именно: увеличение доли возобновляемых источников энергии, повышение энергоэффективности,

активизация межстранового сотрудничества по вопросам исследований и технологий в области экологически чистой и возобновляемой энергетики, и энергоэффективности, являются ключевыми задачами для решения в рамках данной цели.

Цель 8: Содействие поступательному, всеохватному и устойчивому экономическому росту, полной и производительной занятости и достойной работе для всех. Поддержка стабильного экономического роста, повышение производительности труда (посредством технической и инновационной модернизации), содействие проведению ориентированной на развитие политики – это ключевые задачи, которые ставит ООН перед странами.

Цель 9: Создание стойкой инфраструктуры, содействие всеохватной и устойчивой индустриализации и инновациям. Для создания стойкой инфраструктуры следует активно содействовать всеохватной и устойчивой индустриализации, повысить уровень занятости в промышленности и долю промышленного производства в валовом внутреннем продукте. Помимо этого, создать условия финансовой, технологической и технической поддержки африканских стран, наименее развитых стран, развивающихся стран.

Цель 10: Сокращение неравенства внутри стран и между ними. Одним из самых ярких неравенств – является неравенство доходов. С каждым годом разрыв в доходах между странами имеет тенденцию к сокращению, однако внутри стран неравенство доходов растет. Для борьбы с этим явлением всем странам рекомендована политика, выстроенная на принципе всеобщности, то есть экономическая политика, политические и социальные стратегии должны нести всеобщий характер и гарантировать равный доступ к возможностям для всех.

Цель 11: Обеспечение открытости, безопасности, жизнестойкости и экологической устойчивости городов и населенных пунктов. Под эффективным планированием и управлением предполагается: эффективное использование ресурсов, уменьшение уровня загрязнения, доступность основных услуг, а также сохранение всемирного культурного и природного наследия. Стоящие перед городами проблемы могут решаться по ходу поступательного развития и роста за счет более эффективного использования ресурсов.

Цель 12: Обеспечение перехода к рациональным моделям потребления и производства. Потребление природных ресурсов растет быстрыми темпами, большинство государств неизбежно сталкиваются с проблемами загрязнения воздуха, водных ресурсов и почвы. Данная цель предполагает поощрение и стимулирование отраслей, предприятий и потребителей, использующих энергоэффективные ресурсы, а также способы утилизации токсичных отходов и загрязняющих веществ.

Цель 13: Принятие срочных мер по борьбе с изменением климата и его последствиями. Как уже говорилось ранее, рост спроса провоцирует рост предложения и производства, что в свою очередь создает негативный экологический эффект, связанный с изменением климата. Ключевым фактором, влияющим на изменение климата, являются выбросы парниковых газов, которые повышают среднюю температуру Земли. Поскольку изменение климата неминуемо сказывается в том числе и на экономике, данная цель включена в список приоритетных для решения.

Цель 14: Сохранение и рациональное использование океанов, морей и морских ресурсов в интересах устойчивого развития. Загрязнение окружающей среды, изменение климата и нерациональное использование ресурсов неминуемо сказались и на акватории планеты. Устойчивость открытого океана и глубокого моря может быть достигнута только посредством международного сотрудничества по защите уязвимой среды обитания.

Цель 15: Защита и восстановление экосистем суши и содействие их рациональному использованию, рациональное лесопользование, борьба с опустыниванием, прекращение и обращение вспять процесса деградации земель и прекращение процесса утраты

биоразнообразия. Экосистема суши играет самую важную роль в устойчивой жизни человека, это источник многочисленных ресурсов питания.

Цель 16. Содействие построению миролюбивого и открытого общества в интересах устойчивого развития, обеспечение доступа к правосудию для всех и создание эффективных, подотчетных и основанных на широком участии учреждений на всех уровнях. Для создания адекватных и мирных условий существования общества необходима справедливая система правосудия. Общемировая практика показывает, что судебные органы и органы защиты являются наиболее коррумпированными среди иных государственных учреждений. Отсутствие свободного доступа к правосудию, а тем более его коррумпированность, провоцирует усиление неразрешенности конфликтов, а также порождает все большее насилие.

Цель 17: Укрепление средств осуществления и активизация работы в рамках Глобального партнерства в интересах устойчивого развития. По мнению Организации Объединённых Наций налаженные партнерские отношения между государством, частным сектором, гражданским обществом и населением – является ключевым фактором реализации всех ЦУР ООН. Такие отношения должны быть построены на общем видении целей, удовлетворяющих всем интересам человечества и планеты а целом. Чтобы обеспечить эти партнерские отношения следует: осуществлять долгосрочные инвестиции в важнейшие сектора экономики, расширить международную торговлю, выстраивать системную политику, а также заниматься мониторингом и контролем за ходом выполнения ЦУР ООН [3].

Исходя из описания представленных выше 17 целей устойчивого развития ООН, мы можем сделать следующие выводы: Во-первых, значительная часть ЦУР ООН (9 из 17), будучи социальными, экономическими или экологическими, в совокупности призваны способствовать достижению одновременно и других поставленных целей.

Во вторых, одной из важных особенностей ЦУР 2030 – это управление через инклюзивное установление целей. Это означает, что ЦУР дают всем странам свободу выбора и позволяют максимально адаптировать цели под текущие условия и приоритеты развития. Но в свою очередь такая свобода ставит перед странами достаточно сложную задачу, поскольку трансляция глобальных целей в национальные требует наличия в странах качественно функционирующих систем управления. В-третьих, следует отметить, ориентацию ряда целей как на макроуровень, так и на уровень отдельной компании (микроуровень), а также на местном уровне региона присутствия компании. Так, например, Цель 8: Содействие поступательному, всеохватному и устойчивому экономическому росту, полной и производительной занятости и достойной работе для всех и Цель 12: Обеспечение перехода к рациональным моделям потребления и производства имеют самое прямое отношение к экономическому росту, занятости, производству, управлению инновациями и т.д. А иные цели, предлагают создание преимуществ для бизнеса за счет выхода на новые рынки, привлечения кадров и снижения рисков операционной деятельности [4].

Анализ содержания и значения целей устойчивого развития, а также изучение практики предприятий в реализации этих целей показывает, что компании стремятся находить инновационные решения для их достижения, а также применяют цифровые технологии для выработки и реализации стратегий устойчивого развития [5]. Современные компании, особенно занятые в сфере добычи и переработки энергетических ресурсов ориентируются в своей деятельности на соблюдение целей устойчивого развития при формировании стратегических целей, реализации стратегического управления, управления персоналом для развития ответственного отношения к использованию ресурсов и снижению воздействия на природную среду и условия развития общества.

Список использованной литературы

1. Устойчивое развитие: Новые вызовы: Учебник для вузов/ Под общ. ред. В. И. Данилова-Данильяна, Н. А. Пискуловой. — М.: Издательство «Аспект Пресс», 2015. — 336 с.
2. Толстых Т.О. Принципы и цели устойчивого развития. [Электронный ресурс].- 2021. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/printsipy-i-tseli-ustoychivogo-razvitiya-v-strategiyah-razvitiya-promyshlennyh-predpriyatiy> (дата обращения 01.10.2022г)
3. Цели устойчивого развития. [Электронный ресурс].- URL: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/sustainable-development-goals/> (дата обращения 01.10.2022г)
4. Воронин А.Д., Королев А.В. Стратегический менеджмент : учебник / А.Д. Воронин, А.В. Королев. – Минск : Вышэйшая школа, 2022. – 272 с.
5. Беляева Ж.С., Лопаткова Я.А. Влияние цифровизации на устойчивое развитие // Весенние дни науки ВШЭМ: сборник докладов международной конференции студентов и молодых ученых. Екатеринбург, 17–19 апреля 2019 г. – Екатеринбург: Издательство УМЦ УПИ, 2019. – С. 84–88

МРНТИ 06.51.25

Р.Б.Азбергенова¹

Ту Жань¹

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

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА НА ПРЕДПРИЯТИИ

Аннотация

Повышение эффективности в организации является актуальной темой на сегодняшний день. Внедрение новых механизмов и способов для повышения эффективности является важной составляющей современной компании.

Для производства и реализации продукции нужны основные или оборотные фонды, определённые финансовые средства, персонал. По сути, это ресурсы, которые влияют на эффективность. Последняя характеризуется ростом объёмов выпуска качественной продукции при минимальных затратах труда и средств на одну её единицу и оценивается рядом показателей, включая себестоимость, доход от продажи единицы товара, рентабельность. Показатель отражает эффективность реализованной продукции и долю прибыли в общей сумме оборота. Если имеется в виду рентабельность продаж по валовой прибыли, значит, для расчёта последняя делится на выручку. Правда, полученный результат указывает на эффективность или неэффективность предприятия, но не показывает его проблемные места.

В статье представлены основные позиции и мнения, из которых исходили авторы. Результатом исследования стало выявление основных путей и мер, благодаря которым организация сможет повышать свою работоспособность и иметь высокие показатели эффективности.

Ключевые слова: предприятия, производства, эффективность, организация, механизмы, результат, риски, система.

Р.Б.Азбергенова¹

Ту Жань¹

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

КӘСІПОРЫНДАҒЫ ӨНДІРІС ТИІМДІЛІГІН АРТТЫРУ

Аңдатпа

Ұйымдағы тиімділікті арттыру бүгінгі таңда өзекті тақырып болып табылады. Тиімділікті арттырудың жаңа тетіктері мен тәсілдерін енгізу қазіргі заманғы компанияның маңызды құрамдас бөлігі болып табылады.

Өнімді өндіру және сату үшін негізгі немесе айналым қаражаттары, белгілі бір қаржы құралдары, қызметкерлер қажет. Бұл негізінен тиімділікке әсер ететін ресурстар. Соңғысы ең төменгі еңбек шығындары мен оның бірлігіне шаққандағы қаражатпен сапалы өнім шығару көлемінің өсуімен сипатталады және өзіндік құнын, тауар бірлігін сатудан түскен кірісті, рентабельділікті қоса алғанда, бірқатар көрсеткіштермен бағаланады. Көрсеткіш сатылған өнімнің тиімділігін және айналымның жалпы сомасындағы пайданың үлесін көрсетеді. Егер жалпы пайда бойынша сатудың кірістілігі туралы айтатын болсақ, онда есептеу үшін соңғысы кіріске бөлінеді. Рас, нәтиже кәсіпорынның тиімділігін немесе тиімсіздігін көрсетеді, бірақ оның проблемалық жерлерін көрсетпейді.

Мақалада авторлар шыққан негізгі ұстанымдар мен пікірлер келтірілген. Зерттеудің нәтижесі ұйымның өнімділігін арттыратын және жоғары тиімділік көрсеткіштеріне ие болатын негізгі жолдар мен шараларды анықтау болды.

Түйін сөздер: кәсіпорындар, өндіріс, тиімділік, ұйымдастыру, механизмдер, нәтиже, тәуекелдер, жүйе.

R.Azbergenova¹

Tu Zhan¹

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

IMPROVING THE EFFICIENCY OF PRODUCTION AT THE ENTERPRISE

Abstract

Improving efficiency in the organization is an urgent topic today. The introduction of new mechanisms and methods to increase efficiency is an important component of a modern company.

For the production and sale of products, fixed or revolving funds, certain financial resources, and personnel are needed. In fact, these are resources that affect efficiency. The latter is characterized by an increase in the volume of production of high-quality products with minimal labor and money per unit and is estimated by a number of indicators, including cost, revenue from the sale of a unit of goods, profitability. The indicator reflects the efficiency of products sold and the share of profit in the total turnover. If we mean the return on sales by gross profit, then for the calculation the latter is divided by revenue. However, the result indicates the effectiveness or inefficiency of the enterprise, but does not show its problem areas.

The article presents the main positions and opinions from which the authors proceeded. The result of the study was the identification of the main ways and measures through which the organization will be able to improve its efficiency and have high performance indicators.

Keywords: enterprises, production, efficiency, organization, mechanisms, result, risks, system.

Эффективность может выражаться в различных отраслях жизни общества. Это может быть экономическая, социальная, политическая и так далее. Кроме того, в любой организации

также проявляются данные сферы и необходимо поддерживать эффективность работы компании. Эффективность понимается как получение необходимых результатов в связи с выполнением поставленных целей и задач. Многие организации стремятся улучшить свою эффективность с применением новых механизмов, но при этом использовать как можно меньше затрат. Эффективность применяется тогда, когда возникают трудности с выпуском продукции или услуг.

Эффективность производства – это получение максимальных выгод от ресурсов, которые есть в распоряжении. При этом выгоды и затраты надо постоянно просчитывать, чтобы убедиться в рациональности своих действий, в том, что выгоды максимальны, а затраты минимальны (П. Самуэльсон, У. Нордхаус).

Сущность категории сводится к тому, чтобы на каждую единицу затрат, в том числе трудовых, получать больший объём производства, дохода.

Основной критерий — степень удовлетворённости потребностей общества, причём не только материальных, но и социальных, духовных. Это невозможно без грамотного распределения ресурсов. К слову, эффективность производства (также как и соцсферы, госуправления) влияет на эффективность экономических процессов.

Для её измерения используют количественные показатели:

- производительность труда;
- рентабельность;
- прибыльность;
- окупаемость и т. д.

Анализируя их, продумывают, как развивать производство, как устранять трудности, возникающие в процессе.

Экономически эффективным называют такой вариант производства, при котором выпуск товара невозможно увеличить, не увеличив при этом затраты на ресурсы. И в то же время невозможно сохранить объём выпуска, уменьшив объём определённых ресурсов, но не увеличив затрат на другие. Важнейшим условием эффективной экономики является производство максимально возможного объёма благ при имеющихся ресурсах.

Эффективность производства определяется эффективностью всех работающих производств. Об эффективности последних судят по объёму выпускаемого товара, предлагаемых услуг. Предприятие эффективно, если может выдавать максимальный объём продукта надлежащего качества с минимальными расходами и реализовывать его с минимальными издержками [1].

К слову, выделяют ещё и техническую эффективность. Она предполагает наибольший выпуск продукта при указанных затратах или наименьшие из затрат при указанном выпуске продукта.

Существует и этика эффективности компаний, которая предусматривает сочетание нескольких параметров: наивысшей ценности предприятия для своих потребителей, доходности для владельцев бизнеса, оптимальных условий труда с достойной оплатой и возможностями карьерного роста для персонала.

Когда говорят об экономической эффективности, учитывают в первую очередь экономический рост и экономическую эффективность производства.

- Экономический рост. Он позволяет судить о развитии экономики. Чтобы его рассчитать, смотрят на увеличение объёмов ВВП и ВНД, в том числе в расчёте на душу населения. Об экономическом росте говорят, если показатели растут. Правда, так не может продолжаться постоянно. Рост неравномерный, поскольку экономические процессы цикличны: за подъёмом идёт спад (**кризис**). К слову, последний и вовсе является начальной фазой цикла.

- Экономическая эффективность производства. Определяет соотношение результатов хозяйственности к затратам. В общем, рассчитывается по формуле:

$\Xi = P / Z$, где P — это результаты, а Z — затраты.

Однако в таком случае расчёт показывает эффективность всех затрат на выпуск единицы продукта.

Чтобы проанализировать, насколько эффективно применение того или иного ресурса производства, используют ряд определённых показателей.

- Производительность труда. Позволяет понять, насколько плодотворна работа персонала за единицу времени. При его расчёте объём продукции делят на количество сотрудников, задействованных в его создании. По результатам планируют выручку, составляют смету затрат, наконец, продумывают, сколько сотрудников понадобится для работы.

- Капиталоотдача, или фондоотдача. Характеризует доход, полученный на каждый вложенный рубль. В общем виде рассчитывается по формуле: $K_o = V_{пр} / S$, где V — выручка от всех продаж, а S — средняя величина актива за указанный период. Полученный результат позволяет судить о грамотности распределения активов компании.

- Капиталоёмкость. Рассчитывается по формуле: $K_{Кп} = K / O_{п}$, где $K_{Кп}$ — коэффициент капиталоёмкости, K — весь задействованный капитал, $O_{п}$ — объём продукции.

- Материалоотдача. Позволяет рассчитать количество выпущенной продукции из потреблённых материалов. Соответственно, при её расчёте стоимость продукции делится на стоимость материалов. По полученному результату судят об эффективности потребления ресурсов.

- Материалоёмкость. Показывает стоимость ресурсов, потраченных на производство единицы товара. Рассчитывается по формуле, где стоимость материалов делится на стоимость продукции.

- Рентабельность. Определяет, насколько эффективно используются ресурсы, богатства природы.

- Энергоёмкость. Показывает затраты энергоресурсов на 1 единицу товара.

- Энергоэффективность. Определяет, насколько эффективно используются энергоресурсы.

- Качество продукции. Представляет собой совокупность её свойств, позволяющих этой продукции удовлетворять те или иные потребности клиентов.

- Эколого-экономическая эффективность. Определяет соотношение экономических выгод и потерь от природоохранных мероприятий.

Способы повышения эффективности производства – набор конкретных мер по повышению эффективности производства в определенных областях. Основные пути повышения эффективности производства: снижение трудоемкости и повышение производительности труда, снижение материального потребления продукции и рациональное использование природных ресурсов, снижение капиталоёмкости продукции и увеличение инвестиционной активности предприятий.

С развитием научно-технического прогресса новые типы сырья и материалов, новые технологии, более сложные формы организации труда, новые виды машин и оборудования, которые позволяют снизить потребление материалов, трудоемкость продуктов и услуг, ускоряют оборот средств, повышение рентабельности и другие показатели эффективности бизнеса, то есть источники запасов неисчерпаемы [2].

Проблема заключается в отсутствии соответствующих механизмов для анализа и оценки запасов.

Одним из важных факторов для усиления и повышения эффективности предприятия является режим сбережения.

Развитие экономики на современном этапе и в обозримом будущем обуславливает необходимость совершенствования организации интенсивного использования

производственных мощностей существующих предприятий. Организация эффективного использования производственных мощностей следует рассматривать как действие, направленное на опережение увеличения выпуска продукции по сравнению с затратами на их рост.

Ниже представлена схема по повышению эффективности компании.



Рисунок 1. Схема по повышению эффективности на предприятии.

Примечание-схема составлена автором по источнику [1]

Важно отметить тот факт, что организационные и экономические факторы играют важную роль в процессе повышения эффективности организации. Благодаря данным факторам организация может усиливать свои связи, а также уровень сотрудничества [3].

Значительная роль в решении проблем эффективного управления, создания и внедрения ресурсосберегающего оборудования и технологий призвана сыграть наука. Особое место в повышении эффективности предприятия, сокращение удельного потребления ресурсов связано с улучшением качества продукции.

Научно-технический прогресс стал ключевым фактором в повышении эффективности организации. На сегодняшний день требуется внедрять новые технологии, ресурсы и механизмы, чтобы улучшить деятельность компании. Кроме того, данные меры могут помочь в решении следующих вопросах:

1. Качество производимого и используемого сырья;
2. Сертификация продукции;
3. Процесс повышения качества продукции;
4. Уменьшение брака;
5. Внедрение нормативно-правовых актов для регулирования процесса производства;
6. Повышение квалификации работников для достижения наибольших результатов и повышения эффективности.

Коллектив на предприятиях и их руководители сосредоточены на материальных стимулах для работы. Большая часть прибыли после уплаты налогов направляется в фонд потребления. Эта ситуация ненормальна.

Очевидно, что по мере развития рыночных отношений предприятия будут уделять должное внимание развитию производства на будущее и будут направлять необходимые средства на новое оборудование, обновление производства, разработку и выпуск новых продуктов.

В данной модели важнейшим фактором производительности является человек. Повышение эффективности организации осуществляется за счет совершенствования ее человеческих ресурсов. Главная задача менеджеров при этом состоит в управлении персоналом. Реализация мер по улучшению деятельности предприятия может быть осуществлена по следующим направлениям:

1. Осуществление мер, которые будут направлены на правильное и точное использование ресурсов на предприятии;

2. Осуществление деятельности, которая будет модернизировать предприятие, а именно: менять старое оборудование на новое, избавление от ненужных ресурсов, а также повышение уровня квалификации персонала;

3. Выявление лучших работников посредством проведения тестирования, а также количеством выполненной работы;

4. Внедрение маркетинговых механизмов для привлечения инвесторов, клиентов.

Таким образом, изучив структуру повышения эффективности предприятия, можно сделать вывод о том, что любая организация должна контролировать деятельность своих сотрудников, а также следить за процессом организации работы.

Важно внедрять новые механизмы и меры, чтобы повышать конкурентоспособность организации и оставаться на высоком уровне на рынке. При соблюдении всех мер компания сможет иметь высокий доход и много клиентов [4].

Список использованной литературы

1. Бессонова Е.В. *Оценка эффективности производства российских промышленных предприятий: моногр.* – М.: Синергия, 2019. – 38 с.

2. Нестеренко Ю. Н. *Жизненный цикл фирмы как фактор реализации ее финансовой политики // Экономический журнал. 2020. № 23 С.70–76.*

3. Кузьмичёв М. В. *Концептуальные подходы к построению финансовой стратегии развития предприятия // Энергия- XXI век. 2017. № 3 (99). С. 86–96.*

4. Бакуменко С. В. *Роль финансовой стратегии в развитии предприятия // Вестник современных исследований. 2018. № 5.2 (20). С. 43–45.*

МРНТИ 72.75.39

Гао Сяофэн¹

К.У. Кошкарбаев¹

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

СТРАТЕГИЯ ВЫХОДА НА МЕЖДУНАРОДНЫЕ РЫНКИ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Аннотация

Главной целью компании, в соответствии с микроэкономической теорией, является максимизация прибыли, что достигается ее ростом и развитием. Эта цель может быть достигнута различными способами. Одним из возможных вариантов является выход компании на международный уровень. На принятие данного решения оказывают влияние две

группы факторов. Во-первых, это факторы выталкивания, которые вызваны недостатками возможностей развития компаний на локальном рынке в связи с какими-либо ограничениями. Во-вторых, это факторы втягивания, обусловленные лучшими условиями для развития бизнеса за рубежом. Каждая фирма и рынок специфичны, поэтому в данной статье будут рассмотрены основные стратегии выхода компаний на зарубежные рынки.

Основной целью данного исследования являются изучение стратегий выхода компаний на зарубежные рынки и выявление их последующего применения казахстанскими компаниями.

Ключевые слова: стратегии интернационализации, стратегии выхода на зарубежные рынки, глобализация, совместное предприятие, экспорт, поглощения, франчайзинг.

Гао Сяофэн¹

К.У. Кошкарбаев¹

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

ХАЛЫҚАРАЛЫҚ НАРЫҚТАРҒА ШЫҒУ СТРАТЕГИЯСЫ: ТЕОРИЯЛЫҚ АСПЕКТІ

Аңдатпа

Кәсіпорынның негізгі мақсаты микроэкономикалық теорияға сәйкес оның өсуі мен дамуы арқылы қол жеткізілетін пайданы барынша арттыру болып табылады. Бұл мақсатқа әртүрлі жолдармен қол жеткізуге болады. Мүмкін болатын нұсқалардың бірі – компанияның халықаралық деңгейге шығуы. Бұл шешімге факторлардың екі тобы әсер етеді. Біріншіден, бұл кез келген шектеулерге байланысты жергілікті нарықта компаниялардың даму мүмкіндіктерінің болмауынан туындайтын итермелейтін факторлар. Екіншіден, бұл шетелде бизнесті дамыту үшін қолайлы жағдайларға байланысты тартымды факторлар. Әрбір компания мен нарық ерекше, сондықтан бұл мақалада компаниялардың сыртқы нарыққа шығуының негізгі стратегиялары қарастырылады.

Бұл зерттеудің негізгі мақсаты – компаниялардың сыртқы нарыққа шығу стратегияларын зерделеу және олардың кейінгі қазақстандық компаниялардың қолдануын анықтау.

Берілген мақалада халықаралық нарықтарға шығудың негізгі стратегиялары қарастырылған.

Түйін сөздер: интернационалдандыру стратегиялары, сыртқы нарыққа шығу стратегиялары, жаһандану, бірлескен кәсіпорын, экспорт, сатып алу, франчайзинг.

Gao Xiaofeng¹

Koshkarbayev K.U.¹

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

STRATEGY FOR ENTRY INTO INTERNATIONAL MARKETS: THEORETICAL ASPECT

Abstract

The main goal of the company, in accordance with microeconomic theory, is to maximize profits, which is achieved by its growth and development. This goal can be achieved in various ways. One of the possible options is the company's entry into the international level. This decision is influenced by two groups of factors. Firstly, these are push factors, which are caused by lack of development opportunities for companies in the local market due to any restrictions. Secondly, these are pull factors due to the best conditions for business development abroad. Each company

and market is specific, so this article will consider the main strategies for companies to enter foreign markets.

The main purpose of this study is to study the strategies for companies to enter foreign markets and to identify their subsequent application by Kazakhstani companies.

Keywords: internationalization strategies, foreign market entry strategies, globalization, joint venture, exports, acquisitions, franchising.

В условиях современной интенсивной экономической интеграции выход на международные рынки становится логичным шагом развития компаний различных отраслей, в том числе пищевой промышленности. Развитие технологий коммуникации, мировой транспортной сети, экономическое партнерство государств способствуют формированию глобального рынка и уменьшают роль национальных границ государств как барьера для бизнеса. В некоторых случаях выход на международные рынки может являться необходимостью для компании, желающей оставаться конкурентноспособной.

Выход за пределы национального рынка открывает новые границы реализации продукции предприятия. Однако помимо расширения возможностей, выход на международные рынки бросает предприятию ряд вызовов. Они могут быть внешними, связанными с правилами ведения бизнеса и учета, аудита и налогообложения как внутри принимающей страны, так и между странами. Дополнительные сложности ведения бизнеса в другой стране вызывают культурные различия, препятствующие эффективной коммуникации. Вызовы могут возникать на уровне компании и быть обусловленными сферой деятельности фирмы, ее размером и иными факторами. Для того чтобы минимизировать влияние этих неблагоприятных факторов, необходимо внедрение стратегического планирования. В контексте международного расширения бизнеса стратегическое управление сводится, в первую очередь, к определению способа и формы выхода предприятия на международный рынок.

Активные исследования стратегического планирования в области выхода на международные рынки начались в 1960-х годах.

Среди ранних концепций можно выделить теорию монополистических преимуществ Хаймера-Киндлбергера [1, 2] и теорию жизненного цикла товара Вернона [3]. Эти работы были построены в основном на сопоставлении экспорта и прямых иностранных инвестиций (ПИИ). Они требуют особого внимания, так как стали базисом для последующих теорий.

Хаймер стал одним из первых исследователей, выделивших ПИИ как теорию, отдельную от теории портфельных инвестиций, в которой более высокий доход, получаемый от капитала, является двигателем перемещения капитала между странами. Согласно Хаймеру, основное отличие ПИИ заключается в том, что мотивацией к ПИИ является не только получение более высокой прибыли, но и, в большей степени, обретение контроля над фирмой в другой стране.

Согласно теории монополистических преимуществ, компания, входящая на рынок другой страны, сталкивается с препятствием в виде местных фирм, уже действующих на национальном рынке, которые имеют ряд преимуществ: они лучше осведомлены о предпочтениях потребителей, имеют представление о принципах функционирования рынка, у них налажено взаимодействие с властями. Кроме того, иностранной компании приходится сталкиваться с таким препятствием как высокие издержки зарубежного инвестирования. В таком случае, иностранной фирме, входящей на рынок, необходимо обладать монополистическими преимуществами, которые могут быть связаны с товарной политикой, факторами производства, возможностью использования экономии на масштабе, либо воспользоваться преимуществами, предоставляемыми политикой государства иностранным фирмам. [1, 2]

Теория жизненного цикла товара Вернона базируется на специализации стран и регионов на определенных типах товаров. Страны, обладающие высоким уровнем развития, капиталом, высококвалифицированными работниками специализируются на технологически новых продуктах, требующих значительных инвестиций. Они обладают преимуществом перед странами, специализирующимися на хорошо известных товарах. Согласно Вернону, товар проходит пять стадий своего жизненного цикла в разрезе международной торговли: от стадии нового продукта, когда производство и потребление товара в основном производится на внутреннем рынке, до стадии прекращения внутреннего товара, когда страны, имитирующие данный продукт, опережают страну-изначального производителя настолько, что ей приходится отказаться от его производства и сосредоточиться на разработке нового товара. Несмотря на то что данная теория подтверждается примером развития производства электроники, с развитием теорий международной торговли она подверглась критике из-за упрощения процессов, происходящих в бизнес-среде.

Позднее, в 1970-х – 1980-х исследователи стали выделять различные стратегические варианты интернационализации бизнеса, среди них лицензирование, франчайзинг и субконтрактация. В качестве быстрого пути к глобализации были выделены создание новых предприятий (greenfield ventures) и приобретения существующих местных компаний (acquisitions), была выделена роль совместных предприятий (co-operative arrangement).

В частности, Рут выделил четыре основных способа входа на международные рынки: экспорт, лицензирование, совместное предприятие (joint venture) и индивидуальное предприятие (sole venture) (Root, 1987)

Активное привлечение ПИИ в развивающихся экономиках, таких как Восточная и Центральная Европа, Китай, Вьетнам и других, в 1990-х вновь пробудило интерес к вопросам о затратах на ведение бизнеса за рубежом и роли географического расстояния между странами, которые поднимались в 1960-х. Исследователи стали уделять внимание тому, какой способ входа на иностранный рынок предлагает более низкие затраты и при каких условиях [4].

Перед исследователями конца 1990-х годов встал вопрос систематизации существовавших теорий, постоянно менявшихся и обновлявшихся в соответствии с изменениями, происходившими в мировой экономике. Возникла необходимость формализации моделей выхода компании на международные рынки. Результат такого моделирования был представлен в работе Бакли и Кассона. Они представили модель, основанную на детальном схематическом анализе, охватывающем все основные стратегии выхода на рынок, позволяющей сравнить любые две стратегии.

На базе исследований, представленных в 1960-х – 1990-х годах, ставших классическими в данном вопросе стратегического планирования и претерпевших многочисленные доработки, исследователи XX века углубились в изучение интернационализации компаний отдельных стран, регионов [5], различных типов предприятий и отраслей промышленности, а также влияния внешних факторов на выбор компаниями стратегий выхода на международный рынок.

Перейдем к формам выхода предприятия на международные рынки. Основой выделения способов выхода на международные рынки является вышеупомянутая классификация Рута (Root, 1987), которая подвергалась изменениям под влиянием меняющейся экономической среды. На данный момент тремя основными формами считаются экспорт, совместное предпринимательство, также называемое кооперацией, и прямое инвестирование, или интеграция.

Экспорт является наиболее распространенным способом выхода компаний на зарубежные рынки, и поэтому требует особого внимания. Это связано с относительной простотой экспортной модели. Экспорт не требует создания производственных мощностей в другой

стране, которые требовали бы привлечения больших объемов финансовых затрат. Фактором риска в данной модели выступает влияние внешних факторов, связанных с таможенными пошлинами и налогами, затратами на транспортировку, которые могут существенно увеличить стоимость товара для конечного потребителя. В таком случае, при наличии возможности производить аналогичный товар с меньшими издержками внутри страны сбыта экспортная модель может оказаться экономически невыгодной для экспортера.

На уровне стратегии фирмы экспортная модель имеет два варианта: косвенный и прямой. Косвенный экспорт подразумевает реализацию товаров фирмы через посредников. Компания, выбирающая такую стратегию, не занимается установлением непосредственного контакта с конечным потребителем, не занимается доставкой товара, его продвижением на зарубежном рынке, то есть товары закупаются посредником у производителя в одной стране и реализуются на рынке другой страны. Как правило, фирмы, выбирающие стратегию косвенного экспорта меньше, чем прямые экспортеры, и достигают меньшего количества стран. [2]

Стратегия прямого экспорта подразумевает вывод товара производителем на международный рынок без использования помощи компаний-посредников. В данном случае компания способна контролировать процесс реализации от начала до конца. Такой вид экспорта подходит крупным компаниям.

Выбор стратегии прямого или косвенного экспорта зависят от ряда факторов, среди которых можно назвать размер продукции, особенности рынка сбыта, наличие входных барьеров, тип продукта, однако финальное решение всегда остается за руководством компании. Дональд Л. Брейди и Уильям О. Бирден выделяют три типа руководителей по отношению к экспорту: руководители, использующие прямые методы экспорта, руководители, использующие косвенные методы экспорта, и руководители, не занимающиеся экспортом [4]. Они также отмечают тенденцию руководителей начинать экспорт с косвенных методов и переходить на прямые методы по мере увеличения опыта экспорта.

Вторым способом выхода на международные рынки является совместное предпринимательство, также называемое кооперацией. Этот способ основан на сотрудничестве самостоятельных предприятий на добровольной основе. В контексте интернационализации подразумевается сотрудничество компаний из разных стран. Таким образом, у фирмы появляется зарубежный партнер. Кроме того, компанией создаются производственные мощности в иностранном государстве, что является основным отличием этой стратегии от экспорта. Целью такого сотрудничества является повышение конкурентоспособности за счет совместного использования ресурсов.

Выделяют вертикальную и горизонтальную кооперацию. Горизонтальная кооперация представляет собой сотрудничество между предприятиями, выполняющими сходные функции, например, две компании-производителя или два ритейлера. Горизонтальная кооперация осуществляется посредством заключения сбытовых соглашений или объединения с партнерами.

Вертикальная кооперация заключается в совместном предпринимательстве фирм, занимающихся различными функциями, например, компания-производитель и ритейлер. Вертикальная кооперация может осуществляться через лицензирование, франчайзинг, договор подряда.

Лицензирование и франчайзинг относят к формам кооперации без переноса капитала. К формам с переносом капитала относят, например, создание совместного предприятия [6].

Особенное внимание уделяется лицензированию. Оно позволяет выйти на международный рынок без финансовых затрат. Такая стратегия выгодна и для партнера, так

как он получает отлаженную технологию, известный покупателям товар и бренд в обмен на лицензионный платеж.

Третьим способом выхода на международные рынки является прямое инвестирование, также называемое интеграцией. В этом случае компания создает производство в другой стране и действует индивидуально, и в отличие от кооперации имеет полный контроль над этим предприятием. Минусом данного способа является необходимость привлечения большого количества финансовых ресурсов, что доступно лишь крупным компаниям.

Компания, ведущая деятельность более чем в одной стране, называется многонациональной корпорацией (МНК). Для МНК существуют три основные международные стратегии: многонациональная (multidomestic), глобальная (global) и транснациональная (transnational). Каждая стратегия включает в себя различные подходы к повышению эффективности реализации продукта в 15 разных странах, учитывая при этом предпочтения клиентов и рыночных условиях.

Компания, использующая многонациональную стратегию, концентрируется на требованиях каждого из рынков. Используя данную стратегию, компании зачастую жертвуют эффективностью.

Фирма, использующая глобальную стратегию, сосредоточена на эффективности и при этом жертвует чувствительностью к местным требованиям на каждом из своих рынков. Эта стратегия является полной противоположностью многонациональной стратегии. Фактически, компания предлагает практически идентичный товар либо товар с незначительными изменениями на всех рынках и получает выгоду за счет экономии от масштаба.

Транснациональная стратегия – это золотая середина между многонациональной и глобальной стратегиями. Такая фирма пытается найти баланс между стремлением к эффективности и необходимостью адаптироваться к местным предпочтениям в разных странах.

Таким образом, международные компании выбирают одну из трех основных международных стратегий: многонациональная, глобальная и транснациональная. Эти стратегии разнятся между собой по акценту на достижение эффективности по всему миру или удовлетворение потребностей местного населения.

Список использованной литературы

1. Hymer S. H. *The international operations of national firms: A study of direct foreign investment*. - CambridgeMass: MITPress. - 1960. - 351 p.
2. Kindleberger C. P. *American business abroad*. - New Haven, CT: Yale University Press. - 1969. - 482 p.
3. Vernon R. *International investment and international trade in the product cycle* // *Quarterly Journal of Economics*. - 1966. - №80. - С. 190–207.
4. Brouthers L. E., Werner S., Wilkinson T. J. *The aggregate impact of firms' FDI strategies on the trade balances of host countries* // *Journal of International Business Studies*. - 1996. - № 2. - p. 359–373.
5. Meyer K. E. [и др.]. *Institutions, resources, and entry strategies in emerging economies* // *Strategic Management Journal*. - 2009. - № 1 (30). - p. 61–80.
6. Воробьева И. В., Пецольт К., Сутырин С. Ф. *Международный маркетинг.* / И. В. Воробьева, К. Пецольт, С. Ф. Сутырин - М.: Издательство Юрайт, - 2016. - 105 с.

МАКРОЭКОНОМИКАЛЫҚ РЕТТЕУ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ

МРНТИ 06.35.31

Бай Кунью.¹

У.К. Джакишева¹

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

ОРГАНИЗАЦИЯ И МЕТОДИКА УЧЕТА РАСЧЕТОВ ПО ОПЛАТЕ ТРУДА

Аннотация

В современных условиях организациям необходимо решать проблемы по правильному и своевременному отражению расчетов по заработной плате работникам организации. Данная тематика во все времена актуальна, так как проблема оптимизации затрат на оплату труда одна из ключевых в казахстанской экономике. Правильная организация бухгалтерского учета и анализа оплаты труда на предприятии оказывает влияние на формирование конечного финансового результата (прибыли) организации. В последние годы произошли кардинальные изменения во многих сферах экономической деятельности, в том числе в системе оплаты труда. Сложилась новая ситуация между государством, предприятием и работником по поводу организации труда: сегодня предприятия вправе выбирать системы и формы оплаты труда самостоятельно, исходя из специфики и задач, стоящих перед ними, а непосредственной юридической формой регулирования трудовых отношений между работодателем и работником теперь являются тарифные соглашения и коллективный договор. Проводимый на предприятии анализ использования трудовых ресурсов и эффективности использования фонда оплаты труда, позволяет выявлять резервы их увеличения.

Ключевые слова: оплата труда, заработная плата, вычеты, системы, формы оплаты труда, тарифы, фонд оплаты труда, налоговые обязательства.

Бай Кунью.¹

У.К. Джакишева¹

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

ЕҢБЕКАҚЫ ТӨЛЕУ БОЙЫНША ЕСЕПТЕУЛЕРДІ ЕСЕПКЕ АЛУ ӘДІСТЕМЕСІ ЖӘНЕ ОНЫ ҰЙЫМДАСТЫРУ

Аңдатпа

Қазіргі жағдайда ұйымдарға ұйым қызметкерлерінің жалақысы бойынша есептеулерді дұрыс және уақтылы көрсету мәселелерін шешуі керек. Бұл тақырып барлық уақытта өзекті, өйткені еңбекақы төлеу шығындарын оңтайландыру мәселесі Қазақстан экономикасындағы басты мәселелердің бірі болып табылады. Кәсіпорында бухгалтерлік есеп пен еңбекақы төлеуді дұрыс ұйымдастыру ұйымның түпкілікті қаржылық нәтижесін (пайдасын) қалыптастыруға әсер етеді. Соңғы жылдары экономикалық қызметтің көптеген салаларында, соның ішінде еңбекақы төлеу жүйесінде түбегейлі өзгерістер болды. Мемлекет, кәсіпорын және қызметкер арасында еңбекті ұйымдастыруға қатысты жаңа қатынастар қалыптасты: бүгінде кәсіпорындар өздеріне жүктелген ерекшеліктер мен міндеттерге сүйене отырып, еңбекақы төлеу жүйелері мен нысандарын дербес таңдауға құқылы, ал қазір жұмыс беруші

мен қызметкер арасындағы еңбек қатынастарын реттеудің тікелей заңды нысаны тарифтік келісімдер мен ұжымдық шарт болып табылады. Кәсіпорында жүргізілген Еңбек ресурстарын пайдалану және еңбекақы төлеу қорын пайдалану тиімділігіне талдау оларды ұлғайту резервтерін анықтауға мүмкіндік береді.

Түйін сөздер: еңбекке ақы төлеу, жалақы, шегерімдер, жүйелер, еңбекке ақы төлеу нысандары, тарифтер, еңбекке ақы төлеу қоры, салық міндеттемелері.

Bai Kunu.¹

Dzhakisheva U.K.¹

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

ORGANIZATION AND METHODOLOGY OF ACCOUNTING FOR PAYROLL PAYMENTS

Abstract

In modern conditions, organizations need to solve problems on the correct and timely reflection of payroll calculations for employees of the organization. This topic is relevant at all times, since the problem of optimizing labor costs is one of the key ones in the Kazakh economy. The correct organization of accounting and analysis of remuneration at the enterprise has an impact on the formation of the final financial result (profit) of the organization. In recent years, drastic changes have taken place in many areas of economic activity, including in the wage system. A new relationship has developed between the state, the enterprise and the employee regarding the organization of labor: today, enterprises have the right to choose systems and forms of remuneration independently, based on the specifics and tasks facing them, and the direct legal form of regulating labor relations between the employer and the employee is now tariff agreements and a collective agreement. The analysis of the use of labor resources and the efficiency of the use of the wage fund carried out at the enterprise makes it possible to identify reserves for their increase.

Keywords: remuneration, wages, deductions, systems, forms of remuneration, tariffs, wage fund, tax obligations.

Заработная плата - вознаграждение за труд в зависимости от квалификации работника, сложности, количества, качества и условий выполняемой работы, а также выплаты компенсационного и стимулирующего характера. Генкин Б.М. пишет, что вопросы оплаты труда регулируются теперь не в централизованном порядке, а с помощью трудовых договоров (контрактов), государство отказалось от централизованного регулирования заработной платы. Организация вправе самостоятельно определять тарифы, должностные оклады, премии, надбавки и другие выплаты при условии, что заработная плата должна быть не ниже минимального размера оплаты труда (МРОТ), установленного законодательством [1].

Основной формой распределения по труду является заработная плата, которая представляет собой выраженную в денежных средствах долю трудящихся в той части национального дохода, которая направлена на цели личного потребления и распределения по количеству и качеству труда, затраченного каждым в общественном производстве. Главная цель в политике заработной платы в настоящее время – её значительное повышение, формирование её уровня на принципе цены рабочей силы, позволяющей работнику и его семье удовлетворять необходимые материальные и духовные потребности, создавая денежные накопления для наращивания инвестиционного потенциала [2].

Формы и системы оплаты труда – это способ установления зависимости между количеством и качеством труда, то есть между мерой труда и его оплатой. Для этого

используются различные показатели, отражающие результаты труда и фактически отработанное время. Иными словами, форма оплаты труда устанавливает, как оценивается труд при его оплате: по конкретной продукции, по затраченному времени или по индивидуальным или коллективным результатам деятельности. В зависимости от того, какая форма труда используется на предприятии, зависит структура заработной платы: преобладает ли в ней условнопостоянная часть (тариф, оклад) или переменная (сдельный приработок, премия). Соответственно, различным будет и влияние материального поощрения на показатели деятельности отдельного работника или коллектива бригады, участка, цеха. Предприятия и организации самостоятельно определяют формы и системы оплаты труда для различных категорий работников.

Многие люди, особенно те, кто впервые устраиваются на работу, уверены, что их заработная плата будет такой, которую им озвучили на собеседовании. Стоит различать, что заработная плата и оклад – это не одно и то же. Исполняя свои обязанности на работе, Вы получаете доход, с которого по законодательству Республики Казахстан должны вычитаться определённые отчисления в пользу государства. Именно поэтому может возникнуть ситуация, когда в трудовом договоре у Вас будет прописана одна сумма, а при начислении зарплаты Вы получите сумму меньше заявленной [3].

Оклад – это фиксированная сумма, которая прописывается в трудовом договоре. От этой суммы производятся все необходимые вычеты, в итоге Вы получаете заработную плату, так называемую «чистую» зарплату или зарплату «на руки».

Законом РК № 382-VI от 10 декабря 2020 года в состав налоговых вычетов, предоставляемым физическим лицам, добавлен вычет в размере взноса на ОСМС. В 2021 году при расчете ИПН работника, ему предоставляется вычет в размере суммы исчисленных ВОСМС. На предоставление такого вычета не требуется заявление лица и какие-либо подтверждающие документы.

Если у работника несколько работодателей, то вычет предоставляется каждым из них (по аналогии с вычетом по ОПВ).

В 2021 году вычеты предоставляются в следующей последовательности:

- Вычет по ОПВ;
- Вычет по взносам на ОСМС;
- Вычет по пенсионным выплатам и договорам накопительного страхования;
- Стандартные налоговые вычеты:
 - Ежемесячный вычет в размере 1 МЗП;
 - 882 МРП определенным категориям граждан (инвалиды, участники ВОВ);
 - 882 МРП определенным категориям граждан (родители, попечители детей-инвалидов).

Далее следуют прочие налоговые вычеты:

- Вычет по добровольным пенсионным взносам;
- Вычет на медицину;
- Вычет по вознаграждениям.

Обратите внимание, что при своевременном обновлении типовых программ 1С для предоставления вычета ВОСМС работнику не требуется никаких дополнительных настроек и внесения изменений в документ Заявление на предоставление вычетов ИПН.

Еще в 2020 г. для работников была введена обязанность по уплате ВОСМС – за свой счет. Если ООСМС уплачивает работодатель, то сумма ВОСМС удерживается из заработка работника. В 2020 г. ставка ВОСМС составляла 1%. При этом в законе №405-V от 16.11.2015 г. «Об обязательном социальном медицинском страховании» изначально был заложен рост ставки – с 01.01.2021 г. она составляет 2%. На последующие годы рост ставки законом не предусмотрен.

Таким образом, с 01.01.2021 г. по ВОСМС следует применять ставку 2%, минимального предела суммы взносов нет, максимальный порог дохода, который принимается в качестве объекта исчисления -10 МЗП (425 000 тг. в месяц в 2021 г.). Следовательно, максимальная сумма ВОСМС, которую допустимо удержать из дохода работника, составляет: $425\,000 * 2\% = 8\,500$ тг. в месяц.

Эту же сумму с 01.01.2021 г. обязательно следует относить на вычет при расчете ИПН. Вычет по ВОСМС включен в состав налоговых вычетов законом №382-VI от 10.12.2020 г., который предусматривает его применение ретроспективно – с 01.01.2020 г. по доходам, полученным в рамках трудовых договоров. Следовательно, доходов, выплачиваемых в 2021 г. это касается уже непосредственно. Отметим, что вычет по ВОСМС:

- не требует подачи письменного заявления работником;
- не требует приложения подтверждающих документов;
- если работник имеет трудовые договора с несколькими работодателями, вычет применяется у каждого из них (по аналогии с вычетом по ОПВ и в отличие от стандартного вычета в 1 МЗП).

Согласно ст.342 НК РК последовательность предоставления налоговых вычетов в 2021 г. следующая:

- ОПВ (максимальный предел -50 МЗП (2 125 000 тг.);
- ВОСМС (максимальный предел -10 МЗП (425 000 тг.);
- вычет по пенсионным выплатам и договорам накопительного страхования;
- стандартные вычеты (1 МЗП ежемесячно, 882 МРП в год родителям и попечителям детей-инвалидов);
- добровольные пенсионные взносы;
- расходы на медицину;
- вознаграждения по кредиту в АО «ЖССБ» («Отбасы банк»).

Что изменилось в 2021 г. касательно зарплат ниже 25 МРП?

Что касается работников с заработными платами ниже 25 МРП (72 925 тг. в 2021 г.), то расчет их зарплаты «на руки» и сумм отчислений претерпел в 2021 г. наибольшие изменения. Связано это также введением вычета по ВОСМС и произошедшего по этой причине «зацикливания» расчетов. Напомним, при доходе менее 25 МРП работник имел в 2020 г. право на 90% корректировку сумм ИПН, ООСМС, ВОСМС и СН. Но «зацикливание» расчетов по причине введения вычета по ВОСМС повлекло за собой перенос нормы о 90% корректировке дохода из ст.341 НК РК в ст.353 НК РК.

Для бухгалтеров и для работников этот перенос означает, что с 2021 г. 90% корректировка может применяться только при расчете ИПН. ООСМС, ВОСМС и СН с доходов ниже 25 МРП в 2021 г. корректировке не подлежат.

Также меняется техника расчета 90% корректировки. Последовательность расчета в 2021 г. следующая:

1. Определить налогооблагаемый доход работника с учетом вычетов;
2. Уменьшить облагаемый доход на 90%;
3. Рассчитать ИПН по ставке 10%, применив ее к оставшейся сумме облагаемого дохода[4].

Пример расчета зарплаты работника в 2021 г. при доходе свыше 10 МЗП (450 000 тг).

Таблица 1. Расчет зарплаты при доходе 450 000 тг. в 2021 г.

Доход	450 000 тг.	
Вычеты	ОПВ, ВОСМС, 1 МЗП	
Расчет		
ОПВ	$450\,000 * 10\%$	45 000 тг.
ВОСМС	$42\,500 * 10 * 2\%$	8 500 тг.
ИПН	$(450\,000 - 45\,000 - 8\,500 - 42\,500) * 10\%$	35 400 тг.
СО	$(42\,500 * 7) * 3,5\%$	10 413 тг.
СН	$((450\,000 - 45\,000 - 8\,500) * 9,5\%) - 10\,413$	27 255 тг.
ООСМС	$42\,500 * 10 * 2\%$	8 500 тг.
Итого оплачивает работодатель	$10\,413 + 27\,255 + 8\,500$	46 168 тг.
Итого оплачивается за счет работника	$45\,000 + 35\,400 + 8\,500$	88 900 тг.
Зарплата «на руки»	$450\,000 - 88\,900$	361 100 тг.
Источник: [4]		

Напомним, что пределы сумм облагаемого дохода работников по налогам и отчислениям следующие:

- ОПВ: минимума нет, максимум – 50 МЗП;
- ВОСМС: минимума нет, максимум -10 МЗП;
- ООСМС: минимума нет, максимум -10 МЗП;
- ИПН: нет ограничений по минимальным и максимальным суммам;
- СО: минимум 1 МЗП, максимум 7 МЗП;
- СН: минимум 1 МЗП, максимума нет.

Обращаем внимание, что в сравнении с расчетом зарплаты в 2020 г., зарплата «на руки» в 2021 г. при одинаковой сумме к начислению будет немного меньше за счет того, что ставка ВОСМС увеличилась с 1% до 2%. Даже тот факт, что теперь при расчете ИПН сумма ВОСМС идет на вычет, сумма «на руки» будет немного ниже, чем в 2020 г.

Пример расчета зарплаты работника в 2021 г. при доходе 150 000 тг.

Таблица 2. Расчет зарплаты при доходе 150 000 тг. в 2021 г.

Доход	150 000 тг.	
Вычеты	ОПВ, ВОСМС, 1 МЗП	
Расчет		
ОПВ	$150\,000 * 10\%$	15 000 тг.
ВОСМС	$150\,000 * 2\%$	3 000 тг.
ИПН	$(150\,000 - 15\,000 - 3\,000 - 42\,500) * 10\%$	8 950 тг.
СО	$(150\,000 - 15\,000) * 3,5\%$	4 725 тг.
СН	$(150\,000 - 15\,000 - 3\,000) * 9,5\% - 4\,725$	7 815 тг.
ООСМС	$150\,000 * 2\%$	3 000 тг.
Итого оплачивает работодатель	$4\,725 + 7\,815 + 3\,000$	15 540 тг.
Итого оплачивается за счет работника	$15\,000 + 8\,950 + 3\,000$	26 950 тг.
Зарплата «на руки»	$150\,000 - 26\,950$	123 050 тг.
Источник: [4]		

Поскольку доход в размере 150 000 тг. находится в рамках всех ограничений для определения облагаемого дохода, при расчете СО, СН, ООСМС и ВОСМС к обложению принимается вся сумма полностью.

Следовательно, мы видим, что в сравнении с 2020 годом налоговая нагрузка на работника возрастает за счет увеличения ставки взносов на ОСМС. Соответственно, сумма «на руки» уменьшается. Налоговая нагрузка работодателя наоборот снижается в сравнении с прошлым годом из-за увеличения размера взносов на ОСМС, которые уплачиваются работником и исключаются при расчете СН[5].

Таким образом, оплата труда - одна из форм распределительных отношений, обеспечивающая поступления работающему по найму денежных средств в соответствии с количеством и качеством его труда, проявленными в определенных результатах. На протяжении длительного периода времени система организации оплаты труда в государстве была нацелена на распределение по затратам труда, которое не соответствует уровню развития современной экономики. Поэтому в настоящее время в соответствии с изменениями в экономическом и социальном развитии страны существенно меняется и политика в области оплаты труда, социальной поддержке и защиты работников. Многие функции государства по реализации этой политики возложены непосредственно на предприятия, которые самостоятельно устанавливают формы, системы и размеры оплаты труда, материального стимулирования его результатов.

Список использованной литературы

1. Иванова Н.Ю. Внутренний контроль расчетов с персоналом по оплате труда // Актуальные направления модернизации бухгалтерского учета, анализа и аудита в цифровой экономике: материалы научно-практического круглого стола по итогам НИР. - 2019. - С. 38-44.
2. Садыкова Л.Г. Совершенствование расчета заработной платы на предприятиях // Новые информационные технологии в образовании: сб. научных трудов 19-й международной научно-практической конференции. - 2019. - С. 85-87.
3. Хаджимурадов А.О. Основы организации оплаты труда и аудита расчетов с персоналом по оплате труда в организациях // Актуальные вопросы современной экономики. - 2019. - № 3. - С. 544-549.
4. Лындина О.Ф. Нормативные документы, регулирующие организацию заработной платы на предприятии // Научная дискуссия современной молодёжи: актуальные вопросы состояния и перспективы инновационного развития экономики. – Алматы, 2019. –184-188.
5. Макарьева В.И. Бухгалтерский учет и налогообложение. – Учебное пособие. / В.И. Макарьева, Экономика, – Алматы, 2018- 496 с.

МРНТИ 06.75.10

Ван Синьюй¹

Ж.З. Оралбаева¹

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

**СОСТОЯНИЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ AGILE-ПОДХОДА В УПРАВЛЕНИИ
ПРЕДПРИЯТИЯМИ**

Аннотация

В настоящее время применение проектных методов управления получает все большее распространение и включает в себя различный инструментарий, который раньше применялся в других отраслях управления. Руководители понимают, что необходимо использовать различные способы сокращения сроков выполнения работ, повышения их качества, сокращения стоимости реализации проект, оптимизация используемых ресурсов. Одним из таких способов является переход на гибкие методы управления проектами. К особенностям этих методов можно отнести их адаптивность к условиям и процессам, которые существуют в организации. В статье рассмотрены основные положения, характеристики и особенности применения Agile методологии управления. Также проведен анализ результатов исследований, проводимых исследовательскими и консалтинговыми компаниями, определяющими направления развития и изменения подходов к применению Agile методологии, отмечено, что наряду с проектными командами по разработке IT решений, данная методология применяется также другими департаментами в организации управления. Расширение масштабов использования данного подхода и рост популярности обусловлен получением преимуществ в процессе управления, а также позволяет гибко реагировать на происходящие изменения для сохранения конкурентных преимуществ компаниями. На примере компании Xiaomi рассмотрены направления использования Agile методологии в управлении процессами развития.

Ключевые слова: менеджмент, гибкое управление, Agile методология, конкурентоспособность предприятия, инновации, проектное управление.

Ван Синьюй¹

Ж.З. Оралбаева¹

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

КӘСІПОРЫНДЫ БАСҚАРУДА AGILE ТӘСІЛДІ ПАЙДАЛАНУ МӘРТЕБЕСІ

Аңдатпа

Қазіргі уақытта жобаларды басқару әдістерін қолдану кеңінен таралуда және оған бұрын басқарудың басқа салаларында қолданылған әртүрлі құралдар кіреді. Менеджерлер жұмыс уақытын қысқарту, олардың сапасын жақсарту, жобаны жүзеге асыру құнын төмендету, пайдаланылатын ресурстарды оңтайландыру үшін әртүрлі әдістерді қолдану қажет екенін түсінеді. Осы жолдардың бірі жобаларды басқарудың икемді әдістеріне көшу. Бұл әдістердің ерекшеліктеріне олардың ұйымда бар жағдайлар мен процестерге бейімділігі жатады. Мақалада Agile басқару әдістемесін қолданудың негізгі ережелері, сипаттамалары мен ерекшеліктері қарастырылады. Сондай-ақ, Agile әдістемесін қолдану тәсілдерін өзгерту және даму бағыттарын анықтайтын ғылыми-зерттеу және консалтингтік компаниялар жүргізген зерттеулердің нәтижелеріне талдау жүргізіліп, IT шешімдерді әзірлеу бойынша жобалық топтармен қатар, бұл әдістемені басқару ұйымындағы басқа бөлімшелер де пайдаланатыны да аталып өтті. Бұл тәсілді қолданудың кеңеюі және танымалдығының өсуі басқару процесінде артықшылықтарға қол жеткізуге байланысты, сонымен қатар компаниялар үшін бәсекелестік артықшылықтарды сақтау мақсатында ағымдағы өзгерістерге икемді жауап беруге мүмкіндік береді. Хиаоми мысалында даму процестерін басқаруда Agile әдіснамасын қолдану бағыттары қарастырылған.

Түйін сөздер: менеджмент, икемді менеджмент, Agile әдістемесі, кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігі, инновациялар, жобаларды басқару.

Wang Xinyu¹

Oralbaeva Zh.Z.¹

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

STATUS OF USING AGILE APPROACH IN ENTERPRISE MANAGEMENT

Abstract

Currently, the use of project management methods is becoming more widespread and includes various tools that were previously used in other areas of management. Managers understand that it is necessary to use various ways to reduce the time of work, improve their quality, reduce the cost of project implementation, optimize the resources used. One of these ways is the transition to flexible project management methods. The features of these methods include their adaptability to the conditions and processes that exist in the organization. The article discusses the main provisions, characteristics and features of the application of Agile management methodology. Also, the analysis of the results of studies conducted by research and consulting companies that determine the directions of development and changes in approaches to the use of the Agile methodology was carried out, it was noted that along with project teams for the development of IT solutions, this methodology is also used by other departments in the management organization. The expansion of the use of this approach and the growth in popularity is due to obtaining advantages in the management process, and also allows you to flexibly respond to ongoing changes in order to maintain competitive advantages for companies. On the example of Xiaomi, the directions of using Agile methodology in managing development processes are considered.

Key words: management, flexible management, Agile methodology, enterprise competitiveness, innovations, project management.

Одним из распространенных подходов в менеджменте рассматривается проектное управление. За время существования проектного управления было создано немало эффективных подходов, методик и стандартов, которые можно взять на вооружение. Разработанные подходы сильно отличаются друг от друга. Они различаются по областям применения, детализированности, самодостаточности и формализации.

Гибкий подход характеризуется хорошей адаптацией к постоянно изменяющейся среде. Такой подход к управлению проектами рекомендуется для творческих или инновационных проектов, где цель не совсем ясна и непредсказуемы запросы заказчика. У данного подхода есть свои достоинства и недостатки, которые нужно обязательно учитывать при использовании этого метода. Самым популярным и чаще используемым гибким методом является Agile. Agile – это быстрый и гибкий подход к управлению проектом на основе принципов сотрудничества, адаптивности и постоянного совершенствования.

Основные принципы Agile [1]:

- люди и взаимодействие важнее процессов и инструментов;
- готовность к изменениям важнее следования первоначальному плану;
- сотрудничество с заказчиком важнее согласования условий контракта;
- работающий продукт важнее исчерпывающей документации.

Гибкая методология Agile имеет основу, наделенную рядом характеристик [2]:

- быстрая реакция на изменения;
- самостоятельная организация процесса производства;
- предсказуемость;
- наличие непрерывной и постоянной обратной связи;
- разграничение рисков.

Agile методология – подход, предполагающий присутствие всех, кто занимается разработкой определенного проекта. При этом каждый специалист выполняет свою работу. Agile методология дает возможность увидеть, что всех участников процесса объединяет одна цель – создание качественного проекта для своего потребителя. Множество успешных проектов увенчались успехом только благодаря тому, что команды, работающие над ними, были достаточно гибкими, способными реагировать на внешние изменения и менять свои планы

В условиях конкурентной и хаотичной мировой экономики компании обращаются к проектному управлению для получения устойчивых показателей. Грамотное проектное управление начинается на уровне портфеля проектов, когда стратегическое видение приводит к инвестициям и определены показатели для оценки эффективности. Стратегическое выравнивание управления проектами, программами и портфелем проектов охватывает всю организацию, контролирует реализацию проекта на каждом уровне и стремится к достижению преимуществ на каждом этапе реализации проекта.

Термин проектное управление включает в себя не только управление проектами, но и управление портфелем проектов и программами. И все больше компаний понимают эффективность инвестирования денег, времени и ресурсов в повышение компетенции управления проектами. Благодаря развитию проектного управления в компании можно достичь сокращения расходов, повысить результативность, улучшить взаимодействие с клиентами и акционерами компании, а также получить больше конкурентных преимуществ. И экономический спад только способствует увеличению этих показателей.

Agile – это набор практик, целью которых является оперативная реакция на изменения в ходе рабочего процесса.

По опросам способов достижения этой цели. Согласно исследованию State of Agile, поведенного в 2020г, Методология Аджайл (Agile methodology) — один из самых

популярных и 95% респондентов заявили, что их компании частично либо полностью используют Agile методологии ведения проектов.

Также участники опроса рассказали, в каких департаментах их организаций используют Agile методологии. Среди них (рисунок 1) [3]:

- Разработка программного обеспечения (37%).
- IT (26%).
- Управление операциями (12%).
- Маркетинг (7%).
- Отдел кадров или HR (6%).
- Отдел продаж (5%).

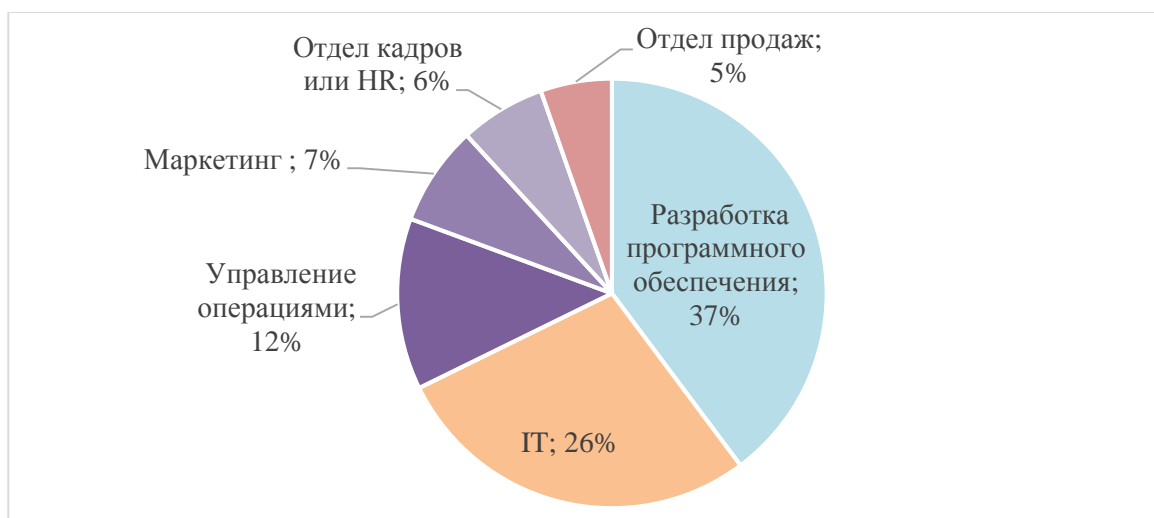


Рисунок 1- Департаменты, применяющие Agile- методологии

Примечание – рисунок составлен по данным [3]

<https://blog.ganttpro.com/ru/metodologiya-agile-methodology/>

Исследование Economist Intelligence показывает, что 80% руководителей компаний по всему миру считают проектное управление ключевой компетенцией, помогающей им оставаться конкурентоспособными во время экономической рецессии [4]. И даже когда экономический спад сменяется подъемом, ни у кого не возникает сомнений, что развитое проектное управление, применяемое ко всей деятельности компании, способствует достижению лучших результатов и получению долгосрочных бизнес-преимуществ.

Достижение бизнес-результатов реализуется через успешные проекты, поэтому стратегия проектного управления приводит к успеху компании.

В исследовании McKinsey & Co говорится, что приблизительно 60% топ-менеджеров называют укрепление проектной дисциплины одним из наиболее важных приоритетов развития компании.

Важность проектного управления определяется тем, что ведущие организации среди различных секторов экономики из разных стран неуклонно принимают проектное управление как способ контролировать затраты и улучшать результаты проектов. Когда в мировой экономике началась рецессия, эта практика стала еще более важной. Руководители открыли, что придерживаясь методов проектного управления, стратегии сокращения рисков и расходов на фоне увеличения числа успешных проектов – факторы успеха в период экономического кризиса.

В отчете Economist Intelligence Unit говорится, что больше 50% руководителей утверждают, что применение проектного подхода стало более важным с момента начала рецессии. В сравнении с 2007 годом респонденты ответили, что сейчас они:

- Уделяют больше времени планированию и экономическому анализу (40%),
- Более часто проводят обзоры оценки рисков, этапов и общей стоимости проектов (37%),
- Проводят более частое измерение количественных и качественных результатов проекта (38%).

«Большинство компаний признались, что экономический кризис выявил недостатки в их проектном управлении и вынудил их работать лучше» - говорится в отчете [3].

Поскольку любая ошибка может иметь нежелательные последствия в условиях ограниченных ресурсов, экспертиза проектного управления и контроль помогают организациям сокращать время получения результатов проектов, сокращать стоимость и обходить риски, позволяя им переждать спад и внедрить более сильные практики проектного управления на будущее.

По утверждению управляющего директора мирового IT-гиганта компании Intel «хорошая проектная дисциплина позволила нам перестать тратить деньги на проекты, которые потерпят неудачу». Ограниченные бюджеты и ресурсы означают сокращение финансирования инновационных проектов, которые могут продвинуть компанию вперед. Получение максимальной отдачи от доступных активов, в таком случае, приобретает первостепенное значение.

При ограниченности ресурсов руководители компаний должны быть уверены, что расходуют их лучшим образом и наиболее эффективно. В случае уменьшения процента неудачных проектов компании получают самые крупные преимущества который в свою очередь, улучшает конкурентоспособность компании.

Компании также понимают, что при повышении уровня их проектной зрелости возрастают получаемые бизнес-ценности. Чтобы повысить эффективность проектного управления и гарантировать стратегическое соответствие по портфелю проектов, руководство множества мировых организаций создает офисы управления проектами.

Внедрение проектного управления помогает создать в компании стратегическую цепочку ценности, которая дает компаниям преимущества перед их конкурентами, в особенности в секторах и рынках с высокой степенью риска. Возможность реализовывать проекты в рамках сроков и бюджета зачастую определяет сможет ли компания получить новый заказ или выпустить новый продукт на рынок.

По данным опроса Economist Intelligence Unit 90% руководителей по всему миру оценивают методы проектного управления как критические или имеющие значение для их способности реализовывать успешные проекты и оставаться конкурентоспособными.

В 2001 году группа из 17 разработчиков программного обеспечения разработала Agile Manifesto, книгу, в которой описаны двенадцать принципов Agile-фреймворка [4].

Двенадцать принципов заключаются в следующем:

- Удовлетворенность клиентов благодаря быстрой и непрерывной доставке ценного программного обеспечения.
- Приветствуя изменяющиеся требования, даже на поздних стадиях разработки.
- Поставка рабочего программного обеспечения чаще (недели, а не месяцы).
- Тесное сотрудничество, ежедневное сотрудничество между деловыми людьми и разработчиками.
- Проекты строятся вокруг мотивированных людей, и им следует доверять.
- Беседа лицом к лицу – лучший способ общения.
- Работающее программное обеспечение является ключевым показателем прогресса.

- Устойчивое развитие, способное поддерживать постоянный темп.
- Постоянное внимание к техническому совершенству и великолепному дизайну.
- Простота — искусство максимизировать количество невыполненной работы — имеет важное значение.
- Лучшие архитектуры, требования и проекты создаются самоорганизующимися командами.
- Команда регулярно размышляет о том, как стать более эффективной, и вносит соответствующие коррективы.
- Четыре основные идеи Agile включают в себя:
 - Сотрудничество с клиентами в ходе переговоров по контракту.
 - Люди и взаимодействия важнее процессов и инструментов.
 - Рабочее программное обеспечение по исчерпывающей документации.
 - Реагирование на изменение вместо следования плану.
- Некоторые методологии Agile включают Scrum, Extreme Programming (XP), Kanban и Adaptive Project Framework (APF).

Agile — это набор методов, которым следует команда для администрирования проекта или планирования, разделяя его на различные этапы при постоянном сотрудничестве с клиентами. Осуществляется постоянный контроль на каждом этапе разработки программного обеспечения проекта. Преимущества гибкой методологии заключаются в том, что действия по разработке и тестированию выполняются параллельно и синхронно, в отличие от традиционной методологии водопада.

Гибкая методология — один из самых простых и несложных способов превратить идею и различные потребности в выполнимые программные решения. Гибкий метод — это итеративная и поэтапная тактика проектирования программного обеспечения, которая использует постоянное планирование, понимание, обновление, командное партнерство, разработку и поставку. Гибкий процесс разбивается на отдельные модели, над которыми работает команда, тем самым поощряя гибкость к изменениям [5].

Руководствуясь принципами обеспечения ценности и сотрудничества с заинтересованными сторонами, гибкая методология исходит из того, что клиенты определяют конечное использование конечного продукта и виды проблем, которые конечный продукт пытается решить. Это упражнение помогает решить и прояснить ожидания и требования заказчика к команде разработчиков проекта.

Когда проект начинается, назначенные группы начинают планировать и работать над полным процессом посредством планирования, реализации и оценки. Поскольку процесс разработки является итеративным, ошибки устраняются на промежуточной стадии проекта. Этот процесс позволяет конечному продукту лучше соответствовать желаниям клиента.

Agile Management, как метод управления проектами, который впервые был разработан японскими производителями и в настоящее время широко популярный в индустрии разработки программного обеспечения, находит применение в управленческой деятельности многих компаний в разных странах. В частности, об использовании данного подхода упоминается в реализации «Xiaomi: проектирование экосистемы для «Интернета вещей», где метод Agile Management может использоваться для широкого спектра действий, таких как инновации продуктов и услуг, оптимизация процессов, инновации бизнес-моделей и производственная деятельность.

Xiaomi Inc. Это — компания мобильного интернета, основанная Лэй Цзюнем и семью соучредителями в 2010 г. В 2013 г. Xiaomi превратилась в крупнейшую китайскую компанию электронной коммерции со своей платформой электронной коммерции Mi Market. К 2014 г. компания превратилась в четвертую по величине в мире компанию по

производству бытовой электроники. В том же году компания вышла на несколько зарубежных рынков Юго-Восточной Азии, в первую очередь в Индию. Успешная экспансия в Индию привела к тому, что Xiaomi заняла 29,4% рынка смартфонов в Индии. В настоящее время можно видеть, что Xiaomi — это больше, чем просто китайский бренд смартфонов, это глобальный бренд бытовой электроники.

Компания называет себя компанией, занимающейся интернетом и программным обеспечением, а не только компанией, производящей смартфоны и оборудование. Однако Xiaomi обвиняют в подражании маркетинговым стратегиям Apple, и в настоящее время она использует бизнес-модель, аналогичную модели Amazon. Xiaomi превзошла Apple по доле рынка бытовой электроники в Китае, отчасти благодаря массовому подходу (рисунок 2).

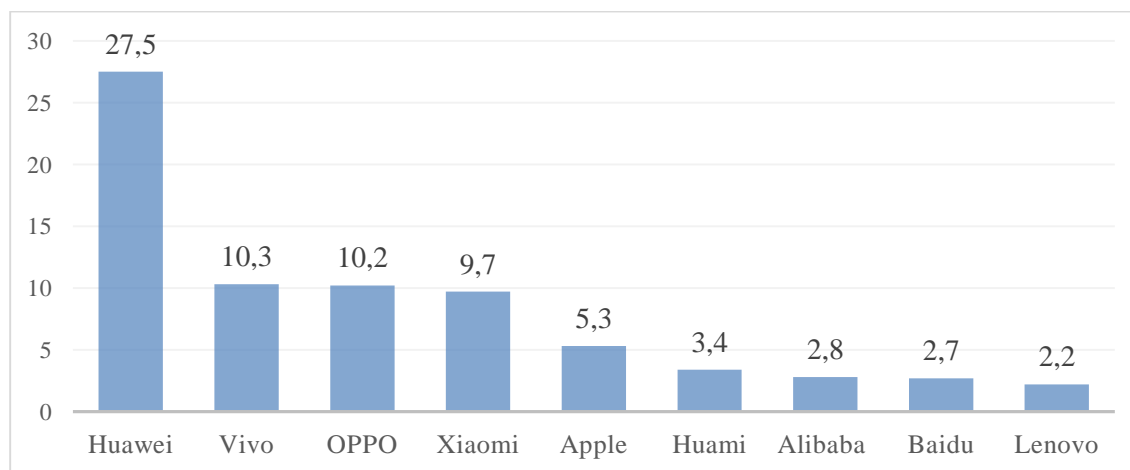


Рисунок 2 - Ведущие бренды бытовой электроники в Китае по занимаемой доле рынка в 2019г

Примечание – рисунок приведен по источнику [6]

Что уникально для Xiaomi, так это ее стратегия выпуска продуктов для своих смартфонов. Xiaomi выпускает телефоны нового поколения один раз в год, однако на протяжении всего этого года ее телефоны постоянно совершенствуются инженерами компании еженедельно. Инженеры собирают отзывы пользователей, общаясь с ними напрямую через онлайн-форумы Xiaomi. Собираемые отзывы потребителей учитываются при выпуске следующей партии смартфонов. После первоначального запуска ограниченного количества смартфонов компания начинает выпускать улучшенные версии в течение года еженедельными партиями.

Таким образом, что каждая партия содержит не только новейшее программное обеспечение, созданное в соответствии с рекомендациями пользователей, но и незначительные аппаратные обновления и изменения. С этой рыночной стратегией Xiaomi может за одну неделю выполнить то, на что у конкурентов уходит целый год. Однако стоит отметить, что по мере стабилизации программного обеспечения компания прекращает процесс доработки. Кроме того, не все модели следуют пути тестирования и улучшения.

Уникальная продуктовая стратегия Xiaomi не лишена проблем. Такая стратегия разработки продукта требует множества талантливых инженеров, что также увеличивает нагрузку на инженеров в долгосрочной перспективе. С точки зрения клиентов, это две стороны одной медали. Некоторые потребители считают, что стратегия ориентирована на пользователя, но разочарованы множеством ошибок в технологии.

Следование такому подходу означает, что именно продукты выбирают (технически подкованных) пользователей, а не пользователи выбирают продукты. Для компании это

может стоить потерянных продаж телефонов, поскольку клиенты покупают у конкурентов из-за отсутствия телефонов или предполагаемой потери стоимости из-за обновлений.

Стратегия ценообразования «лезвие бритвы» делает Xiaomi успешной как аппаратной, так и интернет-компанией. Стратегия ценообразования на основе бритвенных лезвий заключается в том, что продукт продается с убытком (бритва), но часто покупается вместе с другим прибыльным товаром (бритвенные лезвия).

Xiaomi вышла на рынок с низкой ценой при среднем и высоком качестве, что сделало смартфон «бритвой» ценовой стратегии. Это направлено на то, чтобы привлечь как можно больше клиентов для привлечения трафика на свой сайт электронной коммерции, где клиенты тратят время на покупку других продуктов Xiaomi, которые играют роль «бритвенных лезвий».

Самая дешевая модель телефонов Xiaomi стоит всего 549 юаней и предназначена для студентов и пожилых людей. Большинство смартфонов Xiaomi продаются по цене менее 5000 юаней. Устройства рассматриваются как каналы для их экосистем электронной коммерции. По словам генерального директора, Xiaomi получает прибыль за счет контента и услуг. Такая бизнес-модель во многом похожа на модель Amazon.

Xiaomi предлагает разнообразный профиль продуктов, включая смартфоны, ноутбуки, телевизоры, устройства для потоковой передачи интернет-медиа для телевизоров, носимые устройства, динамики и товары для жизни. Его фирменные продукты — смартфоны и телевизоры. Компания недавно подключилась к IoT (Интернету вещей) и концепции умного дома. Объединяя продукты и услуги и улучшая их совместимость, Xiaomi может стимулировать продажи комплектов.

В августе 2020 г. Xiaomi представила прозрачный телевизор стоимостью 10 000 долларов, что сделало его популярной темой на Weibo.

Применяя методы Agile-управления к постановке задачи в Xiaomi: создание экосистемы для «Интернет вещей», можно сформулировать широкий спектр решений, таких как инновации продуктов и услуг в области стратегии и исполнения, инновации бизнес-моделей, оптимизация операции, а также тонкая настройка цепочек создания стоимости вверх и вниз по течению. Гибкое управление позволит руководителям высшего звена в тематическом исследовании «Xiaomi: проектирование экосистемы для «Интернета вещей»» быстрее выводить инновации на рынок, снижать риск запуска продукта и предоставлять команде возможность вносить изменения в зависимости от клиента.

Agile – менеджмент можно внедрить в организации, выполнив следующие шаги [6]:

- Определение возможностей. Группа лидеров определяет возможности, в которых можно использовать agile-инновации. Одним из ключевых компонентов идентификации инновационных возможностей является последовательность действий и возможностей. Без правильной последовательности могут быть случаи локальной оптимизации, но общего дисбаланса.

- Руководители высшего звена формируют небольшие междисциплинарные и самоуправляющиеся группы для реализации основных возможностей, выявленных в процессе идентификации.

- Создание видения для команды. Еще до того, как команды начнут совместную работу, определяются видение и миссия команды. Заявление о видении и миссии сопровождается подробным списком потенциальных возможностей, способов их использования и ключевых показателей эффективности для достижения этих целей.

- Назначается координатор процесса, который координирует и обучает команду гибким методам, чтобы устранить барьеры и команда обратилась к человеку для решения проблем, связанных с гибкими процессами и методами управления.

- Многопрофильная команда в названии дела может создать дорожную карту, разбить сложные проблемы на управляемые задачи и выделить ресурсы для реализации наиболее важных возможностей.

- Команда должна работать короткими итеративными циклами, сосредоточившись на создании прототипов, которые можно легко протестировать в реальных условиях.

- После того, как прототипы разработаны, их следует протестировать среди клиентов и потенциальных клиентов для получения немедленной обратной связи.

- Группа управления Agile должна попытаться внедрить отзывы клиентов в прототип и адаптировать продукт таким образом, чтобы можно было учесть предпочтения клиентов и операционные возможности.

- Команда должна постоянно стремиться находить возможности для повышения эффективности продукта, услуги или процесса.

Гибкий подход к управлению поможет решить следующие проблемы.

- Культивировать прорывные инновации в различных областях, от разработки новых продуктов и маркетинга до улучшения цепочки поставок.

- Повышайте концентрацию и уменьшайте многозадачность. Поскольку метод гибкого управления проектами требует разбиения более крупных миссий и возможностей на управляемые задачи, он повышает роль специализации и опыта в фирме. Это позволяет уделять больше внимания ключевым видам деятельности и значительно снижает многозадачность внутри организации.

- Устранение малоценной работы и других форм потерь. По мере того, как роль опыта и специализации в организации возрастает, это автоматически приводит к сокращению малоценной работы и других непродуктивных задач.

- Лучшее управление изменениями. Поскольку организации лучше реагируют на развитие рынка, изменения в макросреде и изменения в предпочтениях клиентов, Agile-подход к управлению помогает фирме лучше управлять изменениями.

- Проворная организация и обучающаяся организация. Применение техники гибкого управления проектами позволит фирме быть более гибкой, более чутко реагировать на изменения рынка и изменять предпочтения клиентов. Это позволит компании создать устойчивое конкурентное преимущество за счет непрерывных инноваций.

Таким образом, Agile — незаменимый подход к управлению проектами, который держит команду в тонусе и постоянно помогает добиваться лучших результатов. Благодаря тесному сотрудничеству всех участников, а также вовлеченности и обратной связи потребителей продукта, результат приносит еще большее удовлетворение каждому участнику проекта.

Список использованной литературы

1. Решетникова И.Г., Гусарова М.С., Копытова А.В. Анализ методов управления проектом // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2019. – Т. 9. – № 1А. – С. 13–19.

2. Маркина Т.А. Управление проектами в информационных технологиях. Учебное пособие. / Т.А. Маркина– СПб: Университет ИТМО, 2016. – 88 с.

3. В чем секрет популярности и эффективности методологии Agile/ [Электронный ресурс]. – 2021. URL: <https://blog.ganttpro.com/ru/metodologiya-agile-methodology/> (дата обращения 05.11.2022)

4. Organisational agility: How business can survive and thrive in turbulent times A report from the Economist Intelligence Unit Sponsored by EMC. [Электронный ресурс]. – 2021. http://graphics.eiu.com/marketing/pdf/EMC_OrganisationalAgility.pdf. (дата обращения 05.11.2022).

5. Чуланова О.Л. Технология управления проектами и проектными командами на основе методологии гибкого управления проектами Agile // Вестник Евразийской науки, 2018 №1, <https://esj.today/PDF/65ECVN118.pdf>

6. How Xiaomi, “the Apple of China”, has grown into the world’s 4th largest smartphone brand in just 4 years/ [Электронный ресурс]. – 2021. <https://daxueconsulting.com/xiaomi-in-china/> (дата обращения 05.11.2022).

МРНТИ 06.39.02

М.А. Канабекова¹

Лю Хунвэй¹

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

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Аннотация

В статье поднимаются актуальные вопросы совершенствования управления предприятиями в условиях ускоряющегося темпа развития макроэкономики. Дополнительно детально рассматривается изменение организационных систем управления. Современная внешняя и внутренняя среда предприятия характеризуются высокой динамичностью, скорость происходящих изменений не позволят разработать и внедрить такую систему управления, которая была бы адекватна окружению на протяжении долгой даже среднесрочного периода. Исследования показали, что многие предприятия тратят ресурсы и погружаются в постоянные реорганизационные процедуры, которые тем не менее не достигают желаемых результатов – не могут обеспечить эффективность сегодня и развитие на завтра. Продолжающаяся смена организационных структур сигнализирует о потребности разработки нового подхода к организационной структуре управления – преактивного и прогностичного, с элементами самоорганизации и саморегулирования. Авторы статьи иллюстрируют логику нового подхода, показывая связь между динамическими изменениями среды, системой управления и экономическими результатами работы предприятия.

Ключевые слова: организационная структура управления, система управления, управление предприятием, социально-экономические тренды, совершенствование, развитие

М.А. Канабекова¹

Лю Хунвэй¹

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

ҚАЗІРГІ ЖАҒДАЙДА КӘСПОРЫНДЫ БАСҚАРУ ЖҮЙЕСІН ЖЕТІЛДІРУ

Аңдатпа

Мақалада макроэкономиканың қарқынды дамуы жағдайында кәсіпорындарды басқаруды жетілдірудің өзекті мәселелері көтеріледі. Ұйымдастырушылық басқару жүйелерінің өзгеруі қосымша егжей-тегжейлі қарастырылады. Кәсіпорынның қазіргі сыртқы және ішкі ортасы жоғары динамизммен сипатталады, болып жатқан өзгерістердің жылдамдығы ұзақ уақыт бойы, тіпті орта мерзімді кезеңде де қоршаған ортаға сәйкес келетін басқару жүйесін жасауға және енгізуге мүмкіндік бермейді. Зерттеулер көрсеткендей, көптеген кәсіпорындар ресурстарды жұмсайды және қажетті нәтижелерге қол жеткізе алмайтын тұрақты қайта құру

процедураларына енеді – бүгін тиімділік пен ертеңгі күннің дамуын қамтамасыз ете алмайды. Ұйымдық құрылымдардың үздіксіз өзгеруі өзін – өзі ұйымдастыру және өзін-өзі реттеу элементтерімен басқарудың ұйымдық құрылымына жаңа тәсілді-реактивті және болжамды әзірлеу қажеттілігін білдіреді. Мақала авторлары қоршаған ортаның динамикалық өзгерістері, басқару жүйесі және кәсіпорынның экономикалық нәтижелері арасындағы байланысты көрсете отырып, жаңа тәсілдің логикасын көрсетеді.

Түйін сөздер: басқарудың ұйымдастырушылық құрылымы, басқару жүйесі, кәсіпорынды басқару, әлеуметтік-экономикалық трендтер, жетілдіру, дамыту.

Kanabekova M.¹

Liu Hongwei¹

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

IMPROVEMENT OF THE ENTERPRISE MANAGEMENT SYSTEM IN MODERN CONDITIONS

Abstract

The article raises topical issues of improving the management of enterprises in the context of the accelerating pace of development of macroeconomics. Additionally, the change of organizational management systems is considered in detail. The modern external and internal environment of the enterprise is characterized by high dynamism, the speed of changes will not allow to develop and implement such a management system that would be adequate to the environment for a long and even medium-term period. Studies have shown that many enterprises waste resources and plunge into constant reorganization procedures, which nevertheless do not achieve the desired results – they cannot ensure efficiency today and development for tomorrow. The ongoing change of organizational structures signals the need to develop a new approach to the organizational structure of management – proactive and predictive, with elements of self-organization and self-regulation. The authors of the article illustrate the logic of the new approach, showing the relationship between dynamic changes in the environment, the management system and the economic results of the enterprise.

Keywords: organizational structure of management, management system, enterprise management, socio-economic trends, improvement, development.

При любом подходе к управлению предприятием наступает время, когда нужно решить организационные вопросы. Необходимо определить, в какой организационной форме, структуре и как будут приниматься и исполняться управленческие решения. Причем принимать организационные решения необходимо не только на старте работы, при формировании производственной и управляющей подсистем, но и регулярно, отвечая на внешние и внутренние вызовы.

Ускоряющееся развитие макроэкономических систем, турбулентность и неопределенность, выражаемые аббревиатурой «VUCA», предъявляют все больше требований к эффективности управления предприятиями [1]. И, соответственно, к организационным решениям. Среди прямых вопросов, ответы на которые и определяют вид, организационную сложность и стабильность структуры управления, можно назвать:

– как долго ситуация на рынках позволит нам стабильно производить и реализовывать заданный объем продукции?

– как инновации будут влиять на технологии?

– какие требования государственного регулятора и международных институтов будут предъявляться к производству?

– как развитие общества повлияет на социальную обстановку и коллектив и т.п.

Раньше было допустимо разработать систему управления, которая была бы адекватна условиям среды на протяжении нескольких лет. Но период соответствия сокращается последние полвека. В настоящее время полное соответствие систем управления заданным условиям истекает едва ли не сразу после их внедрения на предприятии [2]. Причем корректировка систем управления почти всегда включает и организационные, структурные изменения. На предприятиях происходят постоянные реорганизации разной степени глубины: например, согласно исследованию McKinsey 2014 г., около 70% компаний-респондентов провели реорганизацию за последние два года [3]. Очевидно, что компании тратят время и средства на реорганизацию, осознавая важность соответствия организационной структуры требованиям внешней среды и внутренним условиям. И такой вывод позволяет предположить, что современная система управления предприятием должна быть не только адекватной существующим условиям, но и прогностичной – определять, какие тренды, как и когда повлияют на предприятие. А далее и преактивной – изменяться до появления критических разрывов.

Ответ на вопрос о том, как должна выглядеть модель реагирования системы управления на влияние среды в части организационных преобразований, и есть задача данной статьи. Но прежде необходимо уточнить суть управления и организационной структуры как таковых в современных условиях.

Организационная структура как основа системы управления. В самом общем виде система управления представляет собой набор средств управления каким-либо объектом. Одним из элементов этой системы является организационная структура управления (ОСУ), которая организует прочие элементы в упорядоченную структуру и систематизирует связи между ними [4]. Причем ОСУ в понимании авторов – это и организационная схема по распределению полномочий, и архитектура принятия решений в рамках схемы [5]. Поэтому ОСУ и следует рассматривать как ключевой инструмент достижения целей управления, и, следовательно, изменение системы управления должно происходить через изменение ОСУ.

Системные исследования процессов построения ОСУ начались более 200 лет назад. Организация работы заводов – промышленных гигантов XIX и начала XX века – без этого была бы невозможна. Современный организационный дизайн берет начало в исследованиях теоретиков и практиков менеджмента начала XX века, когда появились первые труды А. Файоля и Ф. Тейлора о формальной структуре [6, 7]. Взгляды на факторы и принципы, которые необходимо учесть при построении ОСУ, мнения о существовании идеального типа ОСУ и другие вопросы разработки (дизайна, формирования) ОСУ сейчас относят к различным подходам: механистический, органический и т.п. [8]. Постоянный интерес к ОСУ в науке, множество практических примеров разработки все новых типов ОСУ или механизмов их совершенствования наглядно иллюстрируют актуальность и незавершенность поиска эффективного подхода или даже концепции в построении ОСУ. Другой иллюстрацией запроса на развитие подходов является то, что происходящие на предприятиях процессы реорганизации часто не дают желаемых результатов. Согласно исследованию McKinsey 2014 г., около 80% организационных преобразований не привели к желаемым результатам [3], а в исследовании EY 2020 г. говорится, что уже в 90% случаев поставленные цели не были достигнуты [9].

То, что своевременная и удачная смена подхода к построению ОСУ и самого типа ОСУ ведет к преобразованию управления и к успеху бизнеса в целом, свидетельствуют примеры из истории. Например, внедрение дивизиональной модели на General Motors в конце 1920-х. В результате трансформации компания стала лидером автомобилестроения США [10]. Другой пример – внедрение новой матричной ОСУ в IBM в начале 1960-х, результатом которой стала разработка передового компьютера System/360 [11]. Dow Corning на рубеже

1960-1970-х в свою очередь решила проблему недостаточной координации и неэффективного процесса управления, сменив дивизиональную ОСУ на многомерную [12].

Современные глобальные тренды и ОСУ. Рассмотрим современную ситуацию вокруг и внутри предприятий с позиций общих тенденций. Цифровизация, продолжающаяся роботизация, телеуправление и т.п. меняют характер производства, вытесняют рутинный труд и заставляют преобразовывать роль персонала [13]. Развитие культуры, межстрановая интеграция и свободный информационный обмен, устойчивое благополучие нескольких поколений в развитых странах приводят к смене парадигмы мышления уже новых поколений [14]. Для предприятий это важно в части отношения к труду и занятости. Появление новых индустрий и рынков ожидается в связи с развитием технологий 4-го и последующих технологических укладов. Но кроме динамичных и вполне ожидаемых изменений огромное влияние на производство могут оказать и непредвиденные. Наглядным примером стала пандемия COVID-19 в 2020 г., резко усилившая тренды на цифровизацию и организацию работы с персоналом и кардинально изменившая требования к организации труда и бизнес-моделям. Так особенно сильно проявились тренды, связанные с заботой о благополучии (англ. wellbeing) (а не просто производственная безопасность), предоставление большей свободы. в принятии решений в связи с невозможностью контролировать удаленно работающих сотрудников привычными инструментами и др. [15].

Организационно-управленческий шок от пандемии имел разную силу для предприятий с различными ОСУ. Переход к удаленной работе для систем управления в IT-отрасли, где используются agile-методология и плоские ОСУ, воспринимался почти нормой. Предприятия с ситуативным управлением и гибкими современными ОСУ, например, на основе все той же agile-методологии, постоянно меняющие структуру и подходы к коллективной работе, смогли перестроиться быстрее и с лучшими результатами [16].

Однако общая логика изменения ОСУ на предприятиях состоит в «реактивности», умении быстро находить ответы после проявления изменений. Имеющиеся подходы построения ОСУ перерабатывают сведения о фактически имеющихся ресурсах, тенденциях, явлениях или информационных потоках и, как правило, не включают в себя инструменты преактивного анализа грядущих изменений и учета их в качестве фактора построения ОСУ. Например, «бирюзовые» организации хоть и соответствуют актуальному на сегодняшний день состоянию среды, не включают в себя инструментов адаптации к последующим изменениям. Другие разработки, которые строятся с учетом явных и сильных трендов, пока не имеют достаточной практической апробации. К таким подходам можно отнести, например, «человекократию» [17].

Все это подтверждает необходимость поиска подхода к построению ОСУ, способного заранее распознавать или игнорировать тренды и обеспечивать тем самым максимальную устойчивость структуры и предприятия в целом. Преактивность как важная характеристика ожидаемого подхода к построению ОСУ подтверждается также исследованием VCG от 2012г., которое показало, что реорганизации, которые проводятся после появления сигналов кризиса (например, при снижении выручки), в половине случаев безуспешны [18]. Другими словами, проводить реорганизацию нужно не тогда, когда негативные последствия для предприятия уже проявились, а в период стабильности или роста.

Контуры подхода к преактивному построению ОСУ. Подход к построению ОСУ должен обеспечивать своевременную адаптацию предприятия к ожидаемым изменениям, объединяемым в тренды. Эта адаптация (и ее скорость) – залог эффективности работы предприятия и фактор успеха на рынке. Подход должен позволить разработать механизм построения ОСУ.



Рисунок 1. Подход к анализу трендов и проектированию механизма построения современной ОСУ [составлено авторами]

На рисунке 1 показано, каким образом и как тренды влияют на систему управления предприятием, заставляя систему выдавать запрос на изменение ОСУ. Причем эти изменения (корректировки / пересмотр вида / изменение подхода к построению в целом) проверяются на адекватность через экономические результаты работы предприятия. Здесь формируется требование к механизму мультипликативного характера: ОСУ должна обеспечивать больший рост экономических результатов предприятия, нежели рост затрат на содержание ОСУ и системы управления в целом. Также подход, проиллюстрированный рисунком, отличается учетом трендов непосредственно при разработке теоретических основ проектируемого механизма построения ОСУ. Это позволяет расширить рамки исследования, рассматривать факторы и принципы построения ОСУ шире, нежели только как часть системы управления, внутреннюю задачу. Следовательно, в периметр оцениваемых факторов потребуется включать больше факторов, например, поведенческие аспекты сотрудников, их неявные транзакционные издержки.

Показанной логики, по мнению авторов, и следует придерживаться при разработке механизма построения ОСУ. Причем можно выдвинуть гипотезу о том, что базироваться механизм станет на принципах максимального саморегулирования и самоорганизации, в определенном порядке реализуемых системой управления во взаимосвязи с подсистемами:

- 1) мониторинга текущих тенденций и ожидания от будущего;

- 2) контроля силы изменений факторов влияния на ОСУ;
- 3) учета эффектов и экономических результатов.

Однако, понимая, что будущие изменения предугадать полностью невозможно, как невозможно и заложить всевозможные вариации в механизм построения ОСУ, следует говорить лишь об определенной степени преактивности в управлении изменениями ОСУ. А степень преактивности позволит выяснить изучение:

- характера, повторяемости и силы текущих трендов;
- цикличности в развитии социально-экономических систем макроуровня и закономерностей в развитии систем управления;
- социально-психологической готовности коллективов к скорости и радикальности изменений в различных отраслях и на различных предприятиях.

Изменения последних лет в системах управления, поиски новой эффективной ОСУ свидетельствуют не только о необходимости активизации научных исследований в этой сфере, но и о больших возможностях роста эффективности для тех предприятий, кто выберет и внедрит ОСУ, полностью отвечающую требованиям современного мира.

Список использованной литературы

1. Popova N., Shynkarenko V., Kryvoruchko O., Zoltan Z. *Enterprise management in VUCA conditions // Economic Annals-XXI. 2018. № 170 (3–4). P. 27–31. DOI: 10.21003/ea.V170–05.*
2. Комтер Дж. П. *Ускорение перемен. Изд.: Олимп-Бизнес, 2015. 190 с.*
3. McKinsey & Company. *The secrets of successful organizational redesigns: McKinsey Global Survey results [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.mckinsey.com/business-functions/organization/our-insights/the-secrets-of-successful-organizational-redesigns-mckinsey-global-survey-results>. Дата обращения 29.03.2021.*
4. Луцецкий Ю.М. *Система управления предприятием // Программные продукты и системы / Software & Systems. 2018. № 2 (31). С. 246–252. DOI: 10.15827/0236-235X.122.246–252.*
5. Качалкина К.Г. *Учет ограниченной рациональности в организационном проектировании // Научные записки молодых исследователей. 2020. Т. 8. № 5. С. 75–84.*
6. Fayol H. *The administrative theory in the state (translated by S. Greer) // Papers on the Science of Administration. New York: Institute of Public Administration, Columbia University. 1937. P. 99–114.*
7. Taylor F.W. *The Principles of Scientific Management. New York: Harper & Brothers, 1911. 144 P.*

МРНТИ 82.01.85

Ли Мэн¹

З.У. Джубалиева¹

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

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ЦИФРОВУЮ ТРАНСФОРМАЦИЮ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ КОМПАНИИ

Аннотация

Понятие цифровая трансформация характеризует процесс, охватывающий как технологические, так и культурные и социальные аспекты. Она основана на предоставляемых техническим прогрессом возможностях для пересмотра способов взаимодействия, способов работы организаций

Цифровые технологии направлены на изменение способов производства товаров и услуг, внедрения инноваций и взаимодействия с другими предприятиями, сотрудниками, потребителями и правительством. Они несут широкий спектр преимуществ для деятельности предприятия и в конечном итоге огромный потенциал для повышения производительности предприятия.

Цифровая трансформация связана с интеграцией цифровых систем и технологий в обычные процессы. В производстве существует безграничное количество применений цифровых технологий для улучшения методов производства.

Как показывает анализ существующих процессов цифровизации цифровые инструменты и методы позволяют компаниям улучшать дизайн продукции, оптимизировать производственные процессы, привлекать новых клиентов и развивать отношения с поставщиками во всей цепочке создания ценности. Они также помогают создать более гибкие бизнес-модели за счет более низких затрат на основные средства и рабочую силу.

В связи с тем, что цифровые технологии меняются очень быстро, необходимо постоянно актуализировать цифровые навыки персонала, т.е. требуется интегрировать развитие цифровых навыков в рабочие места сотрудников.

Ключевые слова: цифровая трансформация, цифровизация, цифровые технологии, инновации, цифровые инструменты и методы, цифровые компетенции

Ли Мэн¹

З.У. Джубалиева¹

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

ӨНДІРУШІ КОМПАНИЯНЫҢ ЦИФРЛЫҚ ТРАНСФОРМАЦИЯСЫНА ӘСЕР ЕТЕТІН ФАКТОРЛАР

Аңдатпа

Цифрлық трансформация тұжырымдамасы технологиялық пен мәдени және әлеуметтік аспектілерді қамтитын процесті сипаттайды. Ол ұйымдардың өзара әрекеттесу тәсілдерін, жұмыс әдістерін қайта қарау технологиялық прогресс беретін мүмкіндіктерге негізделген.

Цифрлық технологиялар тауарлар мен қызметтерді өндіру тәсілін өзгертуге, инновацияларды енгізуге және басқа кәсіпорындармен, жұмысшылармен, тұтынушылармен және мемлекетпен өзара әрекеттесуге бағытталған. Олар компанияның қызметі үшін кең ауқымды артықшылықтарға және, сайып келгенде, компанияның өнімділігін арттыру үшін үлкен әлеуетке ие.

Цифрлық трансформация цифрлық жүйелер мен технологияларды қарапайым процестерге біріктірумен байланысты. Өндірісте өндіріс әдістерін жақсарту үшін сандық технологияны қолданудың шектеусіз саны бар.

Қолданыстағы цифрландыру процестерін талдау көрсеткендей, цифрлық құралдар мен әдістер компанияларға өнім дизайнын жақсартуға, өндірістік процестерді оңтайландыруға, жаңа тұтынушыларды тартуға және бүкіл құн тізбегі бойынша жеткізушілермен қарым-қатынасты дамытуға мүмкіндік береді. Олар сондай-ақ капитал мен еңбек шығындарын азайту арқылы икемді бизнес үлгілерін жасауға көмектеседі.

Цифрлық технологиялар өте тез өзгертіндіктен, қызметкерлердің цифрлық дағдыларын үнемі жаңартып отыру қажет, яғни. қызметкерлердің жұмыс орындарына цифрлық дағдыларды дамытуды біріктіру талап етіледі.

Түйін сөздер: цифрлық трансформация, цифрландыру, цифрлық технологиялар, инновациялар, цифрлық құралдар мен әдістер, цифрлық құзыреттер

Li Meng¹

Dzhubalieva Z.U.¹

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

FACTORS AFFECTING THE DIGITAL TRANSFORMATION OF A MANUFACTURING COMPANY

Abstract

The concept of digital transformation characterizes a process that covers both technological and cultural and social aspects. It is based on the opportunities provided by technological progress to redefine the way we interact, the way organizations work.

Digital technologies aim to change the way we produce goods and services, innovate and interact with other businesses, employees, consumers and government. They bring a wide range of benefits to the operation of the enterprise and, ultimately, a huge potential for increasing the productivity of the enterprise.

Digital transformation is associated with the integration of digital systems and technologies into ordinary processes. In manufacturing, there are limitless applications of digital technology to improve production methods.

As an analysis of existing digitalization processes shows, digital tools and methods allow companies to improve product design, optimize production processes, attract new customers and develop relationships with suppliers throughout the value chain. They also help create more flexible business models through lower capital and labor costs.

Due to the fact that digital technologies change very quickly, it is necessary to constantly update the digital skills of the staff, i.e. it is required to integrate the development of digital skills into the workplaces of employees.

Keywords: digital transformation, digitalization, digital technologies, innovations, digital tools and methods, digital competencies

Сохранение предприятиями своих конкурентных позиций в условиях глобальной цифровизации и в информационном типе экономике возможно только путем постоянного внедрения инноваций [1]. Как показывают исследования, руководители промышленных компаний считают, что цифровизация предлагает больше возможностей, чем рисков, большинство руководителей предприятий считают, что повышение эффективности является основной причиной инвестирования в цифровую трансформацию: интегрированное планирование цифрового предприятия, более эффективное использование активов, снижение затрат на качество и автоматизация способствуют такому повышению эффективности [2].

Понятие цифровая трансформация характеризует процесс, охватывающий как технологические, так и культурные и социальные аспекты. Она основана на предоставляемых техническим прогрессом возможностях для пересмотра способов взаимодействия, способов работы организаций и способов, которыми люди укрепляют доверие, хранят информацию, создают ценность и осуществляют транзакции. В конечном итоге она предоставляет возможности для внедрения инноваций частным лицам, предприятиям и правительствам. Она многопрофильна по своей природе и не может быть сведена к каким-либо отдельным компонентам или областям применения.

Цифровые технологии направлены на изменение способов производства товаров и услуг, внедрения инноваций и взаимодействия с другими предприятиями, сотрудниками, потребителями и правительством. Они несут широкий спектр преимуществ для деятельности

предприятия и в конечном итоге огромный потенциал для повышения производительности предприятия.

На промышленных предприятиях используются различные цифровые технологии, в том числе киберфизические системы, облачные вычисления, Интернет вещей (Internet of Things, IoT) и промышленный Интернет вещей (Industrial Internet of Things, IIoT), искусственный интеллект, машинное обучение, цифровые двойники и другие технологии. Киберфизические системы представляют собой системы взаимодействующих устройств, средств передачи, обработки и хранения данных. Они являются базовыми составляющими архитектур существующих и перспективных средств автоматизации управления сложными объектами. Цифровые двойники применяются для виртуальной визуализации, моделирования и изучения сложных операционных продуктов, а затем полученные данные используются для существенного улучшения времени выхода на рынок продукта, стоимости, качества и т.д. Цифровая имитационная модель предприятия позволяет планировать оптимальную расстановку технологического, вспомогательного и обеспечивающего оборудования, создавать схемы инженерных сетей на уровне цехов и предприятия в целом [3].

Технология Интернета вещей (IoT) основана на объединении в сеть физических объектов, в которые встроены датчики, программное обеспечение и другие технологии с целью подключения и обмена данными с другими устройствами и системами через Интернет. Объединяемые в сеть физические устройства могут быть как обычными бытовыми устройствами, так и сложным промышленным оборудованием. С помощью облачных технологий, больших данных, мобильных технологий физические объекты могут обмениваться данными и собирать информацию с минимальным вмешательством человека. Промышленный Интернет-вещей (IIoT) представляет собой применение технологии IoT в промышленных условиях, в частности, речь идет о подключении контрольно-измерительных приборов, датчиков и устройств, управление которыми осуществляется с помощью облачных технологий. Интернет вещей для предприятий позволяет собирать и анализировать данные от подключенных ресурсов, людей и мест, предлагая практически значимую аналитику в промышленной среде.

Цифровые инструменты и методы позволяют компаниям улучшать дизайн продукции, оптимизировать производственные процессы, привлекать новых клиентов и развивать отношения с поставщиками во всей цепочке создания ценности. Они также помогают создать более гибкие бизнес-модели за счет более низких затрат на основные средства (например, облачные вычисления предлагают доступ к хранилищу и обработке данных по мере необходимости) и рабочую силу (искусственный интеллект позволяет предприятиям автоматизировать все более сложные задачи). В случае онлайн-платформ, таких как Google, Amazon или Kickstarter, цифровые технологии позволяют предприятиям выполнять ключевые бизнес-функции (например, маркетинг, продажи, финансирование), получая при этом существенные положительные сетевые эффекты и доступ к глобальным рынкам [4].

Цифровая трансформация связана с интеграцией цифровых систем и технологий в обычные процессы. В производстве существует безграничное количество применений цифровых технологий для улучшения методов производства. Некоторые цифровые технологии, которые лидируют в разных отраслях, включают [4]:

- Машинное обучение и искусственный интеллект,
- Производственная аналитика,
- Датчики контроля состояния,
- Профилактическое обслуживание (PdM),
- Цифровые двойники,
- Робототехника,
- Дополненная и виртуальная реальность,

– Автономные системы.

Несмотря на эти современные инструменты, цифровая трансформация не является или не должна быть столько технологической инициативой, сколько бизнес-инициативой. В конечном счете, цель состоит в том, чтобы добиться общего повышения производительности, эффективности и качества. Естественно, внедрение улучшений в этих областях приведет к значительному увеличению чьей-либо прибыли.

В то время как технологии могут быть инструментом для достижения этих целей, цифровизация выходит за рамки только аппаратного обеспечения — она преобразует методы ведения бизнеса для достижения и поддержания целей. Это помогает проложить путь к непрерывному циклу операционных улучшений. Цифровая трансформация в производстве — это способ сохранить лидерство бизнеса на рынке с растущей конкуренцией.

Изменения бизнес-процессов, от оцифровки до цифровой трансформации (см. рисунок 1), меняют форму миллионов рабочих мест и оказывают глубокое влияние на рынки труда и наборы навыков по всему миру [5].

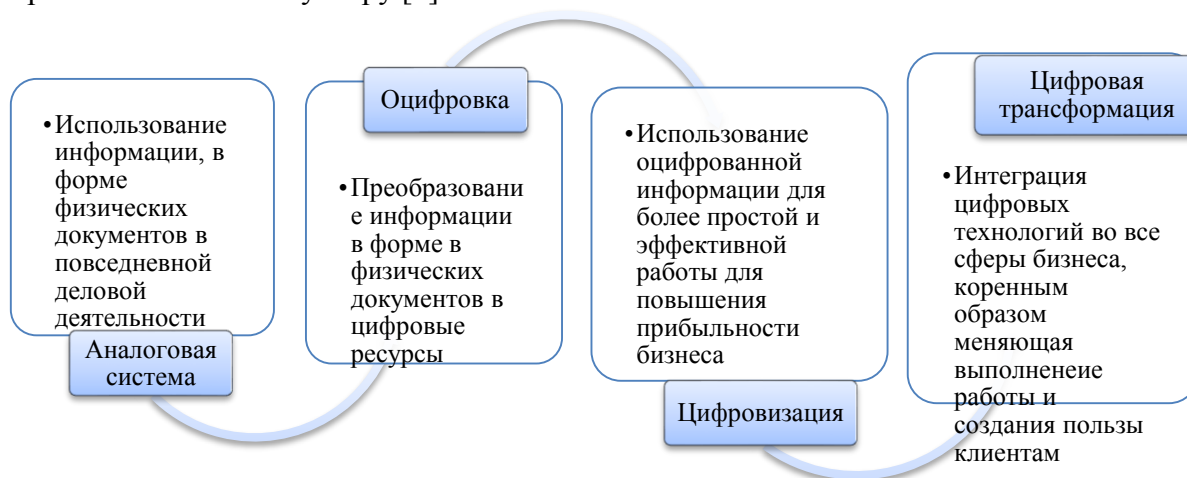


Рисунок 1 – Процесс цифровой трансформации
Примечание – Рисунок приведен по источнику [5]

Эти трансформационные изменения в основном обусловлены компьютерной автоматизацией, изменяющей внутреннюю конфигурацию множества профессий, как отмечено в докладе Всемирного экономического форума в 2019 г., а также создающей новые типы рабочих мест. В результате меняются и навыки, необходимые населению мира, что создает потребность в серьезных инвестициях в человеческий капитал [1]. Для понимания основных типов цифровых навыков, необходимых для обеспечения устойчивости к текущим процессам технологических преобразований, необходимо рассмотрение некоторых важных контекстов для определения цифровых навыков. К ним относятся контекст Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), типы и уровни цифровых навыков Европейского союза (ЕС) и Международного союза электросвязи (МСЭ). На рисунке 2 показаны эти контексты. Группировка цифровых навыков, предложенная МСЭ, считается наиболее четкой для классификации уровней владения цифровыми навыками, необходимых отдельным лицам для их социальной интеграции, а также сотрудникам в настоящее время и для обеспечения их карьеры в будущем.

Контекст ОСЭР	Контекст ЕС	Контекст МСЕ
<ul style="list-style-type: none"> • Общие навыки ИКТ • Навыки специалиста в области ИКТ • Дополнительные навыки в области ИКТ 	<ul style="list-style-type: none"> • Навыки использования цифровых технологий • Навыки цифрового специалиста • Навыки цифрового предпринимательства 	<ul style="list-style-type: none"> • Базовые цифровые навыки • Средние цифровые навыки • Продвинутое цифровые навыки

*Рисунок 2 – Контексты цифровых навыков
Примечание – Рисунок приведен по источнику [5]*

Развитие процессов цифровой трансформации имеет различия в отдельных отраслях и обусловлено множеством разнообразных факторов, и в тоже время привлекает внимание в связи с возможностью получения ряда преимуществ. Преимуществами цифровой трансформации в производстве являются:

1. Снижение затрат – например, исследование Deloitte показывает, что компании с более высоким уровнем цифровой зрелости сообщают о более высоком росте чистой прибыли и выручки. Другими словами, организация, которая использовала цифровые технологии для получения выгоды для бизнеса, добилась заметного увеличения прибыли по сравнению со средним показателем по отрасли. Непосредственные преимущества технологии легко узнаваемы, например, повышение эффективности и качества. В дальнейшем происходит снижение затрат и увеличение доходности.

Например, использование датчиков для понимания того, какие машины испытывают повторяющиеся проблемы и какие из них больше всего бьют по прибыли, может дать направление усилиям работников по улучшению и относительно быстрой окупаемости инвестиций. Возможно, тогда можно будет повысить эффективность, установив роботов и автоматизацию для решения узкоспециализированных задач, увеличив производительность производства за счет обеспечения автономных операций.

Кроме того, тщательные алгоритмы искусственного интеллекта могут гарантировать, что система будет постоянно производить высококачественную продукцию. Эти факторы приводят к снижению удельных затрат при сохранении устойчивых производственных мощностей.

2. Видимость данных – подразумевает, что хотя традиционные компьютеры способны хранить значительные объемы данных, их физические ограничения ограничивают возможности совместного использования. Переход к цифровому подходу открывает каналы для просмотра данных с практически безграничным пространством для хранения в облаке.

Делая данные видимыми и доступными в режиме реального времени, он позволяет более широкому персоналу на заводе (т.е. операторам линии, техникам по техническому обслуживанию, персоналу по контролю качества и т. д.) принимать более обоснованные решения и более эффективно сотрудничать для достижения общей цели. производительность производства. Ведь когда выигрывает производство, выигрывают все.

Видимость данных можно считать ничем не примечательным шагом, но это приводит к сокращению избыточной работы, повышению точности данных и выявлению правильных возможностей улучшения, которые повлияют на итоговую прибыль.

3. Повышенная надежность процессов и оборудования – связана с тем, что по оценкам, незапланированные простои ежегодно обходятся производителям в 50 млрд. долл. Этот высокий показатель заслуживает особого внимания, и цифровые технологии могут дать

ответ в виде профилактического обслуживания. Профилактическое обслуживание — это стратегия, направленная на повышение надежности за счет принятия корректирующих мер еще до того, как произойдет поломка. В нем используются датчики, измерительные устройства и устройства беспроводной связи, которые собирают информацию об условиях работы оборудования. Специализированное программное обеспечение выполняет анализ с использованием данных в режиме реального времени для выдачи предупреждений и рекомендаций по техническому обслуживанию. Эта стратегия гарантирует, что активы находятся в хорошем состоянии, не тратя внутренние ресурсы компаний на ненужные работы по техническому обслуживанию.

4. Большая гибкость – означает, что цифровое мышление снижает зависимость компании от физических ограничений. Подходящим примером того, как цифровая трансформация обеспечивает большую гибкость, является программное обеспечение, предлагаемое в качестве услуги.

Раньше программные продукты предназначались исключительно для компаний определенного размера или вида деятельности. Программное обеспечение по запросу не оставляло достаточно места для расширения или обновления. С другой стороны, облачное программное обеспечение предлагает более настраиваемый опыт. Продукты обычно доступны в виде услуг по подписке, которые можно адаптировать по мере изменения приоритетов компании или увеличения ее размера.

5. Повышенная эффективность связана с тем, что наличие правильных инструментов повышает производительность при одновременном снижении трудозатрат. Переход от монотонного и повторяющегося процесса к системе с цифровой поддержкой может устранить множество ненужных отходов в компании.

6. Стандартизация процессов означает, что, хотя во многих производственных операциях задействованы машины, большая часть процессов по-прежнему требует ручной обработки. Эти действия будут включать в себя сортировку рабочих процессов, проведение проверок и даже техническое обслуживание. Внедрение цифрового решения предлагает способ стандартизировать существующие привычки.

Например, приоритизацию рабочих заданий и выполнение основных задач можно автоматизировать и отслеживать с помощью мобильного устройства. Цифровая трансформация также прокладывает путь к специализированному программному обеспечению, упрощающему процедуры технического обслуживания. Программное обеспечение CMMS или EAM, в частности, может запрограммировать повторяющиеся задачи обслуживания в соответствии с заданными интервалами или условиями использования.

7. Оперативная предсказуемость подразумевает, что производство всегда было конкурентной сферой. Лучшие компании стремятся сохранить конкурентное преимущество перед другими игроками. Та же закономерность прослеживается в ответах на опросы, показывающие осведомленность производителей о том, что их конкуренты инвестируют в цифровую трансформацию.

Возможность получения данных преимуществ безусловно ориентирует компании на активизацию процессов цифровой трансформации. В тоже время отмечаются факторы, затрудняющие проведение цифровой трансформации.

К ключевым факторам, ограничивающим возможности цифровизации в промышленном производстве, относятся [3]:

- высокая стоимость IT-решений по цифровизации производственных процессов;
- недостаточный уровень цифровых компетенций у персонала промышленных предприятий;

- недоверие и сопротивление персонала промышленных предприятий к цифровизации бизнеса;

- дефицит инвестиционных ресурсов, направляемых на цифровизацию.

Пути решения этих проблем лежат в следующих плоскостях:

- обучение персонала работе с цифровыми сервисами и повышение компьютерной квалификации. Многие промышленные предприятия будут вынуждены изменить структуру инженерно-технического персонала, в частности, заменить традиционный инженерный персонал, чтобы включить людей с большим технологическим опытом, например, в программном обеспечении и IoT. По данным Всемирного экономического Форума, к 2022 году 54% сотрудников потребуется серьезное обучение, причем 35% потребуется как минимум шесть месяцев повышения квалификации по развитию новых цифровых навыков [6]. В связи с тем, что цифровые технологии меняются очень быстро, необходимо постоянно актуализировать цифровые навыки персонала, т.е. требуется интегрировать развитие цифровых навыков в рабочие места сотрудников;

- предоставление мер поддержки промышленным предприятиям как со стороны государства, так и со стороны стейкхолдеров, особое место занимают венчурные инвестиции в цифровую экономику [7];

- разработка промышленными предприятиями комплексных стратегических планов цифровизации;

- актуализация нормативно-правового обеспечения цифровой трансформации промышленности, в частности, введение новых стандартов обеспечит скоординированные действия при проектировании и разработке различных систем Интернета вещей и промышленного интернета вещей.

Согласованное определение цифровой грамотности, навыков и готовности было принято в октябре 2020 года, когда Совет по стандартам Института инженеров по электротехнике и электронике утвердил стандарт 3527.1™ для цифрового интеллекта. Хотя объем измерений в Стандарте выходит за рамки цифровой грамотности и охватывает такие компетенции, как цифровая идентификация и цифровые права, 33 три основные области развития можно использовать для оценки и/или сегментации критериев эффективных цифровых навыков следующим образом [5].

1. Гражданственность включает в себя навыки, необходимые для ответственного, безопасного и этичного использования технологий. Примеры включают понимание того, как создавать/использовать семейные/групповые пароли или совместное использование цифрового сертификата, такого как пропуск прививки.

2. Креативность относится к методам решения проблем, которые способствуют созданию новых знаний, технологий и контента. Использование общих цифровых таблиц или составление сопроводительного письма для заявления о приеме на работу в Интернете подходит к этой категории.

3. Конкурентоспособность относится к инновациям, которые способствуют положительным изменениям в обществе и экономике. Изучение использования методов презентации видеосвязи и / или межличностного этикета для онлайн-взаимодействия и сотрудничества применимо здесь.

Создание общего набора адаптируемых определений потенциала, отношения и ценности как для цифровых навыков, так и для инициатив по подключению к широкополосной связи служит ценным ориентиром для заинтересованных сторон из правительства, промышленности и образования, помогая координировать усилия в области цифровых навыков, ставить целевые результаты и эффективно улучшать цифровые навыки местных жителей. сообщества.

Проведенный анализ факторов развития цифровой трансформации на уровне отраслей и отдельных предприятий позволяет видеть, что наряду с техническими преобразованиями также необходимо развитие новых навыков занятыми специалистами на предприятиях, для формирования цифровой культуры для адаптации к происходящим преобразованиям, реализации планов цифровой трансформации и преодоления существующих ограничений. Полученные выводы показывают, что процессы цифровой трансформации связаны не только с техническим переоснащением, но также охватывают развитие подходов в развитии системы обучения персонала для овладения необходимыми компетенциями.

Список использованной литературы

1. OECD (2019), *Going Digital: Shaping Policies, Improving Lives*, OECD Publishing, Paris, [Электронный ресурс]. -2019. - URL: <https://doi.org/10.1787/9789264312012-en>. (дата обращения 01.11.2022)

2. Как COVID-19 подтолкнул компании к переломному моменту в технологиях и навсегда изменил бизнес. [Электронный ресурс]. - 2020. - URL: <https://www.mckinsey.com/capabilities/strategy-and-corporate-finance/our-insights/how-covid-19-has-pushed-companies-over-the-technology-tipping-point-and-transformed-business-forever> (дата обращения 01.11.2022)

3. Цифровая трансформация промышленных предприятий в условиях инновационной экономики. Монография / Под научной редакцией доктора экономических наук Веселовского М.Я. и кандидата экономических наук Хорошавиной Н.С. – М.: Мир науки, 2021. – Сетевое издание. [Электронный ресурс]. - 2021. - URL: <https://izdmn.com/PDF/06MNNPM21.pdf> (дата обращения 25.10.2022)

4. *Bridging the Digital Innovation Divide. A toolkit for developing sustainable ICT-centric ecosystem projects*. [Электронный ресурс]. - 2021. - URL: https://www.itu.int/dms_pub/itu-d/opb/inno/D-INNO-TOOLKIT.2-2020-PDF-E.pdf. (дата обращения 25.10.2022)

5. *Digital Skills Insights 2021* Digital Skills Insights 2021. [Электронный ресурс]. - 2021. - URL:https://academy.itu.int/sites/default/files/media2/file/21-00668_Digital-Skill-Insight-210831_CSD%20Edits%206_Accessible-HD.pdf (дата обращения 25.10.2022)

6. Jenkins J.A. (CEO, AARP), 2019. *An Ageing Workforce Isn't a Burden. It's an Opportunity*, World Economic Forum Annual Meeting, 3 Jan. 2019, [Электронный ресурс]. - 2019. - URL: <https://www.weforum.org/agenda/2019/01/an-aging-workforce-isnt-aburden-its-anopportunity/> (дата обращения 25.10.2022)

7. Хорошавина Н.С. Венчурное финансирование - основа цифровой экономики// Вопросы региональной экономики. - 2017. - №4(33). - с. 84-94

МРНТИ 06.51.25

Р.Б.Азбергенова¹

Чжан Даньтин¹

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

ЛОГИСТИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИЙ И ПРИНЦИПЫ ЕЕ ПОСТРОЕНИЯ

Аннотация

В статье характеризуется роль и значение логистики в современных экономических процессах. В работе рассматриваются вопросы логистического управления и проблемы логистики в сфере производства, а так же о координации работ в данной области. Выделены и проанализированы основные этапы развития логистических систем.

Особая новизна логистического подхода – ограниченная взаимосвязь, соединение всех указанных областей деятельности с целью создания товаропроводящих систем, гармонично организованных, легко управляемых и высокоэффективных. Опыт экономически развитых стран и ведущих казахстанских компаний демонстрирует, что логистике принадлежит стратегически важная роль в современных бизнес-процессах. Эффективность развития различных бизнес-систем, их конкурентоспособность на внешних и внутреннем рынках во многом определяется созданной логистической системой бизнеса и эффективностью логистического менеджмента.

Ключевые слова: логистика, предприятие, логистическая система, логистический анализ, логистические операции, производство.

Р.Б.Азбергенова¹

Чжан Даньтин¹

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

ҰЙЫМДАРДЫҢ ЛОГИСТИКАЛЫҚ ҚЫЗМЕТІ ЖӘНЕ ОНЫ ҚҰРУ ПРИНЦИПТЕРІ

Аңдатпа

Мақалада қазіргі экономикалық процестердегі логистиканың рөлі мен маңызы сипатталады. Жұмыста логистикалық басқару мәселелері және өндіріс саласындағы логистика мәселелері, сондай-ақ осы саладағы жұмыстарды үйлестіру қарастырылады. Логистикалық жүйелерді дамытудың негізгі кезеңдері анықталды және талданды.

Логистикалық тәсілдің айрықша жаңалығы – үйлесімді ұйымдастырылған, оңай басқарылатын және жоғары тиімді тауар өткізгіш жүйелерді құру мақсатында қызметтің барлық аталған салаларының шектелген өзара байланысы, қосылуы. Экономикалық дамыған елдер мен жетекші қазақстандық компаниялардың тәжірибесі логистиканың қазіргі заманғы бизнес-процестерде стратегиялық маңызды рөл атқаратынын көрсетеді. Әр түрлі бизнес жүйелерін дамытудың тиімділігі, олардың сыртқы және ішкі нарықтардағы бәсекеге қабілеттілігі көбінесе бизнестің логистикалық жүйесімен және логистикалық менеджменттің тиімділігімен анықталады.

Түйін сөздер: логистика, кәсіпорын, логистикалық жүйе, логистикалық талдау, логистикалық операциялар, өндіріс.

R.B. Azbergenova¹

Zhang Danting¹

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

LOGISTICS ACTIVITIES OF ORGANIZATIONS AND THE PRINCIPLES OF ITS CONSTRUCTION

Abstract

The article characterizes the role and importance of logistics in modern economic processes. The paper discusses the issues of logistics management and logistics problems in the field of production, as well as the coordination of work in this area. The main stages of the development of logistics systems are identified and analyzed.

A special novelty of the logistics approach is the limited interconnection, the connection of all these areas of activity in order to create commodity distribution systems that are harmoniously organized, easily managed and highly efficient. The experience of economically developed countries and leading Kazakhstani companies demonstrates that logistics plays a strategically important role in modern business processes. The effectiveness of the development of various business systems, their competitiveness in foreign and domestic markets is largely determined by the established business logistics system and the effectiveness of logistics management.

Keywords: logistics, enterprise, logistics system, logistics analysis, logistics operations, production.

Логистика – важная деятельность, которая открывает широкие возможности для применения человеческих и материальных ресурсов, влияющие на национальное хозяйство. Логистическое управление в значительной мере оказывает воздействие на состояние финансово - экономического и правового обеспечения в условиях рыночной экономики. Это, прежде всего, следует отнести к рынку транспортных услуг, организации и функционированию складского хозяйства, развитию транспортных служб в посреднических организациях и на предприятия. Однако, деятельность в сфере логистики не ограничивается только данными направлениями, она более многогранна. Она также включает управление кадрами, коммерческую деятельность, организацию информационных систем и многое другое.

Логистика является частью процесса цепи поставок, где результативное планирование, осуществление и контроль над её основными этапами, включает в себя хранение и передвижение продукции, а также направление связанных с этим услуг и потоков информации от точки поставки до конечного пользователя для выполнения требований клиента.

Логистическую деятельность субъектов хозяйствования часть ученых рассматривает как практическую реализацию комплексных логистических функций и элементарных логистических операций.

Комплексные логистические функции делят на базисные (снабжение, производство, сбыт), ключевые (поддержание стандартов обслуживания потребителей, управление закупками, транспортировка, управление запасами, управление процедурами заказ, управление производственными процедурами, ценообразования, физическое распределение) и поддерживающие (складирование, грузопереработка, защитное упаковки, обеспечения возврата товара, обеспечение запасными частям и сервисное обслуживание, сбор возвратных отходов, информационная компьютерная поддержка).

Понятие «логистическая деятельность» (ЛД) очень часто используется как синоним слова «логистика». Некоторые авторы данное понятие сопоставляют с такими понятиями как

«логистическая функция», «логистическая система», «логистическая операция». Представляется необходимым рассмотреть эти термины по отдельности. Так, американские ученые Д. Ламберт и Д. Сток в своих работах рассматривают логистическую деятельность как часть системы логистического управления, при эффективном внедрении которой обеспечивается логистический сервис. Под логистической деятельностью авторы рассматривают совокупность следующих видов деятельности: обслуживание потребителей; прогнозирование спроса; управление запасами незавершенного производства; логистические коммуникации; загрузку-выгрузку и документационное сопровождение грузов; обработка заказов; упаковка; поставка запасных частей и оказание помощи потребителям при обслуживании; выбор мест размещения производственных и складских помещений; поставки; логистика взаимодействия потоков; управление перевозками и транспортировкой грузов; складирование и хранение.

При этом, выделяя все эти виды ЛД, авторы отмечают необходимость рассматривать ЛД как некую интегральную функцию, «...сеть взаимосвязанных видов деятельности, в основном предназначенных для управления потоком материалов и персоналом как внутри самой компании, так и в цепях поставок».

Большинство исследователей рассматривают логистическую деятельность через реализацию логистических функций, которые в свою очередь делятся на логистические процессы и логистические операции.

Логистический процесс - это организованная во времени последовательность выполнения логистических операций, позволяет достичь заданные цели. К логистическим процессам относятся процессы, связанные с изменением параметров пространства (размещения), времени, формы, свойств логистических потоков. Например, формирование хозяйственных связей по поставкам товаров, доставка ресурсов от поставщиков, управление складскими операциями, прогнозирования потребности в перевозках, выполнения перевозок и всех необходимых при этом сопутствующих операций, доставка продукции в магазины, представительства, а также процессы управления, обеспечивающих эффективное планирование, контроль и регулирование потоков. Логистические процессы характеризуются технологическими режимами, средствами технического обеспечения, материальными и трудовыми затратами и т.д.

Логистический процесс состоит из двух основных подсистем (потоков): информационной и материальной. Логистический процесс начинается именно с операций планирования и организации, то есть по сбору и обработки информации, когда сами материальные потоки еще отсутствуют.

Рассматривая операции информационной подсистемы, под которыми понимают разные расчеты, в том числе сбор и обработка информации, совещания и переговоры с другими участниками логистического процесса, заключение договоров, принятия управленческих решений и тому подобное.

Под операциями материальной подсистемы понимают транспортировку грузов, складирование, разгрузка-выгрузка товаров, формирование и расформирование грузовых транспортных единиц, упаковку и сортировку грузов, возможная комплектация партий грузов и так далее.

С момента, когда начинается этап материального грузопотока, операции информационной и материальной подсистем идут параллельно, ввиду того, что всегда материальные процессы транспортировки, складирования и выгрузки грузов сопровождаются переработкой информации (оформление транспортно-товарных накладных, учет движения грузов и т.д.). Данный этап сопровождается взаимодействием операции информационной и материальной подсистем взаимодействуют друг с другом и могут способствовать или препятствовать протеканию логистического процесса. Так, задержка в оформлении транспортных,

юридических или финансовых документов может задержать процессы перевозок и складирования грузов. В свою очередь, несвоевременное прибытие или неправильная комплектация транспортной партии может привести к задержке оформления юридических документов (акта приемки грузов) или финансовых документов (оплата за грузы или работы). На этапе контроля и анализа, когда физическое распределение, транспортировка грузов закончены, выполняются только операции информационной подсистемы (сбор данных и анализ действий потребителей и конкурентов, состояния цен на рынке, составление отчетов и предложений и т. д.).

Логистическая операция – это часть логистического процесса, выполняемая на одном рабочем месте или с помощью одного технического средства; это совокупность действий, направленных на преобразование логистических потоков, не подлежит декомпозиции. Например, элементарные действия по переработке груза (комплектация, погрузка, разгрузка и т.д.) [1].

Основной целью закупочной логистики является удовлетворение потребностей производства в материалах с максимально возможной экономической эффективностью. Достижение этой цели напрямую зависит от решения важных задач по разработке стратегии закупочной деятельности организации:

1. обеспечение бесперебойного функционирования предприятия напрямую зависит от эффективного удовлетворения потребностей в материалах, комплектующих;

2. стоимость используемых материалов, топлива, энергии и услуг считается основным компонентом затрат предприятий, поэтому всегда имеются возможности для сокращения расходов в этой части затрат;

3. большая часть оборотных средств, в том числе уровень и структура материальных запасов, а также незавершенной продукции формируется под влиянием процессов закупок;

4. развивающиеся процессы специализации в сфере производства продукции и оказания услуг увеличивают в настоящее время долю готовых деталей, элементов и узлов в структуре закупок; данный фактор также увеличивает значение процессов закупок, стоимость услуг в структуре затрат в настоящее время уже составляет 15-17%;

5. качество продукции напрямую зависит от эффективной работы и взаимодействия с поставщиками.

Рассматривая снабжение как процесс можно отметить, что насколько эффективно построен данный процесс, настолько выше конкурентоспособность предприятия (организации). В зависимости от структуры материальных потребностей, которая в каждой организации имеет свои особенности, наблюдается широкий спектр сырьевых и материальных ресурсов, требующих различную степень обработки и технической готовности к использованию, что в совокупности определяет индивидуальный подход к построению процесса планирования и организации закупочной деятельности.

В литературе выделяют несколько групп объектов закупок, для которых могут быть применены аналогичные закупочные процедуры:

– сырье и материалы, с последующей переработкой на данном предприятии, использованных на стадиях технологического процесса;

– подлежащие обработке полуфабрикаты (например, отливки из стали, чугуна или цветных металлов);

– готовые комплектующие элементы, используемые при сборке изделий на предприятиях конечной фазы;

– сборочные единицы и специализированные узлы;

– топливо в различном состоянии, а также энергия, в различных способах подачи.

– Как было отмечено выше, в логистическом процессе важное место занимает работа с поставщиками. Взаимодействие с поставщиками должно ориентировано на хорошие партнерские отношения.

– Выделяют следующие принципы построения отношений с поставщиками:

- обращение с поставщиками, как с лучшими клиентами фирмы;
- извещать поставщика о своих потребностях в закупке того или иного товара (материала), быть в курсе его операций;
- проявлять инициативу и предлагать помощь в случае возникновения проблем у поставщика;
- исполнять принятые на себя обязательства по договору с поставщиком.

Количество поставщиков должно быть оптимальным, настроенных на длительный срок сотрудничества. Рекомендовано составлять договоры индивидуально с ориентацией на возможности и потребности каждого поставщика. Цена по договору устанавливается на период и согласовывается в приложениях к договору, оплата счетов должно производиться за несколько поставок, иногда возможна оплата за отдельно принятую партию товара, предоплата за несколько поставок упрощает задачу по оформлению документации. Наиболее оптимальны частые поставки небольшими партиями, контроль качества осуществляет поставщик, предоставляя сертификаты качества на продукцию, товары, услуги.

Таким образом, сущность логистической деятельности подразумевает поиск оптимальных решений по управлению движением и размещением товаров как системой. В связи с этим создается необходимость управления взаимодействием данных процессов, обеспечивающих движение товаров, материалов и т.д.

Совокупность данных процессов во времени и в пространстве, координация совместных действий структурных подразделений по логистическим функциям (операциям), интегрирование организаций в общей цепочке поставок являются главными составляющими логистической деятельности. Результатом логистической деятельности на торговом предприятии является комплекс услуг по перемещению и размещению товаров, в том числе запасов на складе.

Товарно-материальные запасы как элемент логистического процесса Логистика – с точки зрения практической деятельности, и следом и как наука - выделяет новый объект управления – поток товарно-материальных ценностей [2].

Запас в литературе получил определение статической формы существования материального потока, необходимым моментом в изучении запасов стало состояние материального потока в фиксированный момент времени.

Теоретический обзор литературы позволяет выделить следующую структуру товарно-материальных запасов (рисунок 1).

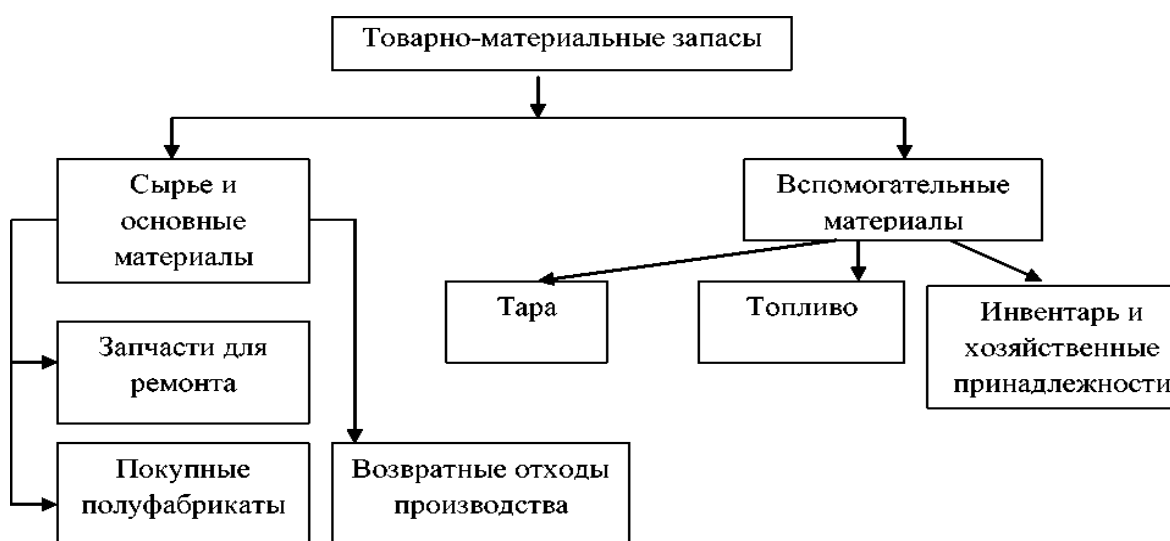


Рисунок 1 – Структура товарно-материальных запасов
Примечание-таблица составлена автором на основе [1]

Как видно из рисунка 1 товарно-материальные запасы подразделяют на две группы: первая группа – основные материалы, вторая группа – вспомогательные. Состав оборотных средств охватывает группу элементов, которые образуют оборотные производственные фонды и фонды обращения. Часть оборотных средств является запасами. В свою очередь запасы подразделяются на: товарно-материальные запасы, готовую продукцию на складе, незавершенное производство и т.д.

В учебной литературе различают также производственные и товарные запасы. Производственные запасы – запасы, находящиеся на предприятиях всех отраслей сферы материального производства, предназначенные для производственного потребления. Цель создания производственных запасов - обеспечить бесперебойность производственного процесса.

Товарные запасы – запасы готовой продукции у предприятий- изготовителей, а также запасы на пути следования товара от поставщика к потребителю, то есть на предприятиях оптовой, мелкооптовой и розничной торговли и запасы в пути [3]

Товарные запасы подразделяются, в свою очередь, на запасы средств производства и предметов потребления.

Производственные и товарные запасы подразделяются на текущие, страховые и сезонные.

Текущие запасы – основная часть производственных и товарных запасов. Они обеспечивают непрерывность производственного и торгового процесса между очередными поставками.

Страховые запасы - предназначены для непрерывного обеспечения материалами или товарами производственного или торгового процесса в случае различных непредвиденных обстоятельств, например, таких как:

1. несоответствия периодичности и размера партий поставок, отклонение от предусмотренных договором сроков;

2. предполагаемой задержки материалов или товаров в пути при доставке от поставщиков;

3. внезапного возрастания спроса.

Сезонные запасы – образуются при сезонном характере производства, потребления или транспортировки.

Топливо подразделяют на технологическое (для технологических целей), двигательное (горючее) и хозяйственное (на отопление).

Тара и тарные материалы - предметы, используемые для упаковки, транспортировки, хранения различных материалов и продукции (мешки, ящики, коробки). Запасные части используют для ремонта и замены износившихся деталей машин и оборудования.

Инвентарь и хозяйственные принадлежности - это часть материально- производственных запасов организации, используемая в течение не более 12 месяцев в качестве средств труда или обычного операционного цикла.

Создание инвестиций в запасы подразумевает следующие виды затрат, которые связаны с созданием и содержанием запасов:

Рассмотрим особенности формирования затрат по приобретению и переработке запасов (рисунок 2).



Рисунок 2 – Формирование затрат по приобретению и переработке запасов

В организациях к расходам по заготовке и доставке материальных ценностей относятся:

1. оплата тарифов на перевозку грузов всеми видами транспорта до склада;
2. затраты на погрузочно-разгрузочные работы, следует отметить, что оплата труда заготовительных и складских работников не входит в эти затраты.

Как отмечают многие авторы, управление запасами оказывает серьезное воздействие на деятельность организации в целом. Так, дефицит сырья или готовой продукции могут привести к убыткам на производстве и тем самым привести к потере доли рынка, с другой стороны - перенасыщение складов запасами приводит к их моральному устареванию, порче, а также к неэффективному вложению оборотных средств предприятия.

Выделяют основные составляющие управления товарно-материальными запасами, что позволяет выяснить значимость процесса управления запасами в организации:

- уменьшить потери производства из-за дефицита материалов;
- способствовать ускорению оборачиваемости товарно-материальных запасов;
- минимизировать излишки запасов, которые увеличивают стоимость операций и вложены денежные средства, которые могут вложены в другие активы;
- уменьшить риск старения и порчи запасов;
- свести к минимуму затраты на хранение запасов. [4]

Управление запасами имеет большое значение с точки зрения как технологического, так и финансового аспектов. Принимая во внимание процесс управления финансами организации под запасами понимают иммобилизованные средства, т.е. средства изъятые из оборота.

Операционный аспект управления оборотными средствами заключается в регулировании объемов материальных запасов (сырья, незавершенного производства, готовой продукции), величины дебиторской задолженности и остатков денежных средств. Факторы, от которых зависит данный аспект: технологии производства, влияющие на длительность производственного цикла и тем самым на объемы продукции незавершенного производства.

Производственный аспект включает несколько этапов: хранение производственных запасов с момента их поступления на склад до момента их отпуска на производство; хранение готовой продукции.

Эффективное управление запасами позволяет снизить продолжительность производственного и всего операционного цикла, уменьшить сопутствующие затраты хранения запасов на складе, высвободить из оборота часть денежных средств, которые можно будет вложить в другие активы. В данном случае разработка и реализация индивидуальной финансовой политики в разрезе управления запасами обеспечивает эффективность данного процесса [5].

Список использованной литературы

1. Палян Э.С. Финансовая стратегия как основополагающий элемент стратегического управления финансами предприятия // Вестник современных исследований. 2018. № 5.4 (20). С. 302–304.
2. Нестеренко Ю. Н. Жизненный цикл фирмы как фактор реализации ее финансовой политики // Экономический журнал. 2020. № 23 С.70–76.
3. Кузьмичёв М. В. Концептуальные подходы к построению финансовой стратегии развития предприятия // Энергия- XXI век. 2017. № 3 (99). С. 86–96.
4. Бакуменко С. В. Роль финансовой стратегии в развитии предприятия // Вестник современных исследований. 2018. № 5.2 (20). С. 43–45.
5. Барашьян В. Ю., Кудинова А. Д. Трансформация финансовой стратегии предприятия в условиях кризисного состояния экономики // Новая наука: Современное состояние и пути развития. 2019. № 1–1. С. 138–143.

МРНТИ 82.33.17

Янь Лупин¹, М.Д. Каримова¹

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

ВЛИЯНИЕ HR ПРАКТИК НА ИННОВАЦИОННУЮ АКТИВНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация

На эффективность организации в современных условиях влияют инновации, высококвалифицированная рабочая сила и инновационные знания, основанные на ресурсах, с использованием высоких технологий. Кроме того, на рост доходов влияет качество инноваций. Отношения эффективности инноваций учитывают ценность результатов найма и удержания сотрудников. Системные требования к инновациям — это постоянные инновации в продуктах и процессах, основанные на технических навыках и знаниях. Работа в организациях зависит от способности сотрудников решать сложные проблемы, такие как изменение условий бизнес-среды, повышение потребности в инновационной деятельности для улучшения продуктов с помощью знаний для повышения производительности. В статье проведен анализ факторов, способствующих обеспечению инновационной активности персонала, рассмотрены направления изменений активности компаний по повышению мотивации персонала в реализации инновационной активности.

Сотрудники производят необходимые инновации в организациях с творческими и новыми идеями, которые определяются как инновационное рабочее поведение. Реагирование на

изменения и новые технологии раскрывает серьезные проблемы, с которыми сталкиваются организации и сотрудники при поиске инноваций; отдельные инновационные процессы поддерживаются такими практиками управления человеческими ресурсами, как гибкая структура работы.

Ключевые слова: управление персоналом, практики управления персоналом, персонал, инновации, инновационная активность, предприятие.

Янь Лупин¹, М.Д. Каримова¹

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

КӘСІПОРЫНЫҢ ИННОВАЦИЯЛЫҚ ҚЫЗМЕТІНЕ ҚЫЗМЕТТІК ТӘЖІРИБЕЛЕРДІҢ ӘСЕРІ

Аңдатпа

Қазіргі жағдайда ұйымның тиімділігіне инновациялар, жоғары білікті жұмыс күші және ресурстарға негізделген, жоғары технологияларды пайдаланатын инновациялық білім әсер етеді. Сонымен қатар, инновацияның сапасы табыстың өсуіне әсер етеді. Инновациялық тиімділік қатынастары қызметкерлерді жалдау және ұстап қалу нәтижелерінің құндылығын ескереді. Инновацияларға қойылатын жүйелік талаптар техникалық дағдылар мен білімге негізделген өнімдер мен процестердегі үздіксіз инновациялар болып табылады. Ұйымдардағы жұмыс еңбек өнімділігін арттыру үшін білімнің көмегімен өнімдерді жақсарту үшін инновацияға қажеттілікті арттыру, бизнес жағдайларын өзгерту сияқты күрделі мәселелерді шешуге қызметкерлердің қабілетіне байланысты. Мақалада персоналдың инновациялық белсенділігін қамтамасыз етуге ықпал ететін факторлар талданады, инновациялық қызметті жүзеге асыруда персоналдың уәждемесін арттыру үшін компаниялардың қызметіндегі өзгерістердің бағыттары қарастырылады.

Қызметкерлер инновациялық жұмыс тәртібі ретінде анықталған шығармашылық және жаңа идеялары бар ұйымдарда қажетті инновацияларды шығарады. Өзгерістерге және жаңа технологияларға жауап беру ұйымдар мен қызметкерлер инновацияларды іздеу кезінде кездесетін күрделі қиындықтарды көрсетеді; жеке инновациялық процестер икемді жұмыс құрылымдары сияқты адам ресурстарын басқару тәжірибесімен қолдау көрсетеді.

Түйін сөздер: персоналды басқару, персоналды басқару тәжірибесі, персонал, инновациялар, инновациялық қызмет, кәсіпорын.

Yan Lupin¹, Karimova M.D.¹

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

IMPACT OF HR PRACTICES ON THE INNOVATIVE ACTIVITY OF THE ENTERPRISE

Abstract

The effectiveness of the organization in modern conditions is influenced by innovation, a highly skilled workforce and innovative knowledge based on resources, using high technologies. In addition, the quality of innovation affects income growth. Innovation performance relationships take into account the value of employee recruitment and retention outcomes. System requirements for innovation are continuous innovation in products and processes based on technical skills and knowledge. Work in organizations depends on the ability of employees to solve complex problems,

such as changing business conditions, increasing the need for innovation to improve products with the help of knowledge to increase productivity. The article analyzes the factors that contribute to ensuring the innovative activity of personnel, considers the directions of changes in the activity of companies to increase the motivation of personnel in the implementation of innovative activity.

Employees produce the necessary innovations in organizations with creative and new ideas, which are defined as innovative work behaviors. Responding to change and new technologies reveals the serious challenges that organizations and employees face when seeking innovation; individual innovation processes are supported by human resource management practices such as flexible work structures.

Key words: personnel management, personnel management practices, personnel, innovations, innovative activity, company.

Стратегия управления персоналом все больше связана с преобладающей организационной стратегией, испытывает прямое влияние текущих изменений, поддерживая развитие организации в формирующейся цифровой среде. Таким образом, практики УЧР все чаще учитывают потребности Промышленной революции 4.0, что неизбежно указывает на огромные изменения в устоявшейся системе и ее контекстах. В рамках этого масштаба изменений высокоэффективные организации принимают радикально иные формы и становятся более цифровыми и инновационными [1].

На эффективность организации влияют инновации, высококвалифицированная рабочая сила и инновационные знания, основанные на ресурсах, с использованием высоких технологий. Кроме того, на рост доходов влияет качество инноваций. Отношения эффективности инноваций учитывают ценность результатов найма и удержания сотрудников. Системные требования к инновациям — это постоянные инновации в продуктах и процессах, основанные на технических навыках и знаниях. Работа в организациях зависит от способности сотрудников решать сложные проблемы, такие как изменение условий бизнес-среды, повышение потребности в инновационной деятельности для улучшения продуктов с помощью знаний для повышения производительности

Сотрудники производят необходимые инновации в организациях с творческими и новыми идеями, которые определяются как инновационное рабочее поведение. Реагирование на изменения и новые технологии раскрывает серьезные проблемы, с которыми сталкиваются организации и сотрудники при поиске инноваций; отдельные инновационные процессы поддерживаются такими практиками управления человеческими ресурсами, как гибкая структура работы [2].

УЧР играет важную роль в поддержке изменений. Таким образом, несколько исследований начали изучать взаимосвязь между УЧР и инновациями, в частности, практиками, которые способствуют инновациям в организациях. Эксперты предполагают, что четыре аспекта HR важны для инноваций в организации, а именно: план работы, люди, управление производительностью и вознаграждения, а также общение и участие. В 2005г. была предложена модель, связывающая стратегию управления человеческими ресурсами с организационными результатами, такими как инновации и успех, отметив, что методы управления человеческими ресурсами, вытекающие из стратегии, могут привести к таким результатам, как творчество, приверженность и компетентность, что приводит к организационным результатам инноваций и успеха.

Хотя практики управления персоналом и сотрудники кажутся важными для инноваций, эмпирических исследований, связывающих области управления персоналом и инноваций, довольно. Учитывая сильное и растущее внимание к инновациям, УЧР организаций также необходимо пересматривать навыки своих сотрудников. Согласно исследованиям, проведенным в 2018г., 50% всех нынешних рабочих мест устареют в ближайшие два

десятилетия. Это приводит к неотложным задачам, с которыми сталкивается УЧР, стремясь развиваться более быстрыми темпами, адаптируя методы и процедуры, а также способствуя организационному обучению. HR-практики являются инновационными и поддерживают инновации внутри организаций.

Инновации в области управления персоналом связаны с изменениями в социальных системах организаций, а также с принятием и распространением этих инноваций из-за сил окружающей среды и социальных процессов. Эти HR-инновации имеют основополагающее значение для инноваций внутри организаций. Поддержка карьеры сотрудников и создание системы целей и задач с вознаграждением за успешное внедрение и внедрение инноваций. Таким образом, важно размышлять о влиянии инноваций на будущее работы и занятости. Кроме того, необходимо тщательно проанализировать роль HRM в поддержке этих изменений. Отсюда более глубокий анализ структур управления персоналом, переосмысление рутинной деятельности, пересмотр политик, развитие новых знаний и навыков и предоставление командам возможности работать в рабочих условиях, которые полностью отличаются от предыдущих.

В исследовании, проведенном в 2017г. были первыми и пока единственными учеными, которые систематизировали тему инноваций в УЧР, выявив 35 эмпирических исследований, связывающих УЧР и инновации за 25 лет (1990–2015 гг.). Результаты указывают на важность взаимосвязи: практика УЧР, внедренная организациями, оказывает положительное влияние на инновации. Учитывая растущую важность и скорость инноваций, изучение развития этого направления литературы имеет первостепенное значение. Это также наблюдается в источнике [1] которые пришли к выводу, что прямое влияние УЧР представляет интерес для исследований, а сдерживающая роль практики управления персоналом требует более широкого обсуждения в литературе.

Для рассмотрения роли технологий управления персоналом в активизации инновационного развития, важно представлять

Анализ публикаций позволяет видеть, что интерес к данной теме складывался неравномерно в разные прошедшие периоды времени, и если до второй половины 1980-х годов количество публикаций стабильно сохранялось на невысоком уровне, но регулярно продолжалось, то в начале 2000-х годов интерес к данной теме существенно увеличился. Очевидно это связано с появлением новых требований к управлению персоналом.

Исследователями выделяются несколько групп. Группа 1 - Организационные факторы успеха, где исследователи обращены к пониманию взаимосвязи между проактивностью и инновациями и соответствующей роли менеджера по персоналу [3].

Проактивность — это черта личности, положительно связанная с карьерным ростом и инновациями. Системы управления человеческими ресурсами являются посредниками, которые влияют на развитие работы и повышают проактивное поведение и мотивацию, что жизненно важно для развития организаций. Принятие моделей компенсации человеческих ресурсов имеет решающее значение для организационных инноваций, независимо от принятых моделей компенсации. Бренд работодателя важен и необходим для компаний, таких как бренды работодателя, для разработки стратегий, которые позволяют им добиваться организационных инноваций. HR и их оценка эффективности должны быть согласованы с инновационной стратегией компании. Исследователи обращают внимание на управлении знаниями как на факторе успеха инноваций.

Создание, преобразование и использование различных видов знаний следует рассматривать как фундаментальные активы инновационной деятельности. Для исследований последних лет управление знаниями тесно связано с обучением, организацией и инновациями, которые оказывают непосредственное влияние на эффективность компаний. Что касается инноваций, компании должны применять пять методов: продвигать

человеческие ресурсы на основе их характеристик, связанных с инициативой и способностью руководить, осуществлять ротацию рабочих мест, уделять внимание системе вознаграждения, обеспечивать гарантии занятости и нанимать работников на основе знаний и опыта. Компании с четкими инновационными целями должны экспериментировать с лучшими стратегиями в соответствии со своими человеческими ресурсами. Для этого они должны экспериментировать в среде с низким уровнем риска, а затем применять окончательную стратегию в реальном контексте.

Бизнес-инновации напрямую связаны со способностью создавать сети и альянсы HRM с профессорами и консультантами. Более того, в нем разъясняется, что роль высшего руководства состоит в том, чтобы представить отдел кадров и его соответствующих руководителей как решающие элементы в принятии стратегических решений, в построении рабочей среды, в которой работники верят, что руководители заботятся об их благополучии.

Есть два глобальных фактора успеха инноваций: рыночная привлекательность и стратегическое УЧР. Таким образом, преимущество в обслуживании, расширение прав и возможностей, обучение сотрудников и оценка поведения — все это влияет на предполагаемые результаты инноваций.

Подгруппа 2: Стратегическое УЧР. Исследования, которые способствуют пониманию влияния стратегического УЧР на инновации.

Успех инновационной практики заключается не в наборе высококвалифицированных сотрудников, а в способности проводить мероприятия по обучению сотрудников. Другими словами, инновации происходят через команды, с упором на обучение и развитие новаторского мышления. Таким образом, важно внедрить механизмы сотрудничества и конкуренции для управления инновационными идеями, возникающими внутри компании.

УЧР оказывает прямое и положительное влияние на процесс предпринимательства и, следовательно, на успешность инновационной деятельности. Также важно добавить важность управленческого контроля и методов работы с персоналом для успеха инноваций. влияние инноваций и эффективности организации зависит от систематизации знаний HR. Они утверждают, что практика УЧР, основанная на знаниях, оказывает положительное влияние на инновации и прибыль. Однако важно понимать, что эти методы становятся более сложными в малых и средних компаниях. Безусловно, несмотря на важность технологических систем для успеха инновационной деятельности, необходимо внедрять мотивационные системы, направленные на повышение мотивации работников.

Подгруппа 3: Человеческое поведение. Этот кластер включает публикации исследователей, которые помогают нам понять, как поведение человека способствует инновационной деятельности.

Наряду с физическим и финансовым капиталом человеческий капитал побуждает компании к инновационной деятельности. Некоторые авторы утверждают, что организационное развитие достигается за счет человеческого капитала, поскольку он позволяет компаниям приобрести инновационный потенциал, который позволяет им противостоять препятствиям и вызовам, возникающим в результате глобализации, конкурентоспособности и экономики, основанной на знаниях. Инновации и проактивность являются ключевыми факторами организационного роста. Организационный климат также способствует благополучию сотрудников, и, следовательно, если в компаниях больше удовлетворенных сотрудников, они могут внедрять инновационную деятельность для достижения лучших результатов.

В инновационной деятельности непосредственное влияние оказывает поведение лидера. В организационной среде, отмеченной высокой конкуренцией и неопределенностью, инновации жизненно важны для выживания и долгосрочного успеха. В этих условиях

лидеры с альтруистическим поведением могут создать бизнес-среду, способствующую инновациям, посредством соответствующей атмосферы обучения.

Еще одним фактором, способствующим инновациям и их успеху, является эмоциональный потенциал компаний и его влияние на организационное обучение. Эта способность к обучению напрямую связана с инновационной продукцией и эффективностью компании

Практики управления персоналом (набор и отбор мероприятий, а также программы обучения) должны быть эффективными и соответствовать стратегии управления знаниями и бизнесу в отношении организационной стратегии для инновационной деятельности. Компании, применяющие методы управления знаниями, могут получить конкурентное преимущество в результате инновационного процесса. на процесс управления знаниями влияют пять контекстуальных факторов: УЧР, поддерживающее лидерство, культура обучения, автономия и системы информационных технологий.

Человеческий капитал и знания являются союзниками инноваций. Существует несколько практик, связанных с приверженностью, доверием, мотивацией и чувством ответственности, которые укрепляют лояльность и улучшают сохранение интеллектуального капитала компании [4].

Решение устойчивых моделей заключается в инновационных практиках и выявлении растущих уровней сотрудничества, а также в создании совместных проектов в области УЧР; посредством коллективного обучения могут быть развиты различные навыки. В устойчивых моделях, ориентированных на промышленную экологию, оптимизация и повышение эффективности ресурсов достигаются за счет интеграции и координации навыков, инноваций и новых процедур в функциональных областях, инноваций и развития всех технологий, контроля над отходами, корректировки человеческих ресурсов, управления окружающей средой. ограничения, создание сетей и маркетинг.

В первой подгруппе факторов организации с большими шансами на получение превосходных организационных результатов представляют такие элементы, как проактивность, практика инноваций в предлагаемых услугах, методы управления знаниями, внедрение систем управления персоналом и инновации в подсистемах управления персоналом в своей повседневной деятельности. Эти факторы успеха взаимосвязаны с второй подгруппой, который дополняет стратегическое управление областью и его методы в качестве ключевых элементов повышения производительности и конкурентоспособности. В группе 3 релевантность поведения и человеческого капитала проявляется в том, чтобы использовать преимущества инноваций, способствуя росту и способности к обучению организации через людей, содействие влиянию на организационный климат и развитие предпринимательского духа внутри самой компании. Кроме того, отмечается важность лидерства для стимулирования создания среды, которая позволяет их сотрудникам быть открытыми для радикальных и постепенных инноваций. В четвертой подгруппе высокоэффективные методы УЧР, а также их эффективная способность в отношениях с управлением знаниями подтверждают существование HR-практик, направленных на обеспечение индивидуального обучения, мотивации и удержания персонала. Это может оказаться благоприятным для менеджеров по персоналу, чтобы побудить сотрудников участвовать в процессах обучения и, следовательно, улучшить организационные результаты и инновации. была проанализирована важность лидерства для стимулирования создания среды, которая позволяет их сотрудникам быть открытыми для радикальных и постепенных инноваций. В четвертой подгруппе высокоэффективные методы УЧР, а также их эффективная способность в отношениях с управлением знаниями подтверждают существование HR-практик, направленных на обеспечение индивидуального обучения, мотивации и удержания персонала. Это может оказаться благоприятным для менеджеров по

персоналу, чтобы побудить сотрудников участвовать в процессах обучения и, следовательно, улучшить организационные результаты и инновации. Проводимый анализ показывает важность лидерства для стимулирования создания среды, которая позволяет их сотрудникам быть открытыми для радикальных и постепенных инноваций. В четвертой подгруппе высокоэффективные методы УЧР, а также их эффективная способность в отношении с управлением знаниями подтверждают существование HR-практик, направленных на обеспечение индивидуального обучения, мотивации и удержания персонала. Это может оказаться благоприятным для менеджеров по персоналу, чтобы побудить сотрудников участвовать в процессах обучения и, следовательно, улучшить организационные результаты и инновации. Мотивация и удержание персонала. Это может оказаться благоприятным для менеджеров по персоналу, чтобы побудить сотрудников участвовать в процессах обучения и, следовательно, улучшить организационные результаты и инновации.

Исследования существующих литературных источников подтверждают важность управления персоналом для повышения инновационной активности на предприятиях. И прежде всего поддерживается важность обучения, повышения активности работников в освоении новых навыков.

Этому также способствовала необходимость повышения важности роли HRM в организациях, которые считаются инновационными, а также в тех, кто стремится развивать свою инновационную среду, и в качестве посредника в этом процессе, чтобы помочь компаниям, столкнувшимся с конкурентными рынками. Исследования различных авторов подтверждают понимание будущего работы в подходе к исследованиям, которые представляют устойчивые бизнес-модели, признанные за применение более современных и долговечных организационных методов [5].

Как показывают исследования процессов управления персоналом компаний в современных условиях, важное значение приобретает переосмысление HR-стратегий для нового глобального рынка. Необходимость серьезной трансформации бизнеса и новая география талантов требуют свежего подхода и мышления в области HR. Даже по мере того, как глобальные компании все более активно переходят в «сетевую экономику», новый набор аналитических инструментов, которые в настоящее время набирают популярность в отделах кадров, позволяет фирмам лучше выявлять свои лучшие таланты, связывать инвестиции в персонал с бизнес-возможностями и быстрее предугадывать потенциальные таланты. разрывы до того, как они станут критическими.

Управление изменениями в компаниях, требующих реализации инновационного развития является сложным и требует адаптации персонала к происходящим изменениям. Как следствие, менеджер по персоналу быстро становится более ответственным за принятие стратегических решений. Процессы развития персонала и их готовности к реализации инновационного развития рассматривается в рамках стратегического управления человеческими ресурсами компаний. При этом, чтобы добиться успеха, компания должна ориентировать всех своих сотрудников, на достижение одной цели. В рамках стратегического управления персоналом проводится анализ персонала и определяется его ценность для фирмы. На основе результатов этого исследования разрабатываются сложные методы управления персоналом.

Стратегия организации по управлению и координации бизнес-задач, связанных с человеческим капиталом, называется моделью управления персоналом (или структурой управления персоналом).

Модели управления человеческими ресурсами предназначены для того, чтобы помочь фирмам управлять своей рабочей силой наиболее эффективным и действенным образом для достижения поставленных целей. Обычный способ описания управления человеческими ресурсами - это понятие с двумя различными подходами или формами. Акцент на

управлении эффективностью и инструментальном подходе к управлению персоналом характеризует жесткий подход к управлению человеческими ресурсами. С другой стороны, «мягкий» подход к УЧР концентрируется на расширении возможностей, мотивации и доверии сотрудников, считая отдельных участников самым ценным ресурсом, который может иметь организация.

Принципы мягкого и жесткого УЧР обычно сочетаются в моделях УЧР, хотя одному из этих методов придается большее значение, чем другому. Ниже приведены пять наиболее важных моделей управления персоналом, с которыми должен быть знаком каждый HR-специалист.

При рассмотрении процессов стратегического управления персоналом в компаниях, важно учитывать происходящие изменения во внешнем окружении.

Интеграция новых HR-инструментов может помочь компаниям оптимизировать свои таланты и повысить производительность сотрудников. Чтобы помочь управлять этими преобразованиями, руководителям отдела кадров потребуется использовать новые виды аналитических инструментов, чтобы понимать и планировать будущее, оценивать влияние решений, оптимизировать производительность, готовиться к широкому спектру потенциальных сценариев и согласовывать управление талантами с более крупными корпоративными задачами. стратегии. Более аналитический подход, основанный на фактических данных, не только приведет к лучшим результатам в области управления персоналом, но и обеспечит большую поддержку со стороны высшего руководства. Точно так же, как организации используют такие инструменты, как планирование сценариев и моделирование рисков, когда они занимаются долгосрочным бизнес-планированием, эти же инструменты необходимо использовать при планировании человеческого капитала. Таким образом глобальные изменения в экономике, науке, информационных технологиях и человеческом мировоззрении оказывают незамедлительное влияние на самые разные рынки, в том числе на рынок труда и трудовые отношения. Человеческий капитал становится наиболее значимым и ценным активом в современном бизнесе, экономике мира, которому необходимо уделять внимание.

Список использованной литературы

- 1. Под общей редакцией Панфиловой А. П. Инновационный менеджмент в управлении человеческими ресурсами : учебник для вузов / А. П. Панфилова [и др.] ; под общей редакцией А. П. Панфиловой, Л. С. Киселевой. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 313 с. —*
- 2. Прытков Р. М., Куценко Е. И. Инновационный менеджмент в управлении персоналом : учебное пособие для обучающихся по образовательной программе высшего образования по направлению подготовки 38.03.03 Управление персоналом / Р. М. Прытков, Е. И. Куценко; М-во науки и высш. образования Рос. Федерации, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. образования "Оренбург. гос. ун-т". — Оренбург : ОГУ. — 2020. — 294 с. —*
- 3. Красина Ф. А. Управление человеческими ресурсами : учебное пособие / Ф. А. Красина. — Томск : Эль Контент, 2013. — 158 с.*
- 4. Масалова, Ю. А. Инновационный менеджмент в управлении персоналом : учебное пособие для вузов / Ю. А. Масалова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 191 с. —*
- 5. Тебекин, А. В. Инновационный менеджмент : учебник для бакалавров / А. В. Тебекин. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 481 с. —*

МРНТИ 06.51.77

Ли Кэхуа¹,

Р.Б. Азбергенова¹

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

УСЛОВИЯ И ПРЕДПОСЫЛКИ ОБЪЕДИНЕНИЯ СТРАН В ИНТЕГРАЦИОННЫЕ БЛОКИ

Аннотация

Одним из факторов устойчивого развития экономического развития стран является объединение их в интеграционные группировки. Увеличение торгового оборота как между странами-членами объединения, так и с третьими государствами предопределяет рост национальных экономик. Механизмы и инструменты, используемые в деятельности интеграционного объединения, становятся важнейшей составной частью проведения внутренней и внешней экономической политик.

Достижение высокой степени интеграции приводит к заметному повышению темпов роста национальных экономик за счет свободного перемещения товаров, услуг, капитала, рабочей силы в рамках единого экономического пространства. Аккумуляция и эффективное использование значительных финансовых ресурсов позволяет ускорить экономическое развитие стран участниц интеграции. Происходит повышение уровня жизни населения всех стран членов союза, в том числе наименее развитых стран.

В данной статье рассмотрены социально-экономические предпосылки и условия создания интеграционных объединений, а также рассмотрены основные этапы создания интеграции.

Ключевые слова: интеграция, свободно-экономическая зона, таможенный союз, общий рынок, экономический союз, инвестиции, таможенная политика, капитал, рабочая сила.

Ли Кэхуа¹

Р.Б. Азбергенова¹

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

ЕЛДЕРДІ ИНТЕГРАЦИЯЛЫҚ БЛОКТАРҒА БІРІКТІРУ ШАРТТАРЫ МЕН АЛҒЫШАРТТАРЫ

Аңдатпа

Елдердің экономикалық дамуының тұрақты дамуының факторларының бірі олардың интеграциялық топтарға бірігуі болып табылады. Қауымдастыққа мүше елдермен де, үшінші елдермен де тауар айналымының артуы ұлттық экономикалардың өсуін алдын ала анықтайды. Интеграциялық бірлестік қызметінде қолданылатын тетіктер мен құралдар ішкі және сыртқы экономикалық саясатты жүргізудің маңызды бөлігіне айналуға.

Интеграцияның жоғары дәрежесіне қол жеткізу біртұтас экономикалық кеңістік шеңберінде тауарлардың, қызметтердің, капиталдың және жұмыс күшінің еркін қозғалысы есебінен ұлттық экономикалардың өсу қарқынының айтарлықтай өсуіне әкеледі. Елеулі қаржы ресурстарын жинақтау және тиімді пайдалану интеграцияға қатысушы елдердің экономикалық дамуын жеделдетуге мүмкіндік береді. Одаққа мүше барлық елдердің, соның ішінде аз дамыған елдердің тұрғындарының өмір сүру деңгейінің артуы байқалады.

Бұл мақалада интеграциялық бірлестіктерді құрудың әлеуметтік-экономикалық алғышарттары мен шарттары, сондай-ақ интеграцияны құрудың негізгі кезеңдері қарастырылады.

Түйін сөздер: интеграция, еркін экономикалық аймақ, кеден одағы, ортақ нарық, экономикалық одақ, инвестиция, кеден саясаты, капитал, жұмыс күші.

Li Kehua¹

R.B. Azbergenova¹

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

CONDITIONS AND PREREQUISITES FOR ASSOCIATION OF COUNTRIES INTO INTEGRATION BLOCKS

Abstract

One of the factors of sustainable development of the economic development of countries is their unification into integration groups. The increase in trade turnover both between the member countries of the association and with third countries predetermines the growth of national economies. The mechanisms and tools used in the activities of the integration association are becoming an important part of the conduct of domestic and foreign economic policies.

Achieving a high degree of integration leads to a noticeable increase in the growth rates of national economies due to the free movement of goods, services, capital, and labor within the framework of a single economic space. Accumulation and efficient use of significant financial resources allows accelerating the economic development of the countries participating in the integration. There is an increase in the standard of living of the population of all member countries of the Union, including the least developed countries.

This article discusses the socio-economic prerequisites and conditions for the creation of integration associations, as well as the main stages of creating integration.

Keywords integration, free economic zone, customs union, common market, economic union, investments, customs policy, capital, labor force.

В современных условиях в мировом хозяйстве проблемы интеграции национальных экономик приобретают вес большую значимость и актуальность. Интеграционный процесс становится доминирующей тенденцией в развитии глобальной экономики. В интеграционных объединениях национальные государства связаны между собой экономическими и геополитическими интересами.

В создание интеграционных объединении обычно идут страны с диверсифицированным производством и достаточно высоким уровнем промышленного развития. Данные условия позволяют национальным хозяйствам быть заинтересованными во взаимном сотрудничестве. Развитая обрабатывающая (перерабатывающая) промышленность с высокотехнологическими отраслями взаимодействует друг с другом и притягивают менее развитые страны в состав интеграционной группировки. В слаборазвитых странах из-за отсутствия обрабатывающей промышленности производимые ими готовая продукция по качеству значительно уступают и не выдерживают конкуренции. Постоянные финансовые затруднения все сильнее привязывают их к промышленно развитым странам, и они вынуждены идти на интеграцию с ними.

Однако не все развитые в промышленном отношении страны идут на интеграцию друг с другом. К интегрированию способны страны, которые являются по настоящему рыночными с децентрализованной экономикой и свободным предпринимательством.

Страны, где действуют нерыночные условия принятия решений, процветает коррупция и теневая экономика, не могут идти на экономическую интеграцию со страной-партнером.

Кроме того, интеграция может стать устойчивой и необратимой при условии, если в странах-партнерах развита политическая демократия и гарантируется верховенство права. Только в этом случае внутренняя ситуация и внешняя политика будет внушать доверие стран-партнеров. В таких условиях легче открыть таможенные границы, проводить совместную экономическую политику, создавать национальные фонды для финансирования высокотехнологических проектов.

В результате экономической интеграции каждая страна получает определенные выгоды, которые представлены в следующем рисунке 1:

Экономическая интеграция не только либерализует международную торговлю, но и изменяет ее функции. Международная торговля связывает национальные производственные процессы в единый производственный комплекс, не знающий национальных границ. Происходит углубление торгово-экономических связей, взаимоотношений на уровне регионов.

Международная мобильность финансовых и производственных ресурсов приводит к зависимости экономической деятельности в разных странах друг от друга и обеспечивается международным кредитом и международными инвестициями.

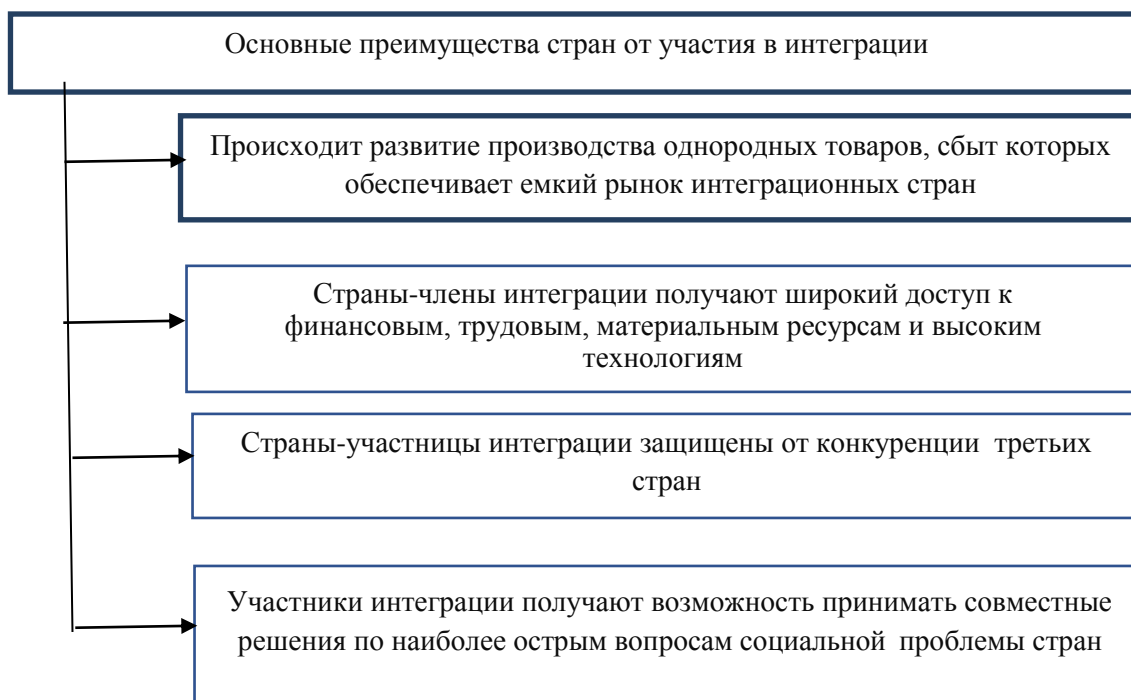


Рисунок 1. – Выгоды стран от интеграции

Примечание - составлен автором на основе источников [1, 2, 10]

Международный обмен высокими технологиями ведет к интенсивному процессу формирования международного интеллектуального разделения труда. Налаживается международная специализация научных и опытно-конструкторских центров и устанавливается устойчивая кооперация между ними. В условиях глобализации ни одна страна в одиночку не в состоянии решать все проблемы научно - технического прогресса.

Предпосылками для объединения стран в интеграционные группы лежат желания стран-участниц обеспечить экономический подъем и стремление совместных решений ряда глобальных проблем современности.

Исследование процесса экономической интеграции показывает, чтобы пройти от низшего этапа интеграции до полного экономического союза объединения, страны в своем развитии проходят несколько ступеней. Мировая практика выделяет пять последовательных ступеней: зона свободной торговли; таможенный союз; единый (общий) рынок; экономический союз; экономический и валютный союз. На каждой стадии интегрированная группа устраняет препятствующие развитию экономические барьеры.

Первой самой низшей ступенью интеграции является создание зоны свободной торговли. В зоне сняты таможенные пошлины и все другие ограничения в торговле сведены до минимума.

Следующая форма интеграции – таможенный союз. Соглашения предусматривают отмену таможенных пошлин в торговле между странами участниками союза. В торговле с внешними странами вводятся единые тарифы, которые являются способом защиты от конкуренции третьих стран – внешних поставщиков. Таможенный союз по ряду показателей является совершенной формой интеграции по сравнению с зоной свободной торговли. На внутренних границах между странами снимаются таможенные службы, отпадает необходимость в ее содержании, они переносятся на общую таможенную границу союза.

Общий рынок – более высокая ступень интеграции. В рамках рынка реализуется общая политика по отношению к третьим странам, определяются пути развития отраслей и секторов экономики с учетом возможных социальных экономических последствий. Помимо свободной торговли участники общего рынка пользуются свободой перемещения факторов производства: рабочей силы, капитала и т.д.

Экономический союз – качественно новая ступень интеграционной группировки. Союз создается на основе единого экономического, правового и информационного пространства. В Союзе происходит координация политики в области налогообложения, промышленности, сельского хозяйства и т.д. Страны-участницы проводят единую таможенную политику в области социальной, торговой, экономической сферы.

Экономический и валютный союз является последней ступенью региональной и экономической интеграции, где осуществляется единая политика в области валютно-финансовой сферы на основе введения общей валюты.

Характерные особенности форм и ступеней процесса экономической интеграции в кратком виде представлены в следующей таблице 1.

Таблица 1. – Ступени экономической интеграции.

Формы экономической интеграции	Характерные особенности
1. Зона свободной торговли	Участники интеграции подписывают соглашение о снятии таможенных пошлин и квот. Но третьим странам каждая страна ведет свою политику
2. Таможенный союз	Проводится единая таможенная политика по отношению к третьим странам, во внутренних границах таможенные службы сокращаются, отпадает необходимость их содержания.
3. Общий рынок	Свободное перемещение всех факторов производства между странами участниками; происходит поднос устранение всех барьеров, мешающих их движению. Однако еще остаются нерешенными полное согласование экономической политики и выравнивание основных показателей развития

4.Экономический союз	Проводится согласованная экономическая политика и снятие всех препятствий, мешающих экономическому развитию. Учреждаются наднациональные органы управления. Во всех странах-участницах происходят крупные экономические реформы.
5. Валютный союз	Центральные банки стран-участниц сперва согласовывают свободное плавание национальных валют, затем фиксируют валютные курсы. Вводится единая региональная валюта. Формируется центральный банк союза, который становится эмиссионным центром единой валюты.
6.Полная экономическая интеграция	В интеграционном объединении осуществляется единая экономическая политика, унифицируется законодательная база. На этой основе определяется общая налоговая система, единые стандарты, единое трудовое законодательство и т.д.
Примечание – составлено автором по источникам [3, 6, 7, 9]	

Интеграция позволяет использовать закономерности преимуществ экономики масштаба. В нем создается благоприятная внешнеторговая среда. Достигается возможность решения задач торговой политики. Объединение содействует структурной перестройке экономики, молодые отрасли национальной промышленности получают поддержку в укреплении и росте. Интеграционная группа в целях использования преимуществ объединенного рынка создает благоприятные внешние условия для его эффективного функционирования.

В связи с этим деятельность интеграционного объединения должна оцениваться по степени предоставления свободы торговли или, напротив, по уровню ограничения торговых потоков. Чтобы определить, насколько созданные интеграционные группировки соответствуют интересам международной экономики, исследователи Мирового банка установили следующие критерии:

- переходный период после создания не должен превышать 10 лет и включать график но либерализации торговли в отдельных отраслях;
- вводимых в рамках таможенного союза, таможенный тариф не должен превышать самый низкий тариф в стране, существующим с самым низким тарифом;
- правила приема новых членов в интеграционные соглашения должны быть либеральны;
- правила определения страны происхождения товара должны быть прозрачными и не быть средством протекционизма внутри группировки;
- антидемпинговые правила после создания интеграционной группировки должны быть устранены и не применяться.

Формирование интеграционных объединений позволяет противостоять крупнейшим транснациональным корпорациям, которые несут реальные угрозы суверенитету развивающимся национальным государствам и создающимся там рынкам.

Список использованной литературы

4. Костина Г.М. *Мировая экономика и международные экономические отношения (Интеграционные объединения мира)* М; Магистр, 2008 г, - 351 с.
5. Сапожков О. *Европа объединяет рынки капитала*// Коммерсант. – 2009. - №226
6. Васильева Н.А., Лагутина М.Л. *Формирование Евразийского союза: теоретический аспект. // Евразийская интеграция: экономика, право, политика . – 2011. - №10*

7. Васильева Н.А., Лагутина М.Л., Формирование Евразийского союза в контексте глобальной регионализации // Евразийская экономическая интеграция – 2012. - №3

8. Кругман П., Обстфельд М. Международная экономика. / П.Кругман, М.Обстфельд – СПб., Питер, 2004. – 503 с.

9. Ивасенко Я.Н. Мировая экономика. Учебное пособие / Я.Н. Ивасенко. – Москва, КНОРУС, 2014. – 463 с.

МРНТИ 06.52.13

Вань Вэньин.¹

У.К.Джакишева¹

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

УПРАВЛЕНИЕ АКТИВАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация

Деятельность любого без исключения предприятия невозможна без наличия какого-либо имущества (активов), которые могут выступать и как средства, и как предметы труда, использоваться для организации и управления производственными процессами. При этом наличие у предприятия каких-либо активов подразумевает формирование и ведение определенной деятельности, направленной на управление активами. Такая деятельность, как правило, подразумевает проведение следующих операций: приобретение, доставка, размещение, ввод в эксплуатацию или передача в производство, ремонт, охрану, страхование, обучение персонала работе с активами и иные действия.

Все перечисленные, а также многие иные действия, связанные с движением активов предприятия, подразумевают возникновение для предприятия различных затрат, объем которых во многом будет зависеть от того – как правильно и с какой эффективностью предприятие организует и реализует в своей деятельности систему управления собственными, а также временно находящимися в его распоряжении активами.

Ключевые слова: активы, эффективное управление, долгосрочные активы, оборотные активы, инвестиции, прибыль.

Вань Вэньин.¹

У.К.Джакишева¹

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

КӘСІПОРЫН АКТИВТЕРІН БАСҚАРУ

Аңдатпа

Кез келген кәсіпорынның қызметі өндірістік процестерді ұйымдастыру және басқару үшін қолданылатын еңбек құралы ретінде де, еңбек заты ретінде де әрекет ете алатын мүліктің (активтердің) болмайынша мүмкін емес. Сонымен бірге кәсіпорында кез келген активтердің болуы активтерді басқаруға бағытталған белгілі бір қызмет түрлерін қалыптастыруды және жүргізуді білдіреді. Мұндай қызмет, әдетте, келесі операцияларды қамтиды: сатып алу, жеткізу, орналастыру, іске қосу немесе өндіріске беру, жөндеу, күзет, сақтандыру, қызметкерлерді активтермен жұмыс істеуге үйрету және басқа да әрекеттер.

Жоғарыда айтылғандардың барлығы, сондай-ақ кәсіпорынның активтерінің қозғалысына байланысты басқа да көптеген әрекеттер кәсіпорын үшін әртүрлі шығындардың пайда

болуын білдіреді, олардың мөлшері көбінесе кәсіпорынның қаншалықты дұрыс және қандай тиімділікпен ұйымдастырып, жүзеге асыратынына байланысты болады. өз қызметінде өзінің, сондай-ақ уақытша иелігіндегі активтерді басқару жүйесі.

Түйін сөздер: активтер, тиімді басқару, ұзақ мерзімді активтер, айналым активтері, инвестициялар, пайда.

Wan Wenyang.¹

Dzhakisheva U. K.¹

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

ENTERPRISE ASSET MANAGEMENT

Abstract

The activity of any enterprise without exception is impossible without the presence of any property (assets) that can act both as means and as objects of labor, used to organize and manage production processes. At the same time, the presence of any assets in an enterprise implies the formation and conduct of certain activities aimed at asset management. Such activity, as a rule, involves the following operations: acquisition, delivery, placement, commissioning or transfer to production, repair, security, insurance, training of personnel in working with assets and other actions.

All of the above, as well as many other actions related to the movement of assets of an enterprise, imply the occurrence of various costs for the enterprise, the amount of which will largely depend on how correctly and with what efficiency the enterprise organizes and implements in its activities a system for managing its own, as well as assets temporarily at his disposal.

Keywords: assets, effective management, long-term assets, current assets, investments, profit.

Управление активами предприятия — деятельность предприятия по управлению собственными и привлеченными средствами с целью получения максимальной прибыли с минимальными рисками.

Первоначальные задачи управления активами предприятия:

1. Увеличение объема активов.

2. Уменьшение объема пассивов.

Для выполнения этих задач необходимо рационально использовать краткосрочные и долгосрочные активы предприятия.

Долгосрочные активы включают долгосрочные финансовые инвестиции, вложения в материальные ценности, основные средства, объекты незавершенного строительства и прочие нематериальные активы. Долгосрочные активы не участвуют в производственном процессе предприятия.

— Управление оборотными активами предприятия — комплексная задача, включающая управление денежными средствами, товарными остатками, материалами и сырьем, дебиторской задолженностью и другими типами активов[1].

Эффективное управление активами предприятия предполагает получение как можно большей прибыли. Прибыль считается полученной после того, как все риски по продукции передаются контрагенту (покупателю товара). Чем больше отгрузок товара, тем выше прибыль. Таким образом, для того, чтобы получить как можно больше прибыли, нужно максимально сократить время от заказа продукции до отгрузки и получения оплаты за нее.

Это означает, что эффективное управление активами предприятия порождает задачу управления финансовым циклом.

Еще один способ повысить прибыль — уменьшить издержки при производстве. Исходя из этого, управление активами предприятия предполагает и управление запасами предприятия.

— Эффективное использование активов организаций имеет исключительное значение, поскольку оказывает большое влияние на общую эффективность всей совокупности вовлеченных средств. Это объясняется тем, что продолжительность оборота долгосрочных активов существенно отличается от продолжительности оборота оборотных активов. Если первые многократно участвуют в процессе производства, то оборотные активы участвуют в процессе однократно, полностью потребляясь в каждом его цикле. Оборот долгосрочных активов исчисляется годами, в то время как оборотные активы в течение года совершают, как правило, несколько оборотов. Следовательно, оборотные активы во многом определяют общие темпы и общую эффективность производства[2].

В ходе анализа финансового состояния организации важно определиться, насколько эффективно менеджмент компании управляет активами, доверенными ему владельцами компании.

Показатели эффективности управления активами являются комбинированными показателями, опирающимися на фактические данные, взятые из баланса и отчета о финансовых результатах организации. Показатели оборачиваемости показывают, сколько раз за анализируемый период оборачиваются те или иные активы организации. Обратная величина, помноженная на 360 дней (или количество дней в анализируемом периоде), указывает на продолжительность одного оборота этих активов. Показатели оборачиваемости имеют большое значение для оценки финансового положения организации, поскольку скорость оборота средств оказывает непосредственное влияние на платежеспособность фирмы, а увеличение скорости оборота средств отражает повышение ее производственно-технического потенциала.

Исчисление показателей эффективности управления активами предполагает различные варианты оценки оборота и значений размера средств, обслуживающих оборот. Некоторые методики предлагают учитывать оборот по реализации за анализируемый период по себестоимости, а размер оборотных активов — в пределах их балансового остатка на конец данного периода. Другими методиками предлагается за оборот принимать выпуск товарной продукции, а активы учитывать как среднюю величину исходя из размера остатков на начало и конец периода.

— Наиболее удобным и достоверным является расчет, учитывающий оборот по реализации готовой продукции в соответствующих ценах реализации, а размер активов, обслуживающих оборот за реализуемый период, как среднюю величину балансовых остатков за тот же период[3].

Показатели эффективности управления активами, как правило, принято подразделять на три группы.

К *первой группе* можно отнести коэффициенты оборачиваемости: активов, долгосрочных активов, оборотных активов, чистых активов.

— Чаще всего используются коэффициенты оборачиваемости активов, оборотных и чистых активов (нетто-активы). Эти показатели определяют, какое количество вложенных активов необходимо для обеспечения данного уровня реализации продукции (какая сумма дохода приходится на 1 тенге вложенных активов). Данные показатели являются приближенными, так как в балансах большинства организаций самые различные активы, приобретенные в различное время, показываются по первоначальной стоимости[4].

Коэффициент оборачиваемости активов характеризует эффективность использования активов с точки зрения объема продаж:

$$K_A = \frac{B}{(A_{н.п} + A_{к.п})/2},$$

где В — выручка от реализации;

$A_{н.п}$ — активы на начало отчетного периода;

$A_{к.п}$ — активы на конец отчетного периода.

Коэффициент оборачиваемости долгосрочных активов показывает, какая сумма дохода приходится на единицу денежного выражения долгосрочных активов организации:

$$K_{BA} = \frac{B}{A_{н.п} + A_{к.п} - (OA_{н.п} + OA_{к.п})/2},$$

где $OA_{н.п}$ — оборотные активы на начало отчетного периода;

$OA_{к.п}$ — оборотные активы на конец отчетного периода.

Коэффициент оборачиваемости оборотных активов отражает число кругооборотов, совершаемых оборотными средствами организаций за определенный период времени:

$$K_{OA} = B : \frac{OA_{н.п} + OA_{к.п}}{2}.$$

Коэффициент оборачиваемости чистых активов характеризует количество продаж, которое может быть сгенерировано данным количеством активов, и показывает, сколько раз за определенный период совершается полный оборот чистых активов:

$$K_{ЧА} = B : \frac{A_{н.п} + A_{к.п} - (OT_{н.п} + OT_{к.п})}{2},$$

где $OT_{н.п}$ — текущие обязательства на начало отчетного периода;

$OT_{к.п}$ — текущие обязательства на конец отчетного периода.

Ко второй группе относят такие показатели, как оборачиваемость товарно-материальных запасов и оборачиваемость товарно-материальных запасов по себестоимости.

Цель расчета этих показателей состоит в том, чтобы установить признаки уменьшения величины или, напротив, избыточного накопления товарно-материальных запасов и счетов дебиторов. Обычно эти статьи баланса сопоставляются с суммой дохода от реализации продукции или услуг или с себестоимостью реализованной продукции, так как данные статьи тесно взаимосвязаны.

Коэффициент оборачиваемости товарно-материальных запасов характеризует скорость, с которой товарно-материальные запасы оборачивались в течение отчетного периода:

$$K_{MЗ} = B : \frac{MЗ_{н.п} + MЗ_{к.п}}{2},$$

где $MЗ_{н.п}$ — товарно-материальные запасы на начало отчетного периода;

$MЗ_{к.п}$ — товарно-материальные запасы на конец отчетного периода.

Обычно чем выше показатель оборачиваемости товарно-материальных запасов, тем лучше: низкий уровень запасов уменьшает риск, связанный с невозможностью реализовать продукцию, и указывает на эффективное использование капитала.

Коэффициент оборачиваемости товарно-материальных запасов по себестоимости рассчитывают по формуле

$$K_{M3} = T : \frac{M3_{н.п} + M3_{к.п}}{2},$$

где Т— затраты на производство товарной продукции.

В *третью группу*, как правило, входят оборачиваемость дебиторской задолженности и средний период погашения дебиторской задолженности.

При расчете данных показателей важно установить, соответствует ли сумма неоплаченной дебиторской задолженности на конец отчетного периода сумме продаж в кредит, которая должна оставаться неоплаченной с учетом предоставляемых компанией условий коммерческого кредита.

Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности показывает вынужденное или добровольное расширение или снижение коммерческого кредита, предоставляемого организации:

$$K_{ДЗ} = B : \frac{ДЗ_{н.п} + ДЗ_{к.п}}{2},$$

где ДЗ_{н.п} — дебиторская задолженность на начало отчетного периода;

ДЗ_{к.п} — дебиторская задолженность на конец отчетного периода.

Коэффициент среднего периода погашения дебиторской задолженности показывает, в течение какого периода необходимо «закрыть» дебиторскую задолженность:

$$K_{пдз} = \frac{365}{O_{дз}},$$

— где O_{дз} — оборачиваемость дебиторской задолженности [5].

Эффективное использование активов играет большую роль в обеспечении нормализации работы организаций, повышении уровня рентабельности производства и зависит от множества факторов.

В современных условиях огромное негативное влияние на изменение эффективности использования активов и замедление их оборачиваемости оказывают факторы кризисного состояния экономики:

- снижение объемов производства и потребительского спроса;
- высокие темпы инфляции; разрыв хозяйственных связей;
- нарушение договорной и платежно-расчетной дисциплины;
- высокий уровень налогового бремени;
- снижение доступа к кредитам вследствие высоких банковских процентов[6].

Все перечисленные факторы влияют на использование активов вне зависимости от интересов организаций. Вместе с тем организации имеют внутренние резервы повышения эффективности использования оборотных активов, на которые могут активно влиять. К ним относятся: рациональная организация производственных запасов, сокращение пребывания оборотных активов в незавершенном производстве, эффективная организация обращения[7].

Повышение эффективности использования оборотных средств позволяет высвободить значительные денежные ресурсы и направить их на осуществление мероприятий по наращиванию производственных мощностей, решение социальных задач коллектива фирмы, результативную работу на финансовом рынке. Кроме того, лучшее использование оборотных средств приводит к высвобождению материальных ресурсов, в которых они были ранее размещены. В этом случае речь идет о повышении эффективности использования оборотных средств.

Список использованной литературы

1. Молдован А.А. Финансовые ресурсы предприятия // *eIntegral : Международный журнал прикладных наук и технологий*. – 2018. – № 4. – С. 329-333.
2. Джанбегов Ш.Г. Ценовая политика как элемент финансовой политики. – DOI 10.18411/lj-04-2020-152 // *Тенденции развития науки и образования*. – 2020. – № 60-8. – С. 8-10.
3. Ермакова Ю.С. Роль заемного капитала в управлении организацией / Ю.С. Ермакова, В.А. Красюк // *Сфера услуг : инновации и качество*. – 2018. – № 37. – С. 20-32.
4. Исенбулатова А.Е. Заемный капитал организации и механизм его привлечения // *Проблемы и перспективы развития кооперации и интеграции в современной экономике : сб. ст. конф.* – Саратов, 2018. – С. 179-182.
5. Сысоева Е.Ф. Капитал, финансовые ресурсы и источники финансирования организации // *Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Экономика и управления*. – 2007. – № 1. – С. 125-133.
6. Сысоева Е.Ф. Структура капитала и финансовая устойчивость организации: практический аспект // *Дайджест-финансы*. – 2007. – № 7. – С. 11-16.
7. Дзюбанчук Ю.А. Актуальные проблемы формирования и управления капиталом предприятия / Ю.А. Дзюбанчук, Ю.Ю. Давыдова // *Символ науки*. – 2017. – Т.1, № 3. – С. 63-66.

ЖАС ҒАЛЫМДАРДЫҢ МІНБЕСІ ТРИБУНА МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ

МРНТИ 06.81.12

А.Ж.Құрмантаева¹

¹*Абай атындағы Қазақ Ұлттық Педагогикалық университеті
Алматы қ. Қазақстан*

ҰЛТТЫҚ ЭКОНОМИКАДАҒЫ ДӘРМЕНСІЗ ШАРУАШЫЛЫҚ ЖҮРГІЗУШІ СУБЪЕКТИЛЕРДІ САУЫҚТЫРУДЫҢ ЭКОНОМИКАЛЫҚ ҚҰРАЛДАРЫ

Аннотация

Қазіргі Қазақстан экономикасындағы қатаң бәсекелестік объективті және субъективті сипаттағы тәуекелдердің туындау ықтималдығын ескере отырып, кәсіпкерлік қызметті дамытудың перспективалары мен бағыттарын нақты айқындау қажеттілігін болжайды.

Тәуекел табиғатының қосарлы сипаты және оның кәсіпкерлік қызметтің дамуына әсер ету дәрежесі адамның еркіне қарамастан болады және оны реттемейді. Бірақ бұл басқарушылық шешімдерді оңтайландырудың және тәуекелдерді азайтудың тиімді әдістерін таңдауға мүмкіндік береді.

Қажетті бақылау ортасын құру, персоналды үнемі хабардар ету және ішкі бақылауды жүзеге асыру арқылы экономикалық субъект тәуекелдерді басқару бойынша тиісті шешімдер қабылдайды.

Тәуекелдер кез-келген бизнестің қажетті құрамдас бөлігі болып табылады, өйткені нақты жағдай ешқашан жоспарланған немесе қалаған параметрлерге толық сәйкес келмейді. Тәуекелдерді дұрыс талдау және бағалау компанияға жоғары тәуекел салаларын анықтауға және теріс салдардың әсерін азайту үшін уақтылы шешім қабылдауға мүмкіндік береді.

Түйін сөздер: әлеуетті дағдарыс, тәуекелдерді басқару, дағдарыстық шаруашылық, дәрменсіздік, экономикалық тәуекел, сауықтыру, тұрақтандыру.

А.Ж. Құрмантаева¹

¹*Казахский Национальный Педагогический университет имени Абая*

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИНСТРУМЕНТЫ ОЗДОРОВЛЕНИЯ НЕУСТОЙЧИВЫХ ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

Аннотация

Жесткая конкуренция в современной казахстанской экономике предполагает необходимость четкого определения перспектив и направлений развития предпринимательской деятельности с учетом вероятности возникновения рисков объективного и субъективного характера.

Двойной характер характера риска и степень его влияния на развитие предпринимательской деятельности существуют независимо от воли человека и не регулируются им. Но это позволяет выбрать наиболее эффективные методы оптимизации управленческих решений и снижения рисков.

Создавая необходимую контрольную среду, постоянно информируя персонал и осуществляя внутренний контроль, экономический субъект принимает соответствующие решения по управлению рисками.

Риски являются необходимой составляющей любого бизнеса, поскольку реальная ситуация никогда не будет полностью соответствовать запланированным или желаемым параметрам. Правильный анализ и оценка рисков позволяют компании выявлять сферы

повышенного риска и своевременно принимать решения для минимизации воздействия негативных последствий.

Ключевые слова: потенциальный кризис, управление рисками, кризисное хозяйство, несостоятельность, экономический риск, оздоровление, стабилизация

Kurmantaeva A. Zh.¹

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

ECONOMIC INSTRUMENTS OF REHABILITATION OF UNSTABLE ECONOMIC ENTITIES OF THE NATIONAL ECONOMY

Abstract

Fierce competition in the modern Kazakh economy implies the need for a clear definition of the prospects and directions of business development, taking into account the likelihood of risks of an objective and subjective nature.

The dual nature of the nature of risk and the degree of its impact on the development of entrepreneurial activity exist independently of the will of a person and are not regulated by it. But this allows you to choose the most effective methods of optimizing management decisions and reducing risks.

By creating the necessary control environment, constantly informing the staff and exercising internal control, the economic entity makes appropriate decisions on risk management.

Risks are a necessary component of any business, because the real situation will never fully meet the planned or desired parameters. Proper risk analysis and assessment allow the company to identify areas of increased risk and make timely decisions to minimize the impact of negative consequences.

Key words: potential crisis, risk management, crisis economy, insolvency, economic risk, rehabilitation, stabilization.

Дәрменсіз шаруашылық жүргізуші субъектілерді сауықтыруды жүргізу кезінде олардың «дағдарыстық» дәрежесі әрдайым ескерілмейді. Ол ескерілген жағдайда да, онда дәрменсіз шаруашылық жүргізуші субъектілердің «дағдарыстық» дәрежесі әрдайым объективті түрде анықталмайды. Мұның салдары дәрменсіз шаруашылық жүргізуші субъектілерді сауықтыру кезінде күтілетін нәтижелерді алмау болып табылады[1].

Ұлттық экономикадағы дәрменсіз шаруашылық жүргізуші субъектілерді сауықтырудың экономикалық құралдарын таңдау дағдарыс кезеңдеріне байланысты. Дағдарыс процесі тану мүмкіндіктерімен және шаруашылық субъектінің дағдарысты еңсеру әлеуетімен анықталатын кезеңдерден өтеді[2].

Бірінші кезең - әлеуетті дағдарыс. Әлеуетті дағдарыс - бұл шаруашылық жүргізуші субъектінің мүмкін, бірақ нақты емес дағдарысы, оның квазинормальды жағдайы.

Екінші кезең – латентті дағдарыс. Латентті дағдарыс жасырын немесе басталған дағдарыстың кезеңі ретінде анықталады. Ол өтімді ақша ағынының, рентабельділік пен пайданың төмендеуімен, шаруашылық жүргізуші субъектінің нарықтық құнының тұрақтануымен, қысқа мерзімді қаржылық міндеттемелер мен ауыспалы шығындардың ұлғаюымен сипатталады.

Үшінші кезең - өткір дағдарыс. Бұл кезеңде шаруашылық жүргізуші субъект теріс таза ақша ағымында, шаруашылық жүргізуші субъектінің нарықтық құнының төмендеуінде, қаржылық міндеттемелердің ұлғаюында, ауыспалы шығындардың өсуімен жоғары операциялық левериджде көрініс табатын дағдарыстың күшті теріс әсерін сезінеді.

Шаруашылық жүргізуші субъект айналым қаражатының бір бөлігін шығындарды өтеуге жібереді, бұл оның қысқартылған өсімін молайту режиміне өтуін тудырады. Дағдарыстың деструктивті әсері қаражат пен уақыттың жетіспеушілігін, шаруашылық қызметтің

шығындылығын тудырады. Алайда, шаруашылық субъектінің әлеуеті өткір дағдарысты еңсеру үшін әлі де жеткілікті.

Төртінші кезең - өткір шешілмейтін дағдарыс. Бұл кезеңде дағдарысқа қарсы талаптар қолда бар әлеуеттен асып түседі, өйткені таза ақша ағыны күрт теріс болады, шаруашылық субъектінің нарықтық құны күрт төмендейді, шұғыл қаржылық міндеттемелер күрт артады, жалпы ағымдағы шығындар өскен кезде операциялық левередж тым жоғары болады. Шаруашылық жүргізуші субъектінің дағдарыстық жай-күйі кредиторлардың өз қаражатын қайтару жөніндегі іс-әрекетін күшейтеді.

Ұлттық экономикадағы дәрменсіз шаруашылық жүргізуші субъектілерді сауықтырудың экономикалық құралдарын таңдау дағдарыс кезеңдеріне ғана емес, сонымен бірге факторларға, яғни шаруашылық жүргізуші субъектінің дағдарысын тудырған себептер мен жағдайларға да байланысты. Шаруашылық жүргізуші субъектінің дағдарыс қаупі сыртқы және ішкі орта факторларының жиынтық әсерімен анықталады[3].

Қазақстанның көптеген шаруашылық жүргізуші субъектілерінің дағдарыстық жағдайы олардың төлем қабілетсіздігімен сипатталады. Бұл республиканың экономикалық дамуына үлкен қауіп төндіреді.

Соңғы жылдары шаруашылық жүргізуші субъектілердің шығынсыз болуының біршама төмендеуіне қарамастан, оның деңгейі айтарлықтай жоғары болып қалуда.

Банкроттық аймағындағы дағдарыс субъектілері нарықтық ортаның бизнес климатына қауіп төндіреді[4]. Олар нарықтық ортаның басқа шаруашылық жүргізуші субъектілеріне әсер ететін дағдарыс құбылыстарын жаңғырта алады, немесе сол арқылы оларға «жұқтырады».

Дағдарыстық шаруашылық жүргізуші субъектілерді төтенше жағдайлардан шығару құралдарына оналту жатады. Оны сәтті жүзеге асыру бүкіл нарықтық ортаны сауықтыруды білдіреді.

Оналтушы менеджер - сауықтыру ұзақ мерзімді кезеңде перспективада дағдарыстық шаруашылық жүргізуші субъектіні дамытудың стратегиялық мақсаттарын жоғалтуға негізделуі керектігін нақты түсінуі керек. Дамудың стратегиялық мақсаттары жоқ, бірақ бүгінгі күні нақты мақсат бар – «аман қалу».

Дағдарыс жағдайында «өткен» және «болашақ» қазіргі уақытты құрбан етеді. Сондықтан дағдарыс жағдайында ақша, материалдық активтер мен уақыт экономикалық бағаның басқа өлшеміне ие. Мысалы, оның активтері өтімділікті төмендету және құнсыздану қасиетін алады.

Дағдарыстық шаруашылық жүргізуші субъект үшін «уақыт» факторы ерекше өткірлікке ие болады. Ол үшін сыни экономикалық жағдай нақты уақытпен шектелген: соттың банкроттық туралы шешім қабылдауы[5].

Сондықтан дағдарыс субъектісі үшін уақыт бағасы тым жоғары. Әдетте уақыт бағасы дисконттау арқылы есептеледі. Инвестициялық жобаларда болашақ ақша ағындары инфляция мен инвестициялық тәуекелді ескеретін дисконттау мөлшерлемесіне азаяды.

Борышкер үшін ауыртпалық түсіретін шарттарды бұзған кезде берешек бойынша төлемеудің басталу уақытын ескерген жөн. Мысалы, төлем қабілетсіздігі туралы өтініш қабылданғанға дейін қарызды төлемеу басталған уақыт кезеңі күдікті болып табылады. Осы уақыт кезеңіндегі оналту тәжірибесінде күдік принципін қолдану қажет. Күдікті кезеңде жасалған мәмілелерге ерекше назар аудару қажет.

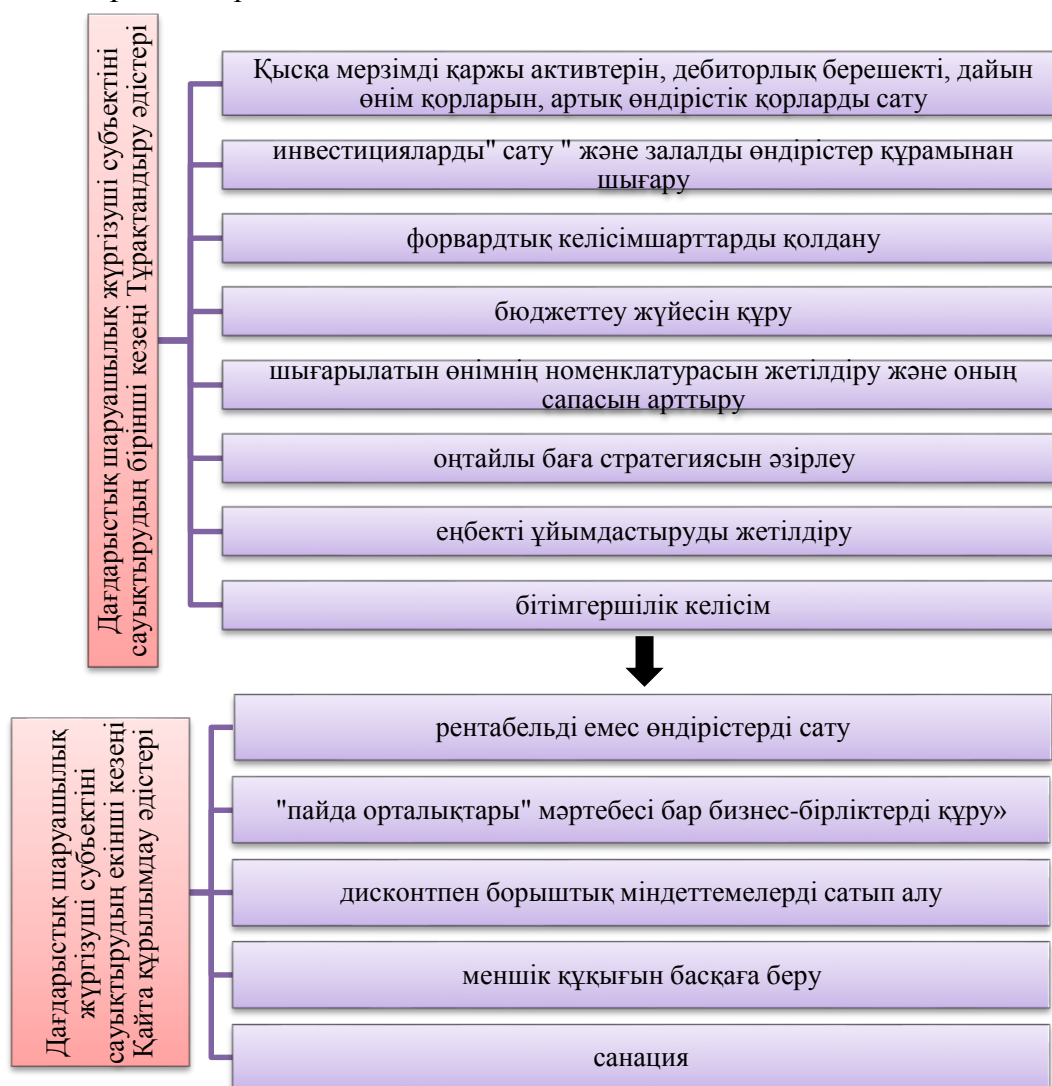
Әсіресе, қарыздарды алдын-ала өтеу, немесе мүлікті ұстап қалу құқығын беру, мүлікті өтеусіз беру немесе сату бойынша. Олардың экономикалық орындылығының жеткіліксіздігі наразылық білдіруге негіз болуы керек. Францияда дәрменсіздік туралы өтініш қабылданғанға дейін берешек бойынша төлемеу басталған уақыт кезеңінде жасалған барлық мәмілелерге күдікпен қарайды.

Оналту «формуласы» дағдарыстық шаруашылық жүргізуші субъектінің активтерін ақша нысанына аудару болып табылады. Оның шеңберінде кезең-кезеңмен жүзеге асырылатын

оңалту әдістерін тұрақтандыру және қайта құрылымдау (1-суретке сәйкес) әдістеріне топтастыру ұсынылады.

Бірінші кезеңде дағдарыстық шаруашылық субъектісіне аз «ауыр» тұрақтандыру әдістерін қолдану ұсынылады. Қазақстанның қор нарығының нақты депрессиясы жағдайында қысқа мерзімді қаржы активтерін тұрақтандыру әдісі ретінде сату кезінде олардың дисконтын есептеу мағынасы жоқ. Олар сұраныс бағасымен жүреді. Дебиторлық берешекті сату сұраныс бағасымен де жүзеге асырылады. Дайын өнімнің қорларын сату шығынмен болжанады. Олар құтқару үшін бұрынғы ақшаның жоғалуын, болашақ дағдарыстық шаруашылық субъектісін білдіреді. Артық қорларды сату сатып алу бағасынан төмен болуы мүмкін, бұл өткен ақшаның құрбанын білдіреді.

Инвестицияларды сату басқа шаруашылық жүргізуші субъектілердегі қатысу үлесін, аяқталмаған объектілерді, инвестициялық жобаларды сату арқылы жүзеге асырылады[20]. Инвестицияларды сату критерийі салынған капиталға қаражатты қайтару мерзімдері болып табылады. Инвестициялық жобалар, егер олар оңалтуды басқару уақыты шегінде қайтарымды бере бастаса, сақталуы мүмкін. Сараптамалық бағалаулар бойынша ұзақ мерзімді инвестициялық жобалардың сақталуы банкроттыққа алып келеді. Залалды өндірістер құрамынан шығару еншілес шаруашылық жүргізуші құрылымдарды құру жолымен жүзеге асырылады.



Сурет 1 - Дағдарыстық шаруашылық жүргізуші субъектіні сауықтыру алгоритмі
Дереккөз: [6] әдебиет негізінде құрастырылған

Өнімді жеткізуге арналған форвардтық келісім-шарттарды қарыздарды есепке алу үшін пайдалануға болады. Мүдделі кредиторға қарыздарды есептеудің орнына өнімді жеткізуге арналған ұзақ мерзімді келісімшарттар ұсынылады.

Бюджеттеу жүйесін құру қаржылық ағындарды ретке келтіруді, делдалдар мен бартерлерді қысқартуды қамтиды.

Шығарылатын өнім номенклатурасын жетілдіру ағымдағы төлемге қабілетті сұранысқа бағдарлануды көздейді; нарықта неғұрлым сұранысқа ие және пайданың қолайлы нормасын қамтамасыз ететін тауарларды шығару. Тауарлардың оңтайлы ассортимент жиынтығына сатып алушылардың рекомбинациялық талдауы қол жеткізеді, бұл белгілі бір мақсатты топтың сатып алушыларына жақсы сәйкес келетін тауарлар мен олардың бағаларының үйлесімін табуға мүмкіндік береді.

Оңтайлы баға стратегиясын әзірлеу критерийлерге сүйене отырып жүзеге асырылады – баға бәсекелестерге қарағанда жоғары («сыйақылық баға» немесе «қаймақты алу»), баға бәсекелестер деңгейінде (бейтарап баға), баға бәсекелестерге қарағанда біршама төмен (бағаның өсуі немесе төмендетілген бағалар).

Бәсекелестерге қарағанда салыстырмалы түрде жоғары бағаны белгілеу, егер сатып алушылар олар үшін ерекше маңызы бар өнімдердің ерекше қасиеттері үшін төлеуге дайын нарық сегменті болса мүмкін. Олардың талаптарын неғұрлым толық қанағаттандыру сату бағасында сыйақы құрудың шарты болып табылады. Бейтарап баға нарықта белгіленеді, онда сатып алушылар тауар бағасының деңгейіне сезімтал болады. Баға серпілісі сату көлемін және нарық үлесін ұлғайту есебінен көбірек пайда алуға бағытталған.

Дағдарыстық шаруашылық жүргізуші субъектідегі еңбекті ұйымдастыруды жетілдіру өндірістің түріне байланысты сараланып жүзеге асырылады. Негізгі өндірісте жұмыс істейтіндердің саны өндіріс көлеміне пропорционалды түрде азаяды. Жұмыспен қамтылған қосалқы өндірістердің саны аз дәрежеде азаяды, өйткені ол өндіріс көлеміне аз тәуелді және аз серпімді.

Қызметкерлер санын оңтайландыру еңбек мотивациясы мен сапасын арттыруы керек. Алайда, жұмыспен қамтылғандарды оңтайландыру ұқыпты және салмақты көзқарасты талап етеді, өйткені ол қызметкерлерді жалдау және оқыту бойынша ықтимал шығындармен (егер өнімге сұраныс өссе), өңірлік жұмыссыздықтың ықтимал шиеленісуіне байланысты әлеуметтік шығындармен шектеледі.

Дағдарыстық шаруашылық субъектісінде жалақыны төмендету есебінен, бірақ оны тұрақты төлеу шартымен еңбекақыны үнемдеуге болады. Нәтижеге келесі жағдайларды ескере отырып қол жеткізіледі: дағдарыстық шаруашылық жүргізуші субъектілерде жалақы тұрақты емес төленеді, бұл оналтуды басқарушы мен еңбек ұжымы арасындағы жанжалды болдырмауға мүмкіндік береді.

Бітімгершілік келісімге қол жеткізілген кезде борышкер міндеттемелерінің мөлшері, тәртібі, мерзімдері және оларды орындау тәсілдері белгіленеді. Оны жасасу міндеттемелерді орындауды кейінге қалдыруды (бөліп төлеуді), борышкердің талап ету құқығын басқаға беруді, борышкердің міндеттемелерін үшінші тұлғалардың орындауын, борыштан жеңілдікті, оны кешіруді көздейді. Бітімгершілік келісім жасасу кредиторлардың ізгі ниетіне байланысты.

Тұрақтандыру әдістерінен сауықтыру әсері жеткіліксіз болған жағдайда дағдарыстық шаруашылық жүргізуші субъектіге «хирургиялық» сипаттағы қайта құрылымдау әдістерін қолданған жөн. Дағдарысты шаруашылық жүргізуші субъектіні оналтудың қайта құрылымдау әдісі ретінде рентабельді емес өндірістерді сату оны шешудің нақты және объективті критерийлері жоқ проблемалық міндет болып табылады. Осыған байланысты, рентабельді емес өндірістерді технологиялық процестегі маңыздылығы бойынша саралауды қолдану қажет.

«Пайда орталықтары» мәртебесі бар бизнес - бірліктер дағдарыстық шаруашылық жүргізуші субъект қызметінің бағыттары бойынша құрылады.

Дағдарыс субъектісінің қарыздарының құнсыздануы оған осы қарыздарды жабуға мүмкіндік береді. Алайда төлем мерзімі не мерзімі өткен, не уақыты бойынша жақын қарыздар бойынша қысқа мерзімді міндеттемелерді ғана жабуға болады. Қарыздарды жабу - бұл дағдарыстық субъект үшін үлкен жеңілдіктері бар қысқа мерзімді инвестициялар болып табылады.

Меншік құқығын беру ауыр операция болып табылады және қарыздарды жарғылық капиталға айналдыру арқылы жүзеге асырылады. Ол жарғылық капиталды ұлғайту есебінен (акционерлік қоғам жағдайында – акциялар эмиссиясы) немесе дағдарыстық шаруашылық жүргізуші субъектінің меншік иелерінің үлесі есебінен жүргізіледі.

Дағдарыстық шаруашылық жүргізуші субъектіні сауықтыруды жүргізудің табыстылығы бизнестің «жұмсақ» жағын, ең алдымен адами ресурстарды ескере отырып алдын ала анықталады. Оның дұрыс есепке алынбауы қызметкерлердің оңалту рәсімдерін жүргізуге қарсылығын тудырады және нәтижесінде көптеген проблемалар туғызады. Осыған байланысты олармен оңалту қажеттілігіне көз жеткізу үшін белгілі бір жұмыс қажет.

Сауықтыру рәсімдерін қолдану тәжірибесі олардың тиімділігі төмен екенін көрсетеді. Кейбір жағдайларда дағдарыстық шаруашылық жүргізуші субъектілерді сауықтыру меншікті қайта бөлу әдісі ретінде пайдаланылады, бұл даулы жағдайды тудырады.

Сонымен «ішкі» және «сыртқы» шараларды кешенді және мақсатты қолдану дағдарыс құбылыстарының таралуын оқшаулайды және блоктады, шаруашылық жүргізуші субъектіні сауықтырудың тиімділігін арттырады.

Ұсынылып отырған іс-шараларды іске асыру жиынтығында экономикалық тәуекелдің әсер ету дәрежесінің төмендеуіне, қызмет нәтижелерінің жақсаруына әкеледі және апатты тәуекелі бар кәсіпорындар тобынан экономикалық тәуекел дәрежесі төмен кәсіпорындар тобына өтеді.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі

1. Гэлаи Д., Кроуи М., Минасян В. Б., Марк Р.. *Основы риск-менеджмента* / Д. Гэлаи, М. Кроуи, В. Б. Минасян, Р. Марк. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 390 с.
2. Зубачев, Д. Н. *Кәсіпорындағы тәуекелдерді басқару ерекшеліктері* / Д. Н. Зубачев. —// *Молодой ученый*. — 2018. — № 14 (200). — С. 181-184.
3. *Страхование и управление рисками : учебник для бакалавров* / Г. В. Чернова [и др.] ; под ред. Г. В. Черновой. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 767 с.
4. *Кәсіпорындағы тәуекелдерді басқарудың замануи әдістері* В.М. Корнеева, С.В. Пупенцова. 2020 № 2 с. 33-38 [Электронный ресурс].- URL: https://brstu.ru/static/unit/journal_2/docs/number-40/33-38.pdf. (дата обращения 01.10.2022)
5. *Купешова С. Т. Инновациялық менеджмент: Оқулық.* / С. Т. Купешова Алматы: ЖСТТТ РПБК «Дэуір», 2020 ж. - 202 бет.
6. *Ван Хорн Дж. К.В. Основы управления финансами* / К.В. Ван Хорн Дж. - М: Финансы и статистика, 2016. – 198 с.

АВТОРЛАР ТУРАЛЫ МӘЛІМЕТ

Канабекова М.А. – Абай атындағы ҚазҰПУ – нің аға оқытушысы, э.ғ.к.

Кажигалиева А. – Абай атындағы ҚазҰПУ – нің «Менеджмент» мамандығының магистранты

Хэ Цзинвэнь – Абай атындағы ҚазҰПУ – нің «Экономика» мамандығының магистранты

Оралбаева Ж.З. – Абай атындағы ҚазҰПУ – нің аға оқытушысы, э.ғ.к.

Нуралыев Х. – Абай атындағы ҚазҰПУ – нің «Есеп және аудит» мамандығының магистранты

Джакишева У.К. – Абай атындағы ҚазҰПУ – нің аға оқытушысы, э.ғ.к.

Исаева А.Т. – Абай атындағы ҚазҰПУ – нің аға оқытушысы, э.ғ.к.

Жүнісова А.Е. – Абай атындағы ҚазҰПУ – нің «Маркетинг» мамандығының магистранты

Хань Люинь – Абай атындағы ҚазҰПУ – нің «Экономика» мамандығының магистранты

Азбергенова Р.Б. – Абай атындағы ҚазҰПУ – доценті, э.ғ.к.

Ту Жань – Абай атындағы ҚазҰПУ – нің «Экономика» мамандығының магистранты

Гао Сяофэн – Абай атындағы ҚазҰПУ – нің «Менеджмент» мамандығының магистранты

Кошкарбаев К.У. – Абай атындағы ҚазҰПУ – нің аға доценті, э.ғ.д.

Бай Кунью – Абай атындағы ҚазҰПУ – нің «Есеп және аудит» мамандығының магистранты

Ван Синьюй – Абай атындағы ҚазҰПУ – нің «Экономика» мамандығының магистранты

Лю Хунвэй – Абай атындағы ҚазҰПУ – нің «Экономика» мамандығының магистранты

Ли Мэн – Абай атындағы ҚазҰПУ – нің «Экономика» мамандығының магистранты

Джубалиева З.У. – Абай атындағы ҚазҰПУ – нің аға оқытушысы, э.ғ.к.

Чжан Даньтин – Абай атындағы ҚазҰПУ – нің «Экономика» мамандығының магистранты

Янь Лупин – Абай атындағы ҚазҰПУ – нің «Экономика» мамандығының магистранты

Каримова М.Д. – Абай атындағы ҚазҰПУ – нің аға оқытушысы, Phd докторы

Ли Кэхуа – Абай атындағы ҚазҰПУ – нің «Экономика» мамандығының магистранты

Вань Вэньин – Абай атындағы ҚазҰПУ – нің «Экономика» мамандығының магистранты

Құрмантаева А.Ж. – Абай атындағы ҚазҰПУ – нің аға оқытушысы

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

- Канабекова М.А.** – к.э.н, ст.преподаватель КазНПУ имени Абая
Кажигалиева А. – магистрант КазНПУ имени Абая, специальность «Менеджмент»
Хэ Цзинвэнь – магистрант КазНПУ имени Абая, специальность «Экономика»
Оралбаева Ж.З. – к.э.н, ст.преподаватель КазНПУ имени Абая
Нуралыев Х. – магистрант КазНПУ имени Абая, специальность «Учет и аудит»
Джакишева У.К. – к.э.н, ст.преподаватель КазНПУ имени Абая
Исаева А.Т. – к.э.н, ст.преподаватель КазНПУ имени Абая
Жүнісова А.Е. – магистрант КазНПУ имени Абая, специальность «Маркетинг»
Хань Люинь – магистрант КазНПУ имени Абая, специальность «Экономика»
Азбергенова Р.Б. – к.э.н, доцент КазНПУ имени Абая
Ту Жань – магистрант КазНПУ имени Абая, специальность «Экономика»
Гао Сяофэн – магистрант КазНПУ имени Абая, специальность «Менеджмент»
Кошкарбаев К.У. – д.э.н, доцент КазНПУ имени Абая
Бай Кунь – магистрант КазНПУ имени Абая, специальность «Учет и аудит»
Ван Синьюй – магистрант КазНПУ имени Абая, специальность «Экономика»
Лю Хунвэй – магистрант КазНПУ имени Абая, специальность «Экономика»
Ли Мэн – магистрант КазНПУ имени Абая, специальность «Экономика»
Джубалиева З.У. – к.э.н, ст.преподаватель КазНПУ имени Абая
Чжан Даньтин – магистрант КазНПУ имени Абая, специальность «Экономика»
Янь Лупин – магистрант КазНПУ имени Абая, специальность «Экономика»
Каримова М.Д. – ст.преподаватель КазНПУ имени Абая, доктор Phd
Ли Кэхуа – магистрант КазНПУ имени Абая, специальность «Экономика»
Вань Вэньин – магистрант КазНПУ имени Абая, специальность «Экономика»
Құрмантаева А.Ж. – ст.преподаватель КазНПУ имени Абая

INFORMATION ABOUT AUTHORS

Kanabekova M.A. – candidate of Economic Sciences, Senior lecturer, Kazakh National Pedagogical university named after Abay

Kazhigalieva A. – master's student of KazNPU named after Abai, specialty "Management"

He Jingwen – master's student of KazNPU named after Abai, specialty "Economics"

Oralbaeva Zh.Z. – candidate of Economic Sciences, Senior lecturer, Kazakh National Pedagogical university named after Abay

Nuralyyev K. – 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

Issayeva A.T. – candidate of Economic Sciences, Senior lecturer, Kazakh National Pedagogical university named after Abay

Zhunissova A.Y. – master's student of Abai Kaznpu, specialty "Marketing"

Han Luyin – master's student of KazNPU named after Abai, specialty "Economics"

Azbergenova R.B. – candidate of Economic Sciences, Senior lecturer, Kazakh National Pedagogical university named after Abay

Tu Zhan – master's student of KazNPU named after Abai, specialty "Economics"

Gao Xiaofeng – master's student of KazNPU named after Abai, specialty "Management"

Koshkarbayev K.U. – Doctor of Economics, Associate Professor of the Kazakh National Pedagogical University named after Abai

Bai Kunu – master's student of Abai Kaznpu, specialty "Accounting and audit"

Wang Xinyu – master's student of KazNPU named after Abai, specialty "Economics"

Liu Hongwei – master's student of KazNPU named after Abai, specialty "Economics"

Li Meng – master's student of KazNPU named after Abai, specialty "Economics"

Dzhubalieva Z.U. – candidate of Economic Sciences, Senior lecturer, Kazakh National Pedagogical university named after Abay

Zhang Danting – master's student of KazNPU named after Abai, specialty "Economics"

Yan Lupin – master's student of KazNPU named after Abai, specialty "Economics"

Karimova M.D. – Doctor Phd, Senior lecturer, Kazakh National Pedagogical university named after Abay

Li Kehua – master's student of KazNPU named after Abai, specialty "Economics"

Wan Wenying – master's student of KazNPU named after Abai, specialty "Economics"

Kurmantaeva A. Zh. – Senior lecturer, Kazakh National Pedagogical university named after Abay