

**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**  
**№ 4 (74)**

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  
№ 4 (74)

Абай атындағы  
Қазақ ұлттық педагогикалық  
университеті

**ХАБАРШЫ**

«Экономика» сериясы,  
№4 (74), 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. Нармбаев** – *ҚР ҰҒА академигі,*  
*экон.ғыл.д., профессор,*

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

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

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

**Victor Pou Serradell** – *Phd doctor*  
*universitat intarnacional de Catalunya*  
(Испания),

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

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

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

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

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

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

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

© Абай атындағы Қазақ ұлттық  
педагогикалық университеті, 2022

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

Басуға 23.12.2022 қол қойылды.  
Пішімі 60x84 1/8. Көлемі 10.0 е.б.т.  
Таралымы 300 дана. Тапсырыс 748.

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**

**Нурғалиева А.М., Исаева Х.А.** Методы и показатели анализа  
эффективности инвестиционных проектов в Республике  
Казахстан..... 5

**Нурғалиева А.М., Исаева Х.А.** Қазақстан Республикасындағы  
инвестициялық жобалардың тиімділігін талдау әдістері мен  
көрсеткіштері

**Nurgalieva A.M., Issayeva K.A.** Methods and indicators of  
analyzing the efficiency of investment projects in the republic of  
kazakhstan

**Адельбаева А.К., Қасен Қ.Р.** Теоретические аспекты  
продовольственной безопасности..... 12

**Адельбаева А.К., Қасен Қ.Р.** Азық – түлік қауіпсіздігінің  
теориялық аспектілері

**Adelbayeva A. K., Kassen K. R.** Theoretical aspects of food security

**Тлеуова А.К., Исаева А.Т.** Халықтың өмір сүру сапасын  
экономикалық өлшеудегі негізгі факторлар мен тәсілдер..... 17

**Тлеуова А.К., Исаева А.Т.** Основные факторы и методы  
экономического измерения качества жизни населения.

**Tleuova A.K., Issaeva A.T.** The main factors and methods of  
economic measurement of the quality of life of the population.

**Азбергенова Р.Б., Изеев С.Н.** Приоритеты инновационной  
политики в условиях глобальной экономической  
конкуренции..... 24

**Азбергенова Р.Б., Изеев С.Н.** Жаһандық экономикалық бәсекес  
жағдайындағы инновациялық саясат басымдықтары

**Azbergenova R., S.Izeyev.** Priorities of innovation policy in the  
conditions of global economic competition

**Жуматаева А.К., Арзикулова Р.К.** Инновациялық экономика:  
қалыптастыру мәні мен мәселелері..... 32

**Жуматаева А.К., Арзикулова Р.К.** Инновационная экономика:  
сущность и проблемы формирования

**Zhumataeva A.K., Arzikulova R.K.** Innovative economy: the  
essence and problems of formation

**МАКРОЭКОНОМИКАЛЫҚРЕТТЕУ  
МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОЕРЕГУЛИРОВАНИЕ**

**Балапанова Э.С.** Развитие предпринимательства в АПК  
Республики Казахстан: потенциал, тенденции и перспективы  
развития..... 38

**Балапанова Э.С.** Қазақстан Республикасындағы агроөнеркәсіп  
кешеніндегі кәсіпкерлікті дамыту: әлеуеті, үрдісі және даму  
болашағы

**Balapanova E.S.** Development of entrepreneurship in agro-industrial  
complex of the Republic of Kazakhstan: capacity, trends and  
development prospects

Казахский национальный  
педагогический университет  
имени Абая

ВЕСТНИК

Серия «Экономическая»  
№4 (74), 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 23.12.2022.  
Формат 60x84 1/8. Объем 10.0 уч.-изд.л.  
Тираж 300 экз. Заказ 748.

050010, г. Алматы,  
пр. Достык, 13. КазНПУ им. Абая  
Издательство «Ұлагат» Казахского  
национального педагогического  
университета имени Абая

Исаева А.Т., Жүнісова А.Е. Бәсекелестік артықшылық және оның жаңа өнімді әзірлеу стратегиясына әсері ..... 46  
Исаева А.Т., Жүнісова А.Е. Конкурентное преимущество и его влияние на стратегию разработки нового продукта  
Issaeva A.T., Zhunisova A.Y. Competitive advantage and its impact on new product development strategy

Даурен М., Қасен Қ.Р. Кәсіпорынның бәсекелестік стратегиясын зерттеу жолдары..... 52  
Даурен М., Қасен Қ.Р. Способы исследования конкурентной стратегии предприятия  
Dauren M., Kassen K. R. Ways to study the company's competitive strategy

Батырхан С.Б., Исаева А.Т. Қазақстан және шет мемлекеттердің мемлекеттік қызметшілерді ынталандыру жүйесі..... 56  
Батырхан С.Б., Исаева А.Т. Система стимулирования государственных служащих Казахстана и иностранных государств.  
Batyrkhan S.B., Issaeva A.T. A.T. Incentive system for civil servants of Kazakhstan and foreign countries

Файзуллина С.А. Салықтық есеп саясаты- салықтық жоспарлау құралы..... 63  
Файзуллина С.А. Налоговая учетная политика-инструмент налогового планирования  
Faizullina S.A. Tax accounting policy-a tax planning tool

#### ЖАС ҒАЛЫМДАРДЫҢ МІНБЕСІ ТРИБУНА МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ

Асанова А.Ж. Тенденции развития оптовой торговли в Республике Казахстан..... 67  
Асанова А.Ж. Қазақстан Республикасындағы көтерме сауданың даму тенденциялары  
Assanova A.Zh. Trends in the development of wholesale trade in the Republic of Kazakhstan

Мелдебекова А.А. Қазақстанда маркетингтің дамуы..... 73  
Мелдебекова А.А. Развитие маркетинга в Казахстане  
Meldebekova A.A. Marketing development in kazakhstan

Авторлар туралы мәлімет..... 79  
Сведения об авторах  
Information about autnors

**Kazakh national pedagogical  
university named after Abai**

**BULLETIN**

**Series of «Economic»  
№4 (74), 2022**

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

**Editor in chief:**  
**B.D. Imanberdiev** –  
*Doctor of economic Sciences, Professor*

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

**Editorial Board:**  
**K.N. Naribaev** – *Doctor of economic  
sciences, professor, Academician of the  
National Academy of Science of the  
Republic of Kazakhstan,*  
**G.B. Nurlihina** – *Doctor of economic  
sciences, professor,*  
**K.R. Kassenov** – *Doctor of economic  
sciences, professor,*  
**E.K. Kaldybaev** – *Doctor of economic  
sciences, Associate Professor*  
**Victor Pou** – *Ph.D Doctor International  
University of Catalonia (Spain),*  
**B.A. Toksabaeva** – *Doctor of economic  
sciences, professor (Kyrgyzstan),*  
**V.Rudzkene** – *ScD, Assoc. Professor  
(Lithuania),*  
**M.M. Perez** – *Ph.D., professor (Spain),*  
**K.D. Dzhumabaev** – *Doctor of economic  
sciences, professor (Kyrgyzstan),*  
**A.V. Cherep** – *Doctor of economic  
sciences, professor (Ukraine),*  
**E.V. Voznyuk** – *Doctor of economic  
sciences, professor (Latvia),*  
**A.K. Adelbaeva** – *master of science,  
teacher (executive secretary)*

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

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

Signed to print 23.12.2022.  
Format 60x84 1/8. Volume – 10.0 publ.  
literature. Edition 300 num. Order 748.

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

## ТЕОРИЯ ЖӘНЕ ӘДІСТЕМЕ ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ

МРНТИ 06.39.02

Нургалиева А.М.<sup>1</sup>, Х.А. Исаева<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Казахстан

### МЕТОДЫ И ПОКАЗАТЕЛИ АНАЛИЗА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

#### Аннотация

В данной статье нами рассмотрены такие понятия, как инвестиции и инновационный проект, что позволило исследовать методы и показатели анализа эффективности инвестиционных проектов в РК. Основными методами анализа инвестиционных проектов, используемых в РК, являются методы простой нормы прибыли, расчёта периода окупаемости проекта, чистой текущей стоимости, внутренней нормы рентабельности и финансовые методы. Показателями эффективности инвестиционных проектов с бюджетными ассигнованиями определены общая стоимость проекта, инвестиционный и постинвестиционный периоды, ставка дисконтирования, уровень инфляции, налоги, нормы амортизации и др.

Установлено, что в Республике Казахстан используются методы и показатели согласно действующей правовой базы и зависят от отрасли и вида инвестирования. Так, в строительстве оценка инвестиционных проектов осуществляется финансовыми методами; при анализе инвестиционных проектов, реализуемых на условиях ГЧП – методы, основанные на денежных потоках; в проектном инвестировании используются такие показатели, как мультипликатор на инвестиции и внутренняя норма доходности и многие другие. Все они позволяют установить как общественную, так и коммерческую эффективность инвестиционных проектов.

*Ключевые слова:* инвестиции, инвестиционный проект, эффективность проекта, методы анализа, показатели эффективности, Республика Казахстан.

М.Нургалиева<sup>1</sup>, Х.А. Исаева<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Каспий қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан

### ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДАҒЫ ИНВЕСТИЦИЯЛЫҚ ЖОБАЛАРДЫҢ ТИІМДІЛІГІН ТАЛДАУ ӘДІСТЕРІ МЕН КӨРСЕТКІШТЕРІ

#### Аңдатпа

Бұл мақалада біз Қазақстан Республикасындағы инвестициялық жобалардың тиімділігін талдаудың әдістері мен көрсеткіштерін зерттеуге мүмкіндік берген инвестиция және инновациялық жоба сияқты ұғымдарды қарастырдық. Қазақстан Республикасында қолданылатын инвестициялық жобаларды талдаудың негізгі әдістеріне қарапайым табыс нормасы әдістері, жобаның өтелу мерзімін есептеу, таза келтірілген құн, кірістің ішкі нормасы және қаржылық әдістер жатады. Бюджеттік қаражатты бөлумен инвестициялық жобалардың нәтижелік көрсеткіштері жобаның жалпы құнын, инвестициялық және инвестициядан кейінгі кезеңдерді, есептік мөлшерлемені, инфляция деңгейін, салықтарды, амортизациялық аударымдарды және т.б. анықтайды.

Әдістер мен көрсеткіштер Қазақстан Республикасында қолданыстағы заңнамалық базаға сәйкес қолданылатыны және инвестициялардың саласы мен түріне байланысты екені анықтал-

ды. Сонымен, құрылыста инвестициялық жобаларды бағалау қаржылық әдістермен жүзеге асырылады; МЖӘ шарттары бойынша іске асырылатын инвестициялық жобаларды талдауда – ақша ағындарына негізделген әдістер; жобалық инвестицияда инвестициялық мультипликатор және кірістің ішкі нормасы және басқа да көптеген көрсеткіштер қолданылады. Олардың барлығы инвестициялық жобалардың мемлекеттік және коммерциялық тиімділігін белгілеуге мүмкіндік береді.

*Түйін сөздер:* инвестициялар, инвестициялық жоба, жобаның тиімділігі, талдау әдістері, тиімділік көрсеткіштері, Қазақстан Республикасы.

*Nurgalieva A.M.<sup>1</sup>, Issayeva K.A.<sup>1</sup>*  
*<sup>1</sup>Caspian Social University, Almaty, Kazakhstan*

## **METHODS AND INDICATORS OF ANALYZING THE EFFICIENCY OF INVESTMENT PROJECTS IN THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN**

### *Abstract*

In this article, we have considered such concepts as investment and an innovative project, which made it possible to explore the methods and indicators for analyzing the effectiveness of investment projects in the Republic of Kazakhstan. The main methods of analysis of investment projects used in the Republic of Kazakhstan are the methods of simple rate of return, calculation of the payback period of the project, net present value, internal rate of return and financial methods. The performance indicators of investment projects with budget allocations determine the total cost of the project, investment and post-investment periods, discount rate, inflation rate, taxes, depreciation rates, etc.

It has been established that methods and indicators are used in the Republic of Kazakhstan in accordance with the current legal framework and depend on the industry and type of investment. So, in construction, the evaluation of investment projects is carried out by financial methods; in the analysis of investment projects implemented on the terms of PPP – methods based on cash flows; in project investment, indicators such as the investment multiplier and the internal rate of return and many others are used. All of them allow to establish both public and commercial efficiency of investment projects.

*Keywords:* investments, investment project, project efficiency, analysis methods, performance indicators, Republic of Kazakhstan

Для раскрытия методов и показателей анализа эффективности инвестиционных проектов следует обозначить основные понятия (инвестиции и инвестиционный проект), определённые экономической наукой для организации инвестиционной деятельности. Инвестиционный проект (Л.И. Юзвович, М.С. Марамыгин, Е.Г. Князева, М.И. Львова, Ю.В. Куваева, М.В. Чудиновских, С.А. Дегтярев) – это документ, который призван помочь руководству предприятия оценить, какие объёмы вложений нужны, позволяет рассчитать экономическую эффективность от реализации проекта и учесть все риски, возникающие при инвестировании [1]. Под инвестиционным проектом (В.М. Аскинадзи, В.Ф. Максимова) наиболее часто понимают вложение различных форм капитала на обозначенный срок для получения дохода и прибыли [2].

В Республике Казахстан правовая база инвестиционной деятельности основывается на системе законов и подзаконных актов, которые определяют конституционные права, специальные и общерегулирующие и в сфере инвестиций. Включает в себя правовая система: Конституцию Республики Казахстан, гражданское законодательство, таможенное и налоговое законодательство, земельное, указы Президента, законы и другие нормативно-правовые акты, которые регулируют инвестиционную деятельность. Конституция Казахстана регламентирует инвестиционную деятельность (статья 26 гарантирует всем свободу предпринимательской деятельности и право распоряжаться для этой цели своим имуществом). Предпринимательский кодекс

определяет инвестиции и инвестиционный проект, правоотношения, в сфере инвестиций, в нём отражены гарантии правовой защиты инвесторов при осуществлении инвестиционной деятельности, обеспечена гарантия поддержки со стороны государства и отражены инвестиционные преференции. Гражданский Кодекс РК определяет понятие инвестиционного проекта, инвестиционный и гражданско-правовые отношения между инвестором и его клиентами. Налоговый Кодекс РК предусматривает инвестиционные преференции в облегчении налогового бремени инвестора. Таможенный Кодекс РК позволяет освободить от уплаты определённых таможенных пошлин при реализации приоритетных инвестиционных проектов.

Анализ законодательства показывает, что инвестиционная деятельность в Казахстан строится согласно общепринятым международным стандартам и принципам, так как инвестиционное законодательство уточняет сроки действия инвестиционного контракта и определяет порядок применения инвестиционных преференций. Предоставляет гарантии инвесторам по возмещению затрат при возможном случае реквизиции (выплату рыночной стоимости имущества) или национализации имущества инвестора (возмещение убытков в полном объёме). [3]

В настоящее время основным программным документом, определяющим инвестиционную политику страны, является Концепция индустриально-инновационного развития Казахстана на 2021-2025 годы и Концепция инвестиционной политики Республики Казахстан до 2026 года [4].

Анализ литературных источников позволил установить основные методы анализа эффективности инвестиционных проектов. Методы оценки эффективности проектов – это способы определения целесообразности долгосрочного вложения капитала в различные объекты (проекты, мероприятия) с целью оценки перспектив их прибыльности и окупаемости. Структура эффективности инвестиционного проекта рассматривается следующим образом:

- эффективность проекта в целом;
- общественная эффективность проекта;
- коммерческая эффективность проекта;
- эффективность участия в проекте (участия предприятия в проекте; участия в проекте кредиторов; отраслевая эффективность проекта; бюджетная эффективность; эффективность для акционеров; региональная эффективность) [5].

Основные методы анализа инвестиционных проектов, которые используются для их оценки, отражены нами на рисунке 1.

Ими определены методы: простой нормы прибыли; расчёта периода окупаемости проекта; чистой текущей стоимости и внутренней нормы рентабельности.

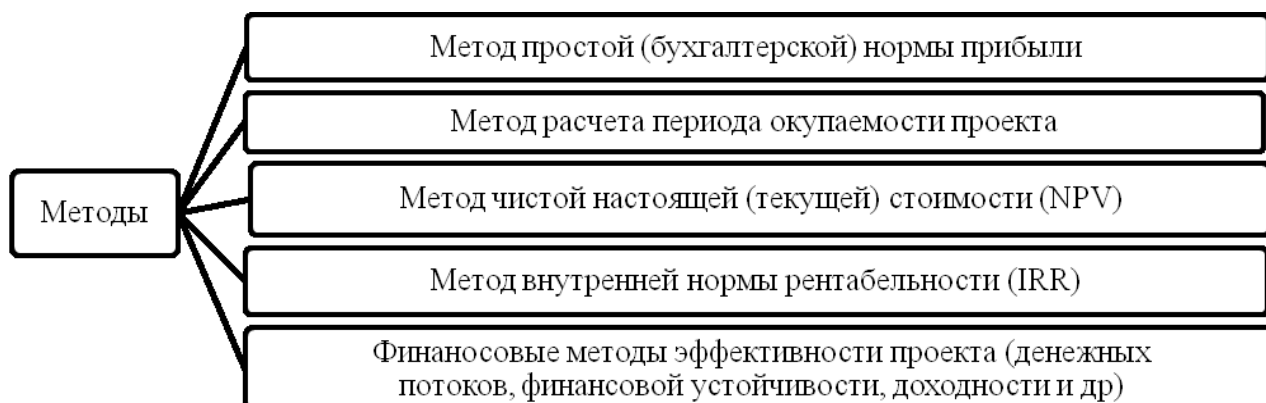


Рисунок 1 – Основные методы анализа инвестиционных проектов  
Примечание-рисунок составлен на основе источника [6]



Показателями эффективности инвестиционных проектов классифицируют по двум признакам:

1. по виду:

- показатели абсолютные, в которых определяются обобщающие показатели в виде разности между стоимостными оценками полученных результатов и расходов по реализации проекта;
- показатели относительные, в которых определяются обобщающие показатели в форме отношения оценок стоимости результатов проекта к расходам на их получение;
- показатели временные, оценивающие период окупаемости проекта в общем или инвестиционных затрат, в частности.

2. по методу сопоставления:

- статистические показатели, в которых оцениваются равнозначно денежные потоки, возникающие в разные периоды времени реализации проекта и сопоставляют результаты с затратами;
- динамические показатели, в которых приводятся к эквивалентной основе разновременные денежные потоки во время реализации инвестиционного проекта посредством метода дисконтирования, что позволяет сопоставить результаты и затраты.

В мировой практике денежный поток, отражающий доходы от инвестиционного проекта, всегда корректируют, исходя из фактора времени, и применяют для расчёта показателей в приведённом виде [7].

В настоящее время проводятся согласно Правил проведения необходимых экспертиз государственных инвестиционных проектов для оценки целесообразности реализации бюджетных инвестиций и бюджетного кредитования [8]. В обозначенные правила внесены положения по проведению анализа инвестиционных проектов. Обозначены Правилами базовые показатели инвестиционного проекта с бюджетными ассигнованиями: общая стоимость проекта, тысяч тенге; инвестиционный период, в годах; постинвестиционный период, в годах; ставка дисконтирования, в процентах; уровень инфляции, в процентах; налоги, в процентах; нормы амортизации.

На следующем этапе нами проведено исследование, направленное на установление особенностей анализа эффективности инвестиционных проектов в отраслях экономики страны. Многие из них имеют свои особенности. Покажем их на примере строительной отрасли.

Оценка инвестиционных строительных проектов осуществляется финансовыми методами: при условии участия государства в инвестициях на строительство финансово-экономическая эффективность инвестиций и технико-экономических показателей в строительстве определяются согласно Правил разработки или корректировки, проведения необходимых экспертиз инвестиционного предложения государственного инвестиционного проекта в области строительства [9].

Активно используются методы анализа инвестиционных проектов, реализуемых на условиях государственно-частного партнёрства. Для оценки бюджетной и коммерческой эффективности необходимо используют методы, основанные на Cash Flow, который позволяет выделить денежный поток для того, чтобы определения эффективности участия для различных участников. Покажем их на примере на инвестиционные проекты системы здравоохранения, разработанных министерством здравоохранения Республики Казахстан, по созданию многопрофильной больницы на 360 коек. В таблице 1 показаны основные показатели по проекту.

Таблица 1 – Основные показатели инвестиционного проекта строительства больницы на 360 коек, млн тенге

№	Показатели	Сумма, млн тенге
1	Стоимость строительства	9 163
2	Стоимость оборудования	3 200
3	Стоимость объекта (с учётом расходов на страхование, обеспечение займа и т.д.)	14 242,50
4	Собственные средства концессионера	4 771,57
5	Заёмные средства концессионера	9 890,62
6	Ставка заёмных средств	12%
7	Ставка собственных средств концессионера (IRR )	15%
8	Ставка инфляции	7%
9	Ставка дисконтирования	11%
Примечание-составлен на основе источника [10]		

Доля участия концессионера в проекте составляет 33,5%, государство выступает гарантом предоставляя кредитные средства под льготный процент. Таким образом косвенная доля государства составляет 66,5%.

Оценка эффективности проекта на условиях ГЧП основана на построении денежных потоков и расчёте системы основных показателей эффективности государственно-частного партнёрства (таблица 2).

Таблица 2 – Сравнительная таблица Cash Flow с учётом инфляции

№	Наименование статей	10 лет	15 лет	25 лет
1.1	Приток по опер. деятельности	53 500,21	84 951,39	181 842,52
1.1.1	Доходы от ГОМБП	18 130,38	35 591,08	94 428,47
1.1.2	Доходы от платных медицинских услуг	3 626,08	7 118,22	18 885,69
1.1.3	Доходы от платных немедицинских услуг	788,11	1 547,11	4 104,70
1.1.4	КИЗ	14 242,50	14 242,50	14 242,50
1.1.5	КЭЗ	16 713,15	26 452,49	50 181,16
1.2	Отток по опер. деятельности	36 925,42	65 684,28	158 689,75
1.2.1	Производственные расходы (себестоимость лечения)	16 713,51	32 809,68	87 048,98
1.2.2	Операционные расходы	2 572,64	4 646,08	11 632,93
1.2.3	КПН, 20%	2 377,48	2 982,11	5 249,97
1.2.4	Налог на имущество, 1,5%	880,73	1 064,24	1 181,80
1.2.5	Дополнительные затраты концессионера	3 773,29	7 407,21	19 652,45
1.2.6	Страхование, 0,4%	49,45	49,45	49,45
1.2.7	Средний и капремонт	1 374,49	1 374,49	7 788,79
1.2.8	Обновление оборудования	3 200,00	6 400,00	11 200,00
1.2.9	Выплата 12% годовых по кредиту	5 934,37	8 901,56	14 835,93
1.2.10	Комиссионные за выдачу кредита, 0,5%	49,45	49,45	49,45
1	Сальдо по опер. деятельности	16 574,78	19 267,11	23 152,77
2.1	Отток по инвестиц. деятельности	12 363,28	12 363,28	12 363,28

2.1.1	Строительство больницы на 360 коек с оборудованием	12 363,28	12 363,28	12 363,28
2	Сальдо по инвестиц. деятельности	- 12 363,28	- 12 363,28	- 12 363,28
3.1	Приток по финан. деятельности	14 662,19	14 662,19	14 662,19
3.1.1	Поступление денег от банка	9 890,62	9 890,62	9 890,62
3.1.2	Собственные средства концессионера	4 771,57	4 771,57	4 771,57
3.2	Отток по финан. деятельности	9 890,62	9 890,62	9 890,62
3.2.1	Возврат собственных средств концессионеру	-	-	-
3.2.2	Погашение основного долга по кредиту	9 890,62	9 890,62	9 890,62
3	Сальдо по финанс. деятельности	4 771,57	4 771,57	4 771,57
	Чистый Денежный Поток	8 983,07	11 675,39	15 561,06
Примечание- составлен на основе источника [11]				

Расчёт произведён на 10, 15 и 25 лет. При этом рассмотрено три варианта:

1 вариант: строительство – содержание здания;

2 вариант: строительство – содержание здания – оказание немедицинских услуг;

3 вариант: строительство – содержание здания – оказание медицинских и немедицинских услуг.

План движения потоков показывает возможности по обеспечению экономической эффективности для участников, по успешному погашению кредита и получения положительного сальдо, что является главным, особенно для концессионера. Данный метод позволяет нам установить, что наибольший эффект по третьему варианту, рассчитанному на 25 лет. Расходы бюджета отражены в таблице 3.

Таблица 3 – Расходы государства по больнице в номинальном и приведённом выражениях

	10 лет		15 лет		25 лет	
	номинальн.	приведен.	номинальн.	приведен.	номинальн.	приведен.
Расходы государства без ГОМБП	30 880,65	16 122,43	40 674,98	17 140,90	64 363,66	18 775,22
Расходы государства с ГОМБП:	49 011,02	25 245,40	76 266,06	30 745,76	158 792,12	39 215,63
КИЗ	14 242,50	7 435,84	14 242,50	6 001,95	14 242,50	4 154,61
КЭЗ	16 638,15	8 686,59	26 432,49	11 138,95	50 121,16	14 620,61
ГОМБП	18 130,38	9 122,97	35 591,08	13 604,86	94 428,47	20 440,41
Примечание- составлен на основе источника [11]						

Наиболее оптимальным вариантом для реализации проектов по строительству больницы на 360 коек для данного концессионного проекта является 3-й вариант, предусматривающий «Строительство – содержание здания – оказание как медицинских, так и немедицинских услуг». Поэтому концессионеру при заключении договора проектного финансирования необходимо ещё предоставить меры государственной поддержки (КИЗ) и определение возмещения эксплуатационных затрат в пределах объёмов, предоставляемых им объёмов услуг, которые должны оказываться согласно действующего законодательства за счёт бюджетных средств в отрасли здравоохранения.

Таким образом, нами установлено, что в Республике Казахстан используются методы и показатели анализа эффективности инвестиционных проектов. С их помощью рассчитываются не только все виды экономической эффективности от реализации проекта, но и все риски, возникающие при инвестировании. Правовая база использования методов анализа основывается на системе законов и подзаконных актов, которые регулируют деятельность государства и предприятий при реализации инвестиционных проектов. Особое значение отводится приоритетным проектам, обозначенным Концепцией индустриально-инновационного развития Казахстана на 2021-2025 годы, Концепцией инвестиционной политики Республики Казахстан до 2026 года.

Инвестиционный анализ в области проектного инвестирования реализуется в РК на основе сравнения ситуации на предприятии «до реализации проекта» и ситуации «после реализации» проекта и на основе сравнения позиций эффективности деятельности предприятия, на условиях «с проектом» и на условиях «без проекта». Приоритетными направлениями анализа являются уровень доходности вложенного капитала и показатели финансовой устойчивости предприятия. На примере ТОО «Verny Investments Holding» установлено, что проектное инвестирование в Республике Казахстан реализует большое число инвестиционных проектов по вышеобозначенным методам и показывают расчёт эффективности инвестиционных проектов, используя такие показатели, как мультипликатор на инвестиции и внутренняя норма доходности и многие другие.

#### Список использованной литературы

1. *Инвестиции и инвестиционная деятельность: учебник / Л.И. Юзвович, М.С. Марамыгин, Е.Г. Князева, М.И. Львова, Ю.В. Куваева, М.В. Чудиновских, С.А. Дегтярев; под общ. ред. Л.И. Юзвович, Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2021. – 498 с.*
2. *Аскинадзи В.М. Инвестиции. Практикум: учебное пособие для вузов / В.М. Аскинадзи, В.Ф. Максимова. — 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2022. – 347 с.*
3. *Концепция индустриально-инновационного развития Казахстана на 2021-2025 годы. Постановление Правительства Республики Казахстан от 20 декабря 2018 года № 846. [Электрон.ресурс]. – 2022. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P1800000846>. Постановление Правительства Республики Казахстан от 15 июля 2022 года № 482. (дата обращения: 10.11.2022).*
4. *Концепция инвестиционной политики Республики Казахстан до 2026 года. [Электрон.ресурс]. – 2022. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P2200000482> (дата обращения: 10.11.2022).*
5. *Теплова Т.В. Инвестиции: учебник для бакалавров / Т.В. Теплова. — 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2014. – 782 с.*
6. *World Investment Report 2020: Investment and the Digital Economy. – UNCTAD, 2020. – 238 p. – статья из журнала*
7. *Теслюк Л.М. Оценка эффективности инвестиционного проекта: учебное электронное текстовое издание / Л.М. Теслюк, А.В. Румянцева; под редакцией М.В. Березюк; Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина. – Екатеринбург, 2014. – 140 с.*
8. *Показатели оценки инвестиционного проекта. [Электрон.ресурс]. – 2022. – URL: <https://www.beboss.ru/journal/3231-pokazateli-ocenki-investicionnogo-proekta?ysclid=laukrq13vj782355257> (дата обращения: 10.11.2022).*
9. *Руководство по инвестициям. [Электрон.ресурс]. – 2022. – URL: <https://afsa.aifc.kz/ru/investment-guide/> (дата обращения: 10.11.2022).*
10. *Колмыкова Т.С. Инвестиционный анализ: учеб. пособие./ Т.С. Колмыкова. – М.: Инфра – М., 2015. – С.208.*
11. *Кочкаева Д.О. Экономическая эффективность инвестиционной деятельности / Д.О. Кочкаева // «Научно-практический журнал Аллея Науки». – 2019. – №3(30). – С. 1-4*

МРНТИ 06.71.07

Адельбаева А.К.<sup>1</sup>, Қасен Қ.Р.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Казахский национальный педагогический университет имени Абая,  
г. Алматы, Казахстан

## ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

### Аннотация

В современных условиях продовольственная безопасность является основой социально-экономического развития, а также важнейшим элементом экономической и национальной безопасности государства. В условиях глобального продовольственного и финансового кризиса повышается актуальность проблемы обеспечения продовольственной безопасности. Проблемы, связанные с продовольственным обеспечением населения, всегда выступали в качестве приоритетного направления национальной политики, а продовольственная безопасность рассматривалась как важнейшее условие существования и независимости государства, от эффективности решения которой зависит социальная, политическая и экономическая стабильность в обществе. Статья написана на основании изучения научной экономической литературы, посвященной вопросам оценки продовольственной безопасности. Рассмотрены индикаторы (показатели), используемые для оценки продовольственной безопасности. Цель исследования – изучение проблемы продовольственной безопасности, ее роли в экономическом развитии страны.

*Ключевые слова:* продовольственная безопасность, государство, сельское хозяйство, экономика, развитие, продовольственные товары.

А.К. Адельбаева<sup>1</sup>, Қ.Р. Қасен<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті,  
Алматы қ., Қазақстан

## АЗЫҚ-ТҮЛІК ҚАУІПСІЗДІГІНІҢ ТЕОРИЯЛЫҚ АСПЕКТІЛЕРІ

### Аңдатпа

Қазіргі таңда азық-түлік қауіпсіздігі мемлекеттің ұлттық және экономикалық қауіпсіздігінің маңызды элементтерінің бірі, сондай-ақ әлеуметтік-экономикалық дамудың негізі болып табылады. Жаһандық және қаржылық дағдарыс жағдайында азық-түлікпен қамтамасыз ету мәселелері ерекше орынға ие. Халықты азық – түлік тауарларымен қамтамасыз ету мәселелері әрқашанда ұлттық саясаттың басымды бағыттарының қатарында болса, азық-түлік қауіпсіздігі қоғамда әлеуметтік, саяси және экономикалық тұрақтылық тудыратын, мемлекеттің тәуелсіздігі мен ойдағыдай дамуын білдіретін маңызды шарт ретінде қарастырылады. Мақала азық-түлік қауіпсіздігін бағалауға арналған ғылыми экономикалық әдебиеттерді зерттеу негізінде жазылған. Азық-түлік қауіпсіздігін бағалауда қолданатын индикаторлар (көрсеткіштер) қарастырылған. Зерттеу мақсаты – азық-түлік қауіпсіздігінің мәселелерін зерттеу мен оның мемлекеттің экономикалық дамуындағы рөлін зерттеу.

*Түйін сөздер:* азық-түлік қауіпсіздігі, мемлекет, ауыл шаруашылығы, экономика, даму, азық-түлік тауарлары.

Adelbayeva A.K.<sup>1</sup>, Kassen K.R.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Kazakh National Pedagogical University named after Abai, Almaty, Kazakhstan

## THEORETICAL ASPECTS OF FOOD SECURITY

### *Abstract*

In modern conditions, food security is the basis of socio-economic development, as well as the most important element of the economic and national security of the state. In the context of the global food and financial crisis, the urgency of the problem of ensuring food security is increasing. Problems related to the food supply of the population have always been a priority direction of national policy, and food security has been considered as the most important condition for the existence and independence of the state, on the effectiveness of which social, political and economic stability in society depends. The article is written on the basis of the study of scientific economic literature devoted to the assessment of food security. The indicators (indicators) used to assess food security are considered. The purpose of the study is to study the problem of food security and its role.

*Keywords:* food security, state, agriculture, economy, development, food products.

На современном этапе развития общества обеспечение продовольственной безопасности приобретает все большую актуальность, так как является основной проблемой глобального значения, решение которой остается главным условием создания стабильности и благополучия в мире.

Продовольственная безопасность является одним из важных, ключевых элементов национальной безопасности любого государства, в которой каждый гражданин на каждый момент времени имеет физический и экономический доступ к экологически чистой и безопасной пище необходимой для здорового образа жизни. [1]

К признакам продовольственной безопасности относят такое состояние защищенности жизненно важных интересов не только личности, но и государства и общества в целом от внутренних и внешних угроз, а также возможность противостояния им. Если говорить о продовольственной безопасности, то многочисленные источники содержат разные трактовки по этому поводу. Они акцентируют внимание на том или ином ее признаке который в свою очередь выступает основным критерием продовольственной безопасности. К таковым можно отнести обеспечение равного доступа к продовольственным товарам, устойчивость продовольственного обеспечения, конкурентоспособность отечественной продовольственной продукции.

Чтобы понять суть продовольственной безопасности необходимо рассмотреть исторический аспект. Термин «продовольственная безопасность» был введен в официальные оборот в 1974 году на Всемирной конференции по проблемам продовольствия, организованный Продовольственной и сельскохозяйственной организацией Объединённых Наций (ФАО). В 1970 годах было несколько продовольственных кризисов, почти во всех странах наблюдался рост цен на продукты питания. [2]

Однако сущность данной категории была определена спустя 20 лет. В Римской декларации по всемирной продовольственной безопасности (13.11.1996 г.) подчеркивается, что продовольственная безопасность – это состояние экономики при котором населению страны в целом и каждому гражданину в отдельности гарантируется обеспечение доступа к продуктам питания, питьевой воде и другим пищевым продуктам в качестве, ассортименте и объемах, необходимых и достаточных для физического и социального развития личности.

Существенный вклад в изучении проблем продовольственной безопасности внесли такие ученые как, А.И. Алтухов, Д.Ф. Вермель, Н.Кондратьев, И.Г. Ушачев и другие. [3]

Несмотря на то, что изучению продовольственной безопасности уделено немало внимания, многие теоретические аспекты до сих пор остаются дискуссионными. Во второй половине 90-х

годов XX века термин «продовольственная безопасность» начала широко применяться как в научной литературе, так и в официальных документах. Данный термин требует раскрытия с учетом сущности как экономической категории рыночной экономики, так и методологии его исследования на региональном уровне. [4]

Целесообразно рассмотреть подходы к определению категории «продовольственная безопасность» различных научных школ.

Автор	Определения
В.И. Назаренко	Продовольственная независимость как способность страны удовлетворять внутренние продовольственные потребности на счет внутренних же источников
А.Б. Воронина, А.А. Долгопалова, Е.Е. Погарцева	Способность государства гарантировать удовлетворение потребностей в качественном, экологически безопасном продовольствии на таком уровне, при котором создается нормальная жизнедеятельность всего населения в масштабе страны
И.Г. Ушачев	Обеспечение физической и экономической доступности продовольствия для любого человека в соответствии с рациональными нормами здорового питания в объемах, достаточных для поддержания активной жизни, высокое качество и безопасность потребляемых продуктов питания.
А.И. Костяев	Способность системы производства, хранения, переработки, оптовой и розничной торговли обеспечивать стабильно и равномерно в течение года все категории населения соответствующих территорий продуктами питания в размерах потребления, отвечающих научно обоснованным медицинским нормам.
Сущность продовольственной безопасности	
В.И. Назаренко	Для раскрытия сущности продовольственной безопасности используется системный подход. Продовольственная безопасность как система включает в себя несколько подсистем: - Продовольственную независимость (способность страны удовлетворять внутренние продовольственные потребности за счет внутренних же источников); - социальную стабильность (возможность доступа к продовольствию всех социальных групп населения); - демографическую стабильность (здоровье общества, зависящее от уровня питания и продовольственного обеспечения); - сферу производства продовольствия (основу всего жизнеобеспечения населения)
Е.В. Серова	Уровень доступности для основной части населения страны продуктов питания, необходимых для поддержания нормального образа жизни. Безопасность нации, в том числе и продовольственная, повышается при расширении международных торговых связей и общей взаимозависимости стран. Продовольственная же безопасность чаще всего связана не непосредственно с агропродовольственным производством внутри страны, а с общим экономическим положением.
М. Трейси	Продовольственная безопасность является аргументом в пользу мер, направленных на защиту отечественного производства продуктов питания.

И.Г. Ушачев	В понятии «продовольственная безопасность» можно выделить две составляющие: - обеспечение физической и экономической доступности продовольствия для любого человека в соответствии с рациональными нормами здорового питания в объемах, достаточных для поддержания активной жизни.; - высокое качество и безопасность потребляемых продуктов питания. Обе задачи должны решаться при любых изменениях внешних и внутренних условия, причем без сокращения размеров государственного продовольственного резерва. Без собственного отечественного продовольствия все составляющие национальной безопасности сводятся к нулю
-------------	---

[Источники 4,5]

Изучение научных подходов авторов касательно продовольственной безопасности позволяет сделать вывод о сложности и многоаспектности этой категории. Поэтому под продовольственной безопасностью следует понимать такое состояние продовольственных ресурсов, при котором потребность в продовольствии удовлетворяется главным образом за счет отечественного производства в достаточных количествах для нормальной жизнедеятельности населения.

Проблемы связанные с обеспечением продовольственной безопасности на мировом уровне регулируются международными организациями, важнейшая функция которых заключается в содействии стабилизации экономик государств для обеспечения необходимого уровня человеческого развития.

Уровень обеспечения продовольственной безопасности региона оценивается системой показателей характеризующих продовольственную безопасность можно разделить на следующие группы:

1. Натуральные/ абсолютные (удельные – на душу населения) показатели производственных запасов по основным продуктам питания.

2. Относительные по отдельным видам продуктов относительно оптимального базового уровня потребления (производства). Очень важным относительным показателем является продовольственная зависимость от импорта как доли импортных товаров.

3. Техничко-экономические показатели – это показатели характеризующие экономическое состояние АПК, включающие финансово – кредитные показатели, а также состояние материальной базы АПК куда входят посевные площади, поголовье скота, производство и наличие сельхозтехники, удобрений и др.

4. Социально – демографические. Это в основном показатели производства населения и динамики трудовых ресурсов в сельской местности.

Ю.С. Хромов предлагает использовать следующие индикаторы для характеристики состояние продовольственной безопасности.

– степень удовлетворения физиологических потребностей населения в основных продуктах питания.

– уровень энергетического содержания рациона питания населения.

– степень достаточности продовольственных товаров.

– степень экономической доступности продовольствия для граждан.

– степень устойчивости системы продовольственного обеспечения.

– уровень национальной продовольственной независимости

– степень обеспеченности оперативными и стратегическими резервами продовольствия

– уровень производственного потенциала агропромышленного комплекса страны.



Данный набор показателей конечно раскрывает сущность термина «продовольственная безопасность», но недостаточно описывает ее количественную оценку. Многие ученые данной области предлагают схожие критерии оценки к которым относятся:

– Физическая доступность продуктов питания – это постоянное наличие продуктов питания на всей территории страны для всех социальных и демографических групп в достаточном количестве и ассортименте, соответствующих патежеспособному спросу. Этот критерий является наиболее значимым.

– Экономическая доступность продуктов питания – это постоянная, стабильная возможность приобретения основных пищевых продуктов для обеспечения рационального питания в необходимых объемах, ассортименте и соответствующего качества. То есть, их доступность для потребителя независимо от его социального статуса и месторасположения.

Важной составляющей доступности продовольственных товаров является его цена, поэтому параллельно необходимо проанализировать средние цены покупки продуктов питания, стоимость основных продуктов питания, расходы на питание в структуре потребительских расходов, а также производство основных видов сельскохозяйственной продукции на душу населения. [3]

Также есть факторы влияющие на продовольственную безопасность. Их можно разделить на внутриэкономические и внешнеэкономические. Н.В. Святохо внутренние факторы на стабилизационные и на деструктивные. К стабилизационным факторам относит: создание современной нормативно – правовой базы, внедрение стратегии единой товарной политики, формирование эффективных каналов движения товаров, усиление интеграционных процессов между сельскохозяйственными, перерабатывающими предприятиями и объектами рыночной инфраструктуры. К разрушающим факторам имеющие негативный эффект автор относит нестабильную нормативно – правовую базу, слабую информационную базу, отсутствие планирования и прогнозирования развития сферы материального производства, в частности агропромышленного комплекса производственного рынка, неэффективная система учета и контроля использования ресурсов субъектами хозяйствования различных сфер.

Факторы продовольственной безопасности можно разделить на постоянные и временные. К постоянным относится социум, экономические условия, уровень развития АПК. А к временным ситуация на продовольственном рынке, нестабильность производства продукции растениеводства и животноводства итд. [5]

Таким образом обобщив результаты исследований авторов, можно сделать следующие выводы:

– Продовольственная безопасность означает обеспечение физического и экономического доступа населения к продовольственным товарам в достаточном количестве для ведения активного образа жизни.

– На уровне страны основными критериями продовольственной безопасности являются:

➤ Степень самообеспечения страны продовольствием и независимость от импортных поставок;

➤ Размеры стратегических и оперативных запасов в сопоставлении с нормативными потребностями;

➤ Уровень производства продуктов питания в расчете на душу населения;

➤ Уровень потребления наиболее важных продуктов;

➤ Уровень физической и экономической доступности продовольствия для различных категории населения;

➤ Стабильность цен на основные виды продовольствия;

➤ Качество и экологичность продуктов питания.

Обеспечение населения страны продовольствием в достаточном количестве и ассортименте представляет собой сложную проблему, включающий комплекс вопросов производства продовольственной продукции, конъюнктуры национального и мирового продовольственных

рынков, конкурентоспособности и платежеспособности страны, уровня доходов и структуры питания населения, социальной политики государства.

*Список использованной литературы*

1. Продовольственная безопасность. [Электрон.ресурс]. - [URL:www.sonar2050.org](http://URL.www.sonar2050.org) (Дата обращения 27.11.2021 г.)
2. Гумеров Р.Р. Продовольственная безопасность: новые подходы к анализу содержания и оценке. // Проблемы прогнозирования, № 5 2020 г. – С 133-139.
3. Продовольственная безопасность региона [Текст]: монография / Т.В. Ускова, Р.Ю. Селименков, А.Н. Анищенко, А.Н. Чекавинский. – Вологда: ИСЭРТ РАН, 2014. – 102 с.
4. Герасимчук З.В. Теоретические основы продовольственной безопасности. // Научный вестник: Финансы, банки, инвестиции. 2019. – № 4. – С 162 – 169
5. Митрофанова И.В., Пьянкова С.Г., Ергунова О.Т. Условия и факторы обеспечения продовольственной безопасности региона // Economics: Yesterday, Today and Tomorrow. 2020, Vol. 10, Is. 7A. – С 169-185.

МРНТИ 06.77.05

А.К. Тлеуова<sup>1</sup>, А.Т. Исаева<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті,  
Алматы қ., Қазақстан

## ХАЛЫҚТЫҢ ӨМІР СҮРУ САПАСЫН ЭКОНОМИКАЛЫҚ ӨЛШЕУДЕГІ НЕГІЗГІ ФАКТОРЛАР МЕН ТӘСІЛДЕР

### *Аңдатпа*

Мақала халықтың өмір сүру сапасын экономикалық өлшеу мәселесіне арналған. Бұл мәселенің өзектілігі қазіргі ғылымда бар "өмір сапасы" ұғымын түсіндірудегі сәйкессіздіктерді жеңу қажеттілігімен анықталады. Мақсаты: әлеуметтану мен сабақтас ғылымдардағы өмір сапасының экономикалық-зерттеу тұжырымдамаларын жүйелеу. Әдістері: ғылыми әдебиеттерді талдау және жалпылау. Бұл мақалада анықтама ұсынылады: өмір сапасы-бұл қоғамның өмір сүруінің кешенді субъективті-объективті сипаттамасы, ол оның өзекті қажеттіліктерін қанағаттандыру деңгейінде көрінеді және қоғамның қажеттіліктерін қанағаттандыру үшін ресурстардың жеткіліктілігінің объективті көрсеткіштерімен де, сол қоғам мүшелерінің өз қажеттіліктерін экономикалық қанағаттандыру деңгейінің субъективті бағалауымен өлшенуі. Өмір сүру сапасын бағалау үшін оның объективті-субъективті сипатын ескере отырып, экономикалық қажетті және міндетті салалардың минималды тізбесі ұсынылады: жұмыс, қаржылық жағдай, жас, отбасы, жеке тілектер, экономикалық әлеуметтік жағдай, білім, мемлекет. Мұндай көрсеткіштер жүйесі адамның қажеттіліктерін қанағаттандыру дәрежесінің көрсеткіші ретінде өмір сапасы құбылысының субъективті-объективті сипатын ескеруге мүмкіндік беріп қана қоймайды, сонымен қатар өлшеу нәтижелерін толық салыстыруға мүмкіндік береді.

*Түйін сөздер:* өмір сүру сапасы, экономикалық әл-ауқат, объективті көрсеткіштер, субъективті көрсеткіштер, көңіл-күй, өмірге қанағаттану, экономикалық көрсеткіш.

Тлеуова А.К.<sup>1</sup>, Исаева А.Т.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Казахский Национальный Педагогический Университет имени Абая  
г. Алматы, Казахстан

## ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ И МЕТОДЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ИЗМЕРЕНИЯ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ

### *Аннотация*

Статья посвящена вопросу экономического измерения качества жизни населения. Актуальность данной проблемы определяется необходимостью преодоления противоречий в трактовке понятия «качество жизни» в современной науке. Цель: систематизация экономической-исследовательской концепции качества жизни в социологии и смежных науках. Методы: анализ и обобщение научной литературы. В данной статье предлагается определение: качество жизни – это сложная субъективно-объективная характеристика существования общества, которая отражается в уровне удовлетворения его насущных потребностей и измеряется как объективными показателями достаточности ресурсов для удовлетворения потребностей общества и субъективной оценкой уровня экономической удовлетворенности членов этого общества. Для оценки качества жизни с учетом ее объективно-субъективного характера предлагается минимальный перечень экономически необходимых и обязательных сфер: работа, материальное положение, возраст, семья, личные пожелания, экономическое и социальное положение, образование, государство. Такая система показателей не только позволяет учитывать субъективно-объективный характер феномена качества жизни как показателя степени удовлетворения потребностей человека, но и позволяет провести полноценное сопоставление результатов измерений.

*Ключевые слова:* качество жизни, экономическое благополучие, объективные показатели, субъективные показатели, настроение, удовлетворенность жизнью, экономический показатель.

*Tleuova A.K.<sup>1</sup>, Issaeva A.T.<sup>1</sup>*

<sup>1</sup>*Kazakh National Pedagogical University named after Abai, Almaty, Kazakhstan*

## THE MAIN FACTORS AND METHODS OF ECONOMIC MEASUREMENT OF THE QUALITY OF LIFE OF THE POPULATION

### *Abstract*

The article is devoted to the issue of economic measurement of the quality of life of the population. The relevance of this problem is determined by the need to overcome contradictions in the interpretation of the concept of "quality of life" in modern science. Purpose: systematization of the economic research concept of the quality of life in sociology and related sciences. Methods: analysis and generalization of scientific literature. This article proposes a definition: the quality of life is a complex subjective-objective characteristic of the existence of society, which is reflected in the level of satisfaction of its essential needs and is measured both by objective indicators of the sufficiency of resources to meet the needs of society and by a subjective assessment of the level of economic satisfaction of members of this society. To assess the quality of life, taking into account its objective-subjective nature, a minimum list of economically necessary and mandatory areas is proposed: work, financial situation, age, family, personal wishes, economic and social status, education, state. Such a system of indicators not only allows taking into account the subjective-objective nature of the quality of life phenomenon as an indicator of the degree of satisfaction of human needs, but also allows a full comparison of the measurement results.

*Keywords:* quality of life, economic well-being, objective indicators, subjective indicators, mood, life satisfaction, economic indicator.

"Өмір сапасы" термині белгілі бір елдегі немесе аймақтағы адамдардың табиғатын немесе өмір сүру жағдайларын сипаттау мен бағалауды білдіреді. Өмір сапасы экзогендік, жеке адамға немесе әлеуметтік топқа қатысты, өндіріс технологиясы, Инфрақұрылым, басқа топтармен немесе елдермен қарым-қатынас, қоғам институттары, табиғи орта және эндогендік факторлар, соның ішінде қоғам ішіндегі өзара әрекеттесу және адам құндылықтары немесе қоғам болып есептеледі. Бұл факторлардың әсері уақыт өте келе тұрақты бола бермейді; мысалы, бір ғасыр бұрын экологиялық мәселелерге салыстырмалы түрде аз көңіл бөлінді, ал қазіргі кезде экология адамдардың басты мәселелерінің бірі болып табылады және бұрынғы уақытты алсақ, ақпараттық технологиялар және адам өмірінің көптеген салалары мүлдем болған жоқ.

Өмір сапасын бағалау құралдарының дамуына серпін 1960 жылдары әлеуметтік көрсеткіштер қозғалысының арқасында берілді. 1960 жылдары көптеген мемлекеттік білім беру, әлеуметтік, экологиялық бағдарламалар басталды және олардың сәттілігін (немесе сәтсіздігін) өлшеу үшін сандық көрсеткіштер өте қажет болды. Бұл қозғалыс, өз кезегінде, өмір сүру деңгейі айтарлықтай жақсарғанымен, жалпы өмір нашарлады деген қоғамда кең таралған пікірден туындады [1].

"Өмір сапасы" санаты постиндустриалды экономикада үлкен маңызға ие. Жалпы, халықтың өмір сүру жағдайын жақсартуға бірден-бір керек ол қаржы. Экономикалық соңғы зерттеулер негіз болып табылады.

«Халықтың өмір сүру сапасы» категориясын экономикалық санада қалыптасқан халықтың өмір сүру жағдайлары сипаттамаларының жиынтығын, жалпылама бағалау ретінде анықтауға болады деуге негіз жоқ. Экономикалық зерттеу бойынша, халықтың өмір сүру сапасының құрамдас бөліктері халық өмірінің маңызды аспектілерін көрсететін келесі интегралды көрсеткіштер болуы мүмкін.

1. Халықтың материалдық-қаржылық қажеттіліктерін қанағаттандыру дәрежесін көрсететін неғұрлым нақты көрсеткіштерді жинақтайтын халықтың әл-ауқаты. Әл-ауқаттың материалдық жағы табыс, ағымдағы көрсеткіштермен сипатталады. Халықтың тұтынуы мен жинақтары (нақты мәндегі табыс мөлшері, оларды халықтың әртүрлі әлеуметтік-экономикалық топтары үшін пайдалану бағыттары бойынша бөлу, халықтың тұтынушылық шығыстарының құрылымы, үй шаруашылықтарында ұзақ тұтынылатын тұтыну тауарларының болуы, жинақтау материалдық және ақшалай құндылықтар), сондай-ақ жан басына шаққандағы ЖІӨ, үй шаруашылығының нақты түпкілікті тұтынуы, тұтыну бағасының индексі, деңгейлері сияқты макроэкономикалық көрсеткіштер жұмыссыздық пен кедейшілікті көрсетеді.

2. Денсаулық сақтау және білім беру жүйесі қамтамасыз ететін және ұрпақты болу қабілеті (туу, өлім, ауру, мүгедектік, өмір сүру ұзақтығы және т.б.), қалыптастыру және сақтау қабілеті сияқты қасиеттерді біріктіретін халықтың «сапасы» отбасы (ерлі-зайыптылық, ажырасу), білім деңгейі мен біліктілігі (тиісті жас топтары бойынша оқумен қамтылған халықтың үлесі, қол жеткізілген білім деңгейі және т.б.).

3. Тұрғындардың өмір сүру жағдайлары, оның ішінде тұрғын үй жағдайларының сипаттамалары, халықты инфрақұрылымдық қуаттармен және коммуникациялармен қамтамасыз ету, бос уақытты пайдалану, әлеуметтік-географиялық ұтқырлық және т.б.

4. Өмір қауіпсіздігін, физикалық және мүлдікті қауіпсіздікті қамтамасыз ету шарттарын көрсететін әлеуметтік және экологиялық қауіпсіздік, сондай-ақ климаттық жағдайлармен, ауаның ластануымен, судың ластануымен, топырақтың сапасымен, биоәртүрлілік деңгейімен және т.б.

5. Жеке тұлғаның жан-жақты дамуының жағдайлары, оның рухани өмірінің жай-күйінен көрініс табуы, жеке тұлғаның өзін-өзі жүзеге асыруы үшін әртүрлі еркіндіктер мен жағдайлардың болуы, басқару мен биліктің тиімді жүйесінің болуы, экономикалық мәдениеттің, мәдени-тұрмыстық жағдайдың, жеке тұлғаның өзін-өзі жүзеге асыруы, оның жан-жақты дамуы және спорт.

Халықтың өмір сүру сапасының жай-күйі әртүрлі билік құрылымдары қызметінің тиімділігін жанама түрде көрсететіндіктен, мемлекет басқару органдары, оны экономикалық өлшеу және бағалау мәселесіне үлкен мән береді. «Өмір сапасы» категориясының құрамдас элементтері, оларды жеке құрамдас бөліктерге топтастыру, өлшеу әдістері, сондай-ақ халықтың өмір сүру сапасын көрсететін интегралды үлгілерді құру сияқты мәселелерге ерекше назар аударылады.

Өмір сапасының көрсеткіштерінің немесе индикаторлардың екі түрі бар, атап айтқанда субъективті және объективті. Сонымен қатар, субъективті және объективті тәсілдерді біріктіретін сараптамалық бағалау кеңінен қолданылады.

Субъективті көрсеткіштер адамдардың өмірін субъективті бағалауды көрсетеді. Олар жеке агенттерден жиналған өмір сапасы туралы деректердің микро деңгейін білдіреді. Мұндай өлшемдер негізінен жеке сипатта болады және олардың әл-ауқаты туралы жеке есептерге және социологиялық сауалнамалар мен тергеулерден алынған жауаптарға негізделген деп саналады. Адамдардан олардың өмірі, оның құндылықтары туралы не ойлайтыны, не қызықтыратыны және т.б. сауалнамалар кейде жүзге дейінгі сұрақтарды қамтуы мүмкін. Сонымен қатар, бұл деректерді халықты бойлық зерттеу арқылы жинауға болады. Субъективті көрсеткіштер нақты күй ретінде көрінеді, яғни, өмір сапасы немесе жалпы өмір сүру жағдайлары, сондай-ақ адамдардың осы жағдайларға қатынасы. Статистикалық әдістер арқылы осы субъективті көрсеткіштерді біріктіру қоғамның немесе әртүрлі әлеуметтік топтардың құндылықтарын анықтауға көмектеседі [2].

Өмір сапасының объективті көрсеткіштері "қатаң айнымалылар" негізінде құрылады, яғни қаржылық есептілікті, азаматтық хал актілерінің жазбаларын, медициналық статистиканы, лас-тану деңгейлерін және мекемелер үнемі жинайтын басқа ақпаратты қамтуы мүмкін муниципалдық немесе мемлекеттік органдар мен ұйымдардың деректері. Бұл тәсіл адамдардың өмір сүру жағдайлары мен өмір салтын анықтайтын макроэкономикалық, әлеуметтік, демографиялық көрсеткіштер жиынтығын қарастыру арқылы жалпы қоғамды зерттеуге бағытталған. Объективті көрсеткіш ретінде өмір сүру сапасын халықтың тіршілік әрекетінің төрт детерминантының өзара байланысы ретінде анықтауға болады. Бұл халықтың сапасы, материалдық әл-ауқат, әлеуметтік жүйенің сапасы және экологияның немесе қоршаған ортаның сапасы.

Өмір сапасының объективті көрсеткіштері-бұл адамдардың өзін-өзі тануымен және өзін-өзі қабылдауымен байланысты емес статистикалық көрсеткіштер. Бұл, ең алдымен, табыс деңгейі, жалақы деңгейі және т.б. сияқты экономикалық көрсеткіштер. Өмір сүру сапасын өлшеудің объективті әдісі халықтың пікірін ескермейді және негізінен экономикалық көрсеткіштерге негізделген. Халықтың өмір сүру сапасын объективті өлшеу-бұл өмір сүру деңгейін өлшеу деп есептеледі. Өмір сүру деңгейі (әл-ауқат деңгейі, тұтыну деңгейі) - бұл уақыт бірлігінде қолданылатын тауарлар мен қызметтердің массасымен адамдардың материалдық және рухани қажеттіліктерін қанағаттандыру дәрежесі. Басқаша айтқанда, өмір сүру деңгейі – бұл бір жағынан халықтың табысын, екінші жағынан "тұтынушы себеті" деп аталатынды барабар салыстыру. Ғылыми тәжірибеде "өмір сапасы" ұғымы "өмір деңгейі" ұғымына қарағанда кеңірек екендігі туралы түсінік бар екенін түсіндіру маңызды. Ғалымдар өмір сүру деңгейі экономикалық дамудың көрсеткіші деп келіседі, ал жеке тұлғалардың өмірінің әртүрлі аспектілеріне қанағаттану дәрежесі туралы ақпараттан бөлек қарастырылған статистикалық даму көрсеткіштері өмір сапасын жүйелі түрде өлшеу үшін жеткіліксіз.

Өмір сапасының субъективті көрсеткіштері-бұл қоғам мүшелерінің жалпы өміріне және оның жекелеген аспектілеріне қанағаттануынан басқа ештеңе емес: денсаулық, материалдық әл-ауқат, бос уақыт, басқа адамдармен қарым-қатынасы және т.б. қазіргі уақытта бұл аспектілер гуманистік координаттарда барған сайын қаралуда-жалпы қоғам үшін және жалпы жеке-жеке әр адам үшін, әл-ауқат құру құралы ретінде де үлкен маңызға ие. Халықтың өмір сүру сапасын субъективті түрде өлшеу-бұл әлеуметтік әл-ауқатты өлшеу деген мағынаны білдіреді (субъективті әл-ауқат, әлеуметтік көңіл-күй, бақыт немесе үйлесімділік деңгейі). Сонымен бірге "әлеу-

меттік әл-ауқат", "субъективті әл-ауқат" және "өмірге қанағаттану" ұғымдарын бірдей деп санау керек. Бұл ұғымдарды синоним ретінде қолдануға өзінше бір негіз бар. Өмір сапасын субъективті түрде өлшеудің артықшылығы – оны (өмір сапасын) тек сыртқы жағынан дұрыс бағалау емес. Бұл гуманитарлық білім контекстіндегі ең дәл субъективті әдіс, өйткені адамның өмірін сырттан бағалауға болатын әмбебап критерийлер мен ережелер жоқ: адамның өзі ғана өз өміріне қанағаттанушылықты бағалай алады және бұл көрсеткішті арттыру үшін тек осы бағалау маңызды. Осылайша, гуманитарлық ғылымдардың әдістерін қолдана отырып, халықтың өмір сүру сапасын өлшеу кезінде шешілуі керек маңызды міндет-бұл құбылыстың объективті және субъективті сипатын ескере отырып, өмір сүру сапасын өлшеу үшін қажетті және міндетті көрсеткіштерді есептеу тәсілдерін табу. Бұл мақалада осындай көрсеткіштерді анықтауға әрекет жасалды. Құбылыс ретінде халықтың өмір сүру сапасы халықтың нақты қажеттіліктерін қанағаттандыру деңгейінің көрінісі болып табылатыны маңызды. Бұл құбылыстың мәнін бейнелейтін анықтамалардың бірін сапаны түсінетін В.Н. Бобков ұсынған-өмір сапасы "адамдардың жоғары дамыған қажеттіліктері мен мүдделері кешенінің даму деңгейі және қанағаттану дәрежесі" деген [3].

Әрі қарай, біз субъективті өлшеу әдісі шеңберіндегі өмір сапасын өлшеу көрсеткіштеріне толығырақ тоқталамыз. Бұл тәсіл өзекті қажеттіліктерді қанағаттандыру деңгейі туралы білімнің субъектінің санасы арқылы қалай сыналатынын бағалауды қамтиды. Әлеуметтану мен психологияда мұндай бағалаудың әдістемесі бар. Әлеуметтік әл-ауқаттың негізгі көрсеткіштерін анықтау үшін

Д.О. Рогозиннің зерттеу нәтижелеріне жүгіну орынды болып көрінеді. Терең сұхбаттар сериясының нәтижелері бойынша жүргізілген компоненттік талдау нәтижесінде ғалым адамдардың өмірі туралы әңгімелерінде (қазіргі және өткен және болашақта) орын алатын әлеуметтік әл-ауқаттың сегіз негізгі компонентін анықтайды. Жалпы субъектінің субъективті әл-ауқатын өлшеуге арналған көрсеткіштердің минималды жиынтығы ұсынылды, біріншісі субъектінің өз өміріне қанағаттану деңгейін тұтастай қалай бағалайтынын анықтауды қамтиды, ал екіншісі субъектінің өз өмірінің әртүрлі аспектілерінің жағдайына қаншалықты қанағаттанатынын зерттеуді қамтиды.

Аймақтың әлеуметтік-экономикалық даму деңгейі халықтың өмір сүру деңгейін бағалауын көрсетеді. Жалпы халықтың көпшілігі өз өмірлеріне қанағаттанады. Қалыптасқан өмір салтына наразылық білдірілді: респонденттердің 3,5%-ы қанағаттанбады, 0,6%-ы толығымен қанағаттанбады және 0,3%-на Жауап беру қиынға соқты. Өз өміріне қанағаттанбағандардың арасында өмір сүру деңгейі өте төмен адамдар бар, бірақ олардың болашағына деген үміті дәлелденбеген адамдар болуы мүмкін. Адамдардың бірінші тобына олардың субъективті әл-ауқатын арттыруға бағытталған көмек қажет. Респонденттер өздерінің өмір сүру деңгейіне баға береді. Респонденттердің 11,9%-ы өмір сүру деңгейін жоғары, 81,1%-ы орташа, 5,0%-ы төмен, 2,0%-ы тұрақсыз деп санайды және респонденттердің 11,9%-ы үшін жауап беру қиынға соқты. Әдетте, орта таптың өкілдері орташа өмір сүру деңгейіне баға береді. Әрине, респонденттердің 81,1%-ы орта тап деп ойлау дұрыс болмас еді. Бірақ адамдардың өздері өздерінің өмір сүру деңгейін осылай бағалайтынын, әрине, оң фактор ретінде қарастыруға болады деп есептейді.

Өмір сүру деңгейін анықтайтын маңызды параметр-бұл отбасының материалдық байлығы. Аймақ тұрғындарының қаржылық жағдайы ешқандай алаңдаушылық туғызбайды-көпшілік ("біз ұзақ мерзімді тауарларды (тоңазытқыш, теледидар, жиһаз) оңай сатып аламыз, бірақ қымбат заттарды (автомобиль, пәтер) сатып алуда қиындықтар бар" опциясы респонденттердің 66,3% құрайды. Әрбір алтыншы респондент "ол көлік, пәтер және т.б. сияқты өте қымбат заттарды ала алады" деп санайды. Бұл 15,7%.

Респонденттердің қаржылық жағдайын бағалаудағы айырмашылық шартты түрде күй факторларына (жынысы, жасы, білім деңгейі, қоғамның әлеуметтік қабаты, отбасылық жағдайы, елді мекеннің мөлшері) және күту факторларына (олардың қаржылық жағдайын бағалау) бөлуге

болатын субъективті факторлармен анықталады. Отбасы, әлеуметтік мәртебе, ертеңгі күнге деген сенімділік, өзіндік көңіл-күй) [4].

Өмір сүру деңгейін анықтау үшін, мынандай сұрақтарға жауап беруге болады: мысалға алатын болсақ, Бірінші көрсеткіш әлеуметтанулық сауалнаманың келесі сұрағына сәйкес келеді:

"сіз қаншалықты бақыттысыз немесе бақытсызсыз?" деген сұрақ.

Естеріңізге сала кетейік, "Бақыт" терминін қолдану бұл терминнің субъективті әл-ауқаттың оң полюсіне сілтеме жасау үшін қолданылуымен негізделген. Екінші көрсеткішке келетін болсақ, сауалнаманың келесі сұрағы оған сәйкес келеді:

"сіздің өміріңіз қазіргі уақытта келесі салаларда қалай дамып жатқанына қаншалықты қанағаттанасыз немесе қанағаттанбайсыз?". Бұл сұрақ кем дегенде сегіз субиндикаторды өлшеуге бағытталған. Сонымен қатар, сұрақтың әдіснамалық дұрыстығына қол жеткізу үшін оны респонденттің еркін пікірін білдіретін "басқа" опциясын қосып, жартылай жабық деп ұсынған жөн.

### **Индикаторлар**

Субъектінің келесі салалардағы қажеттіліктерді қанағаттандыру үшін қажетті ресурстармен қамтамасыз етілуін сараптамалық бағалау:

- Жұмыс
- Материалдық жағдайы
- Жасы
- Отбасы
- Жеке тілектер
- Әлеуметтік мәртебе
- Білім
- Мемлекет

1. Сіз қаншалықты бақытты немесе бақытсызсыз? 5 балдық шкала бойынша бағалаңыз, мұнда 1-мүлдем бақытсыз, 2 - бақытсыз, 3 - бақытты да, бақытсыз да емес, 4 - бақытты, 5 - өте бақытты.

- мүлдем бақытсыз
- бақытсыздау
- бейтарап (бақытты да, бақытсыз да емес)
- бақытты
- өте бақытты

2. Қазіргі уақытта сіздің өміріңіздің келесі салаларда қалай дамып жатқанына қаншалықты қанағаттанасыз немесе қанағаттанбайсыз? Әр сфера үшін 5 балдық шкала бойынша бағаны көрсетіңіз, мұнда 1-мүлдем қанағаттанбайды, 2-қанағаттанбайды, 3-бейтарап (қанағаттанбайды, қанағаттанады), 4-қанағаттандырады, 5-жеткілікті қанағаттандырады.

Өмір сапасы нақты құбылыс емес, ғылыми құрылым екенін мойындау керек. Осыған қарамастан, бұл ғылыми құрылым халықтың өмірі мен дамуының ағымдағы аспектілерін (соның ішінде салыстырмалы) бақылауға және әртүрлі әлеуметтік субъектілердің жай-күйі мен даму перспективалары туралы идеяларды құрылымдауға, сондай-ақ осы деректерге сүйене отырып, осы субъектілерді дамытудың ең тиімді тетіктерін іздеуге мүмкіндік береді.

Өмір сапасы-бұл қоғамның өмір сүруінің кешенді сипаттамасы, ол оның нақты қажеттіліктерін қанағаттандыру деңгейінде көрінеді және қоғамның қажеттіліктерін қанағаттандыру үшін ресурстардың жеткіліктілігінің объективті көрсеткіштерімен де, сол қоғам мүшелерінің субъективті бағалауымен де өлшенуі мүмкін. Сонымен қатар, өлшеу әдісі, өз кезегінде, ұғымның сәйкес түсіндірілуіне тікелей байланысты. Осылайша, өмір сапасын объективті құбылыс ретінде

түсіндіру өмір деңгейінің индекстерін құру сияқты өлшеу әдістеріне сәйкес келеді, ал өмір сапасын субъективті құбылыс ретінде түсіндіру субъективті әл-ауқат, әлеуметтік әл-ауқат, бақыт немесе үйлесімділік деңгейін анықтау сияқты өлшеу әдістеріне сәйкес келеді. Өмір сүру деңгейі және әлеуметтік әл-ауқат (субъективті әл-ауқат) – бұл халықтың өмір сүру сапасын өлшеудің субъективті және объективті әдістеріне сәйкес келетін әдіснамалық құрылымдардан басқа ештеңе емес [5].

Өмір сүру сапасының ұсынылған анықтамасына сәйкес халықтың өмір сүру сапасын анықтау кезінде өлшенетін міндетті (минималды, негізгі) компоненттер объективті және субъективті көрсеткіштер болып табылады. Объективті көрсеткіштер-бұл жоғары өмір сапасының қажеттіліктерін қанағаттандыру үшін қажет ресурстардың жеткіліктілігін сыртқы (сараптамалық) бағалау, ал субъективті көрсеткіштер осы қажеттіліктердің олардың тасымалдаушылары тұрғысынан қалай қанағаттандырылатындығының өлшемі ретінде қолданылады. Объективті және субъективті сипатын ескере отырып, өмір сүру сапасын бағалау үшін қажетті және міндетті салалардың минималды тізімі келесідей: жұмыс, қаржылық жағдайы, жасы, отбасы, жеке қалауы, әлеуметтік мәртебесі, білімі, жағдайы. Бұл зерттеудің одан әрі перспективалары өмір сапасының субъективті аспектісін өлшеуге негізделген қажетті және міндетті көрсеткіштердің тізімін нақтылаумен байланысты. Осындай нақтылаудың нәтижелеріне сүйене отырып, автор ғылыми зерттеу жүргізуді ұсынады, онда субъектінің өмір сүру деңгейі мен субъективті әл-ауқаты туралы ақпарат халықтың өмір сүру сапасын объективті және субъективті өлшеу нәтижелері ретінде өзара байланысты болады. Дәл осы индикаторлар жүйесі, онда субъектінің қажеттіліктерін қанағаттандыру мүмкіндіктері оның нақты қажеттіліктерімен салыстырылады, зерттелетін субъектінің өмір сапасына тұтас көзқараспен қарауға мүмкіндік береді.

#### *Пайдаланылған әдебиеттер тізімі*

1. Ковнева О. А., Герасимов Б. *Өмір сапасын басқару.* / О. А.Ковнева, Б.Герасимов - Тамбов: Тамбов мемлекеттік техникалық университеті. – 2006. – 89 б.
2. Костина, Е.И., & Орлова, Н.А. (2017). *Әлеуметтік әл-ауқат аймақтық демографиялық қауіпсіздіктің негізі ретінде.* // *Экономикалық жүйелерді басқару*, 4 (20), 35-36.
3. Кузнецов, С. В., Ростова, Ы.И., & Ростов, М.А. (2017). *Ресей аймақтарындағы өмір сапасының рейтингтік бағасы.*// *Аймақ экономикасы*, 13 (1), 137-146.
4. Машуков, В.И., & Жукова, М.В. (2018). *Әлеуметтік әл-ауқат әлеуметтік қауіпсіздіктің көрсеткіші ретінде.*// *Еуразиялық ғылыми журнал*, 10 (2), 36.
5. Закрепилова И.Г., Венедиктова С.К. *Өмір сапасын басқару.* / И.Г. Закрепилова, С.К. Венедиктова - Санкт-Петербург.: Spbguef, 2010. – 104 б.



МРНТИ 06.03.07

Азбергенова Р.Б.<sup>1</sup>, Изеев С.Н.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> *Казахский национальный педагогический университет имени Абая  
г. Алматы, Казахстан*

## **ПРИОРИТЕТЫ ИННОВАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНЦИИ**

### *Аннотация*

Казахстанская инновационная политика нацелена на создание механизмов использования отечественного инновационного потенциала, привлечение современных иностранных технологий, которые в сочетании с нашими природными богатствами, человеческим и научным потенциалом способны повысить общую конкурентоспособность страны. Условием такого развития должно стать, во-первых, развитие нескольких конкурентоспособных высокотехнологичных отраслей, во-вторых - интеграция транснациональных национальных компаний в отечественную экономику.

В экономически развитых странах государство стимулирует развитие инновационной деятельности путем создания необходимых экономических, финансовых, организационных и нормативно-правовых условий. Опыт развитых стран показывает, что отличительная особенность реализации инновационной политики от осуществления научно-технической политики заключается прежде всего в ресурсах, которые необходимо направлять на эти цели. Исходя из мирового опыта, основной упор при осуществлении инвестиционной политики правительство Казахстана делает на инициативы по координации инвестиций и развитию делового сотрудничества.

*Ключевые слова:* инновации, инновационные технологии, инвестиции, конкурентоспособность, диверсификация, экспорт, технологический уклад

*Р.Б. Азбергенова<sup>1</sup>, С.Н. Изеев<sup>1</sup>*

*<sup>1</sup>Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті,  
Алматы қ., Қазақстан*

## **ЖАҒАНДЫҚ ЭКОНОМИКАЛЫҚ БӘСЕКЕС ЖАҒДАЙЫНДАҒЫ ИННОВАЦИЯЛЫҚ САЯСАТ БАСЫМДЫҚТАРЫ**

### *Аңдатпа*

Қазақстанның инновациялық саясаты отандық инновациялық әлеуетті пайдалану тетіктерін құруға, қазіргі заманғы шетелдік технологияларды тартуға бағытталған, олар біздің табиғи ресурстарымызбен, адами және ғылыми әлеуетімізбен үйлесе, елдің жалпы бәсекеге қабілеттілігін арттыра алады. Мұндай дамудың шарты, біріншіден, бәсекеге қабілетті бірнеше жоғары технологиялық өндірістерді дамыту, екіншіден, трансұлттық ұлттық компаниялардың отандық экономикаға интеграциялануы болуы керек.

Экономикалық дамыған елдерде мемлекет қажетті экономикалық, қаржылық, ұйымдық-құқықтық жағдайларды жасау арқылы инновациялық қызметтің дамуын ынталандырады. Дамыған елдердің тәжірибесі көрсеткендей, инновациялық саясатты жүзеге асырудың ғылыми-техникалық саясатты жүзеге асырудан ерекшеленетін белгісі ең алдымен осы мақсаттарға бөлуді қажет ететін ресурстарда жатыр. Әлемдік тәжірибеге сүйене отырып, Қазақстан үкіметінің

инвестициялық саясатын жүзеге асыруда инвестицияларды үйлестіру және іскерлік ынтымақтастықты дамыту бастамаларына басты назар аударылады.

*Түйін сөздер:* инновациялар, инновациялық технологиялар, инвестициялар, бәсекеге қабілеттілік, әртараптандыру, экспорт, технологиялық құрылым

*R.Azbergenova<sup>1</sup>, S.Izeyev<sup>1</sup>*

*<sup>1</sup>Kazakh National Pedagogical University named after Abay, Almaty, Kazakhstan*

## **PRIORITIES OF INNOVATION POLICY IN THE CONDITIONS OF GLOBAL ECONOMIC COMPETITION**

### *Abstract*

Kazakhstan's innovation policy is aimed at creating mechanisms for using domestic innovation potential, attracting modern foreign technologies, which, combined with our natural resources, human and scientific potential, can increase the overall competitiveness of the country. The condition for such development should be, firstly, the development of several competitive high-tech industries, and secondly, the integration of transnational national companies into the domestic economy.

In economically developed countries, the state stimulates the development of innovation activity by creating the necessary economic, financial, organizational and legal conditions. The experience of developed countries shows that the distinguishing feature of the implementation of innovation policy from the implementation of scientific and technological policy lies primarily in the resources that need to be allocated for these purposes. Based on world experience, the main emphasis in the implementation of the investment policy of the government of Kazakhstan is on initiatives to coordinate investments and develop business cooperation.

*Keywords:* innovations, innovative technologies, investments, competitiveness, diversification, exports, technological structure

Целью казахстанской инновационной политики является создание механизмов использования отечественного инновационного потенциала, привлечение современных иностранных технологий, которые в сочетании с нашими природными богатствами, человеческим и научным потенциалом способны повысить общую конкурентоспособность страны. Условием такого развития должно стать, во-первых, развитие нескольких конкурентоспособных высокотехнологичных отраслей, во-вторых - интеграция транснациональных национальных компаний в отечественную экономику.

В международном рейтинге по Глобальному инновационному индексу-2022, в котором оценены 132 страны, Казахстан с результатом 24,7 балла расположился на 83 месте между Узбекистаном и Албанией. В исследовании отмечаются незначительные улучшения у Казахстана по факторам «Человеческий капитал и исследования», «Развитие бизнеса» и «Развитие технологий и экономики знаний». По фактору «Человеческий капитал и исследования» Казахстан поднялся на 6 позиций с 66 на 60 место. По фактору «Развитие бизнеса» Казахстан поднялся на 10 пунктов с 78 на 68 место. По фактору «Развитие технологий и экономики знаний» Казахстан поднялся на 5 пунктов с 86 на 81 место благодаря значительным улучшениям в разрезе субфакторов «Влияние знаний» (+17 пунктов) и «Распространение знаний» (+20 пунктов).

Государственную инновационную политику необходимо проводить в тесной связке с инвестиционной политикой страны, которая в свою очередь должна работать на привлечение инвестиций, несущих современные технологии.

Хорошо известны примеры Японии, США, Кореи, Финляндии и ряда других стран, динамичное развитие которых стало возможно благодаря инновациям. В настоящее время на долю новых технологий в развитых странах приходится более 70 процентов прироста ВВП. В

развитых странах затраты на науку составляют порядка 3-4 процентов от ВВП, в Казахстане - 0,2 процента. Целесообразно создание в Казахстане структуры наподобие Силиконовой долины в США, которая будет объединять ученых и предпринимателей. Главная цель - коммерциализация ноу-хау отечественных ученых, осуществление полного цикла производства - от научной идеи до готового товара.

Проблемы освоения инновационных технологий в промышленности являются ключевыми для большинства индустриально развитых стран мира.

Интеллектуальный продукт исследований является первоосновой производственных инноваций. В настоящее время сформировался вид товара как результат интеллектуальной деятельности, развивается рынок технологий и лицензий. Система охраны промышленной собственности является обязательным атрибутом развитых государств.

Например, технологическая политика США направлена на:

- создание делового климата, при котором будет процветать деятельность частного сектора в области инноваций и повышена конкурентоспособность продукции;
- поощрение развития, коммерциализации и использования технологий;
- инвестирование в создание технологий мирового класса XXI века в целях поддержки промышленности и развития торговли;
- интеграцию военных и промышленных технологий, способных эффективно решать военные и гражданские задачи;
- обеспечение формирования рабочей силы мирового уровня, способной функционировать в быстро меняющейся и основанной на знаниях экономике.

Практика экономически развитых стран свидетельствует, что устойчивый рост экономики в условиях глобальной экономической конкуренции обусловлен высоким уровнем внедрения в производство новых технологий и разработок. По различным оценкам от 70 до 100% прироста производства в этих странах сегодня обеспечивается за счет использования инноваций [1].

В экономически развитых странах государство стимулирует развитие инновационной деятельности путем создания необходимых экономических, финансовых, организационных и нормативно-правовых условий.

Опыт развитых стран показывает, что отличительная особенность реализации инновационной политики от осуществления научно-технической политики заключается прежде всего в ресурсах, которые необходимо направлять на эти цели. Если в среднем затраты на фундаментальные исследования принять за единицу, то затраты на прикладные научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы превышают их в 10 раз.

Стратегической линией стран - членов Европейского союза (ЕС) в области инновационной деятельности является концентрация финансовых ресурсов на ключевых направлениях, включающих:

- создание единой для всех стран - членов ЕС базы данных, аккумулирующей и регламентирующей комплекс минимально необходимых процедур и формальностей для создания предприятий;
- поддержку малых и средних предприятий в целях правовой защиты от незаконного копирования разработанных технологий или выпускаемой продукции;
- создание механизма финансовой поддержки малых и средних предприятий, оказание им помощи в подготовке, регистрации и поддержании патентов, учитывая опыт работы национальных и европейских патентных бюро;
- совершенствование системы финансирования инновационной деятельности предприятий;
- введение более совершенного налогового механизма, дающего определенные льготы предприятиям, разрабатывающим и выпускающим различную инновационную продукцию;
- создание на предприятиях и в компаниях условий, стимулирующих повышение образовательного уровня работников.

Производственно-технологический сектор мировой экономики и промышленность, особенно в сфере высоких технологий, становятся по своему содержанию глобальными. Разработка высоких технологий, производство на их основе высокотехнологичной продукции (товаров, услуг), выход с ней на мировые рынки, расширение международной интеграции в этой области стали для большинства промышленно развитых стран Западной Европы, США, Японии и стран Юго-Восточной Азии важнейшей стратегической моделью и «локомотивом» экономического роста. Наиболее актуальная тематика представлена разработками в области информационных технологий и защиты окружающей среды. Важнейшее место отведено исследованиям в области живой материи, включая медицинскую тематику, и технологиям разработки альтернативных источников энергии и энергосбережения. Тематика, получившая ранг наибольшей приоритетности, в последнее время связана с решением следующих проблем: искусственного интеллекта, сверхпроводимости, нанотехнологий и микромашин, использования солнечной энергии, глубокой переработки отходов.

В области новых материалов основные направления исследований охватывают: управление атомно-молекулярным механизмом в целях получения заданной структуры материалов и веществ; изучение возможностей активного использования свойств живой материи для создания высокофункциональных материалов и процессов их получения; разработку материалов, «дружелюбных» к окружающей среде.

Открытие рынка стран СНГ для зарубежных товаров привело к падению спроса на национальную наукоемкую продукцию, вытеснению ее с внутреннего рынка. В ряде отраслей отставание приобретает необратимый характер, а требуемые затраты на освоение и поддержание современного технологического уровня настолько велики, что становится выгоднее импортировать готовую продукцию из-за рубежа.

В условиях уменьшения спроса на инновационную продукцию организации сокращают объемы производства наукоемкой продукции, отдавая приоритет в производстве технически более простой и дешевой. Снижаются объемы производства продукции пятого технологического уклада, технологическим ядром которого являются электронная промышленность, вычислительная, оптико-волоконная техника, программное обеспечение, телекоммуникации, роботостроение.

Главными препятствиями на пути развертывания инновационных процессов являются:

- ограниченность централизованного финансирования;
- недостаток собственных средств у предприятий;
- недостаточная из-за высокого риска привлекательность долгосрочных вложений для отечественного банковского капитала, иностранных инвесторов, а также населения, имеющего свободные средства;
- отсутствие развернутой инфраструктуры инновационного рынка, отвечающей требованиям товаропроизводителей.

Все реальнее становится перспектива того, что государства Содружества уже через 3-4 года столкнутся с проблемой неспособности с помощью национального научно-технологического потенциала собственными силами обеспечить потребности экономики своих стран. Это неминуемо обречет государства СНГ решать внутренние проблемы за счет перманентной закупки техники и технологии, попадая при этом в длительную технологическую зависимость от внешних источников, что, в конечном счете, чревато подрывом национальной безопасности стран [2].

Вместе с тем в странах СНГ еще сохраняется ряд отраслей экономики, конкурентоспособных на мировом рынке, – это топливно-сырьевой комплекс, черная и цветная металлургия, химическая, деревообрабатывающая, авиационная и аэрокосмическая промышленность, приборостроение, судостроение, отдельные сферы военно-промышленного комплекса. По отдельным направлениям государства Содружества (Российская Федерация, Украина, Республика

Беларусь и др.) находятся среди мировых лидеров в разработке ряда фундаментальных проблем в области физики, математики, информатики, химии, физиологии, медицины, в прикладных разработках лазерной и криогенной техники, новых материалов, аэрокосмической техники, отдельных образцов военной техники, средств связи и телекоммуникаций, программных продуктов для ЭВМ.

Все это позволяет формировать и реализовывать межгосударственную инновационную политику на основе эффективного использования, имеющегося еще значительного научно-технологического потенциала в совокупности с высокотехнологичными производствами оборонных и гражданских отраслей промышленности.

Как показывает анализ, уровень затрат на науку и проектные работы в гражданской сфере по отношению к ВВП почти во всех странах Содружества снизился до уровня менее одного процента, тогда как в США, Германии, Японии он составлял (по последним опубликованным данным) около 3%, а в Великобритании и Франции - более 2% [3].

Мировая практика показывает, что государство с рыночной экономикой может сотрудничать с частным сектором в осуществлении структурных преобразований в экономике. Наиболее удачные примеры этого сотрудничества имеются в Японии, Южной Корее, Малайзии и других странах, сделавших за последние тридцать лет крупный прорыв в области своего экономического развития.

Современный Китай также проводит политику сотрудничества с частным сектором в области развития стратегических направлений индустриального развития.

Исследования Всемирного Банка показывают, что все подходы к государственной индустриальной политике могут быть сведены к трем категориям: координация инвестиций, развитие делового сотрудничества и замещение рынка [4].

В условиях недостаточно развитых рынков фирмы не в состоянии оценить величину спроса на новую и более качественную продукцию, которая будет создаваться по мере расширения производства. Государство берет на себя функцию координатора инвестиций, которые лишь при совместном осуществлении инвестиционных проектов приносят компаниям выгоду.

Следование этой модели координации инвестиций предполагает наличие у государственных и частных институтов определенного потенциала, что недоступно для большинства развивающихся стран.

Инициативы в рамках активной государственной политики по деловому сотрудничеству могут быть нацелены непосредственно на укрепление деловых контактов с предпринимателями в следующих направлениях:

- специализированные категории покупателей формируют новые рыночные ниши и являются источником информации по стандартам продукции;
- поставщики оборудования передают вместе с ним производственный опыт;
- поставщики ресурсов способствуют появлению новых идей и методов производства, а конкуренты представляют собой богатый источник новых идей.

Группы фирм, покупателей, поставщиков оборудования и ресурсов, услуг, отраслевые ассоциации, конструкторские бюро и другие специализированные организации, работающие на принципах кооперации, действуют совместно в рамках одного и того же региона.

Странам с недостаточно развитым рынком может потребоваться катализатор (по своей природе он может быть государственным или частным) для приведения в движение кумулятивного процесса углубления рынка и развития делового сотрудничества.

Чтобы придать импульс промышленному росту, государства поддаются соблазну подменить рыночные оценки информацией и оценками, генерируемыми в государственном секторе. Эти усилия редко приносят плоды.

Опыт Филиппин в конце 70-х и в 80-х годах показывает, что может произойти, когда на правительство оказывают сильное воздействие влиятельные группировки частных предпринимателей [5].

Отчасти движимое стремлением создать своим союзникам внутри страны новые возможности для ведения бизнеса, в 1979 году правительство Филиппин объявило о новой программе «крупных индустриальных проектов» на сумму \$5 миллиардов (все они без исключения реализовывались в капиталоемкой тяжелой промышленности). Через год, под давлением со стороны противников стратегии, правительство согласилось подвергнуть эти проекты повторной экономической и финансовой экспертизе. Вскоре свою лепту в процесс внесли политические и финансовые неурядицы. К концу 1987 года пять из одиннадцати первоначально предложенных проектов общей стоимостью почти \$4 миллиарда (из \$5 миллиардов) были свернуты как неосуществимые. В целом только четыре проекта общей стоимостью \$800 миллионов приносили прибыль.

Исходя из мирового опыта, основной упор при осуществлении инвестиционной политики правительство Казахстана делает на инициативы по координации инвестиций и развитию делового сотрудничества. Финансовая поддержка будет оказываться только на принципах долевого участия через институты развития. При этом частный сектор, включая банки второго уровня, должен брать на себя основные риски.

Через институты развития государство участвует в проектах, которые ориентированы на создание целостной системы производств, создающих конкурентоспособную продукцию, последовательно развивая технологическую и экономическую цепочку добавленных стоимостей (ЦДС). Это позволит создавать многоотраслевые предприятия, работающие на конечный продукт, который отвечает всем параметрам конкурентоспособной продукции.

Для реализации индустриально-инновационной политики необходимо периодически осуществлять анализ уровня развития отраслей экономики с целью определения потенциально конкурентоспособных производств, в том числе экспортоориентированных, создающих экономическую ЦДС, с учетом тенденций развития мировых рынков и инициатив частного сектора.

Одновременно с этим Казахстану необходимо усилить исследования мировых и региональных рынков в целях нахождения своего места в отраслевых ЦДС. Эта задача затрудняется тем, что вхождение в мировую экономику, включая и сырьевой сектор, приходится начинать с нуля [6].

Полюс или базой для развития и формирования конкурентоспособных и экспортоориентированных производств по методу ЦДС должны стать производства, аккумулирующие в себе крупные инвестиционные проекты и производящие продукты, которые технологически можно многократно преобразовывать, увеличивая на каждом переделе размер добавленной стоимости. Почти все страны - экспортеры нефти озабочены проблемой диверсификации своей экономики. В мире накоплен некоторый опыт в этом направлении.

В целях смягчения влияния изменения конъюнктуры на нефть и нефтепродукты страны - крупнейшие экспортеры нефти в последние десятилетия реализуют меры по совершенствованию производственной структуры экономики за счет перераспределения доходов, получаемых от экспорта нефти. Одновременно с этим проводится работа по экспорту капитала в другие страны с целью получения дохода от экономики развитых стран.

В Казахстане благоприятной средой для диверсификации структуры экономики является увеличивающийся с каждым годом объем инвестиций в нефтегазовую промышленность.

Каспийский регион будет переживать мощный рост инвестиционной и производственной активности, в значительной мере влияющий на общую экономическую динамику Казахстана, в связи с ростом добычи углеводородов, строительством магистральных, в том числе экспортных, нефте- и газопроводов, морских портов и портовых сооружений для хранения и перевалки

грузов, железнодорожных нефтеналивных и газонаполнительных терминалов, введением новых мощностей в электроэнергетике и телекоммуникационной инфраструктуре.

Развитие добычи углеводородов на Каспии будет способствовать становлению отечественной сырьевой базы для нефтехимической индустрии. Вблизи промышленной зоны Кашаганского месторождения с привлечением крупных инвесторов планируется строительство нефтехимического комплекса по переработке попутного природного газа. Комплекс позволит получать широкую гамму жидких компонентов и первичных нефтехимических продуктов - этан, пропан, бутан, гексан, этилен, пропилен, ацетилен, бензол, ксилол и др., и на их основе пластические массы и эластомеры.

В ближайшие пятнадцать лет в развитие добычи казахстанской нефти инвесторы намерены вложить более \$80 миллиардов. Эти средства будут затрачены на создание производственных, инфраструктурных и социальных объектов, обеспечивающих работу вводимых предприятий.

Названные инвестиционные вложения создадут спрос на широкий спектр товаров и услуг, часть из которых будет носить временный для условий Казахстана характер, а другая часть будет направлена на создание производств, которые даже после исчерпания запасов нефти будут востребованы на внешнем и внутреннем рынках.

Например, развитие инфраструктуры Каспийского побережья создаст предпосылки для создания индустрии отдыха и развлечений, морские порты - для уменьшения транспортных расходов по перевозке грузов, машиностроительные заводы - для производства барж, грузовых, промысловых и военных кораблей, выпуска широкого ассортимента оборудования и бытовой техники и т.д. Увеличение степени переработки сырья имеет хорошие перспективы в части развития ЦДС.

Углубление переработки нефти и газа позволит производить около 200 разновидностей полимерных изделий, которые используются практически во всех отраслях экономики и в быту. Развитие ЦДС в этом направлении создаст условия для образования многоотраслевой транснациональной корпорации.

Значительные перспективы для развития ЦДС имеются в металлургической промышленности. В Казахстане имеются запасы минеральных руд, содержащих почти 100 элементов периодической системы Д.Менделеева, из которых во времена СССР извлекалось в различные виды продукции 74 элемента. Продукция цветной металлургии Казахстана использовалась при производстве наукоемких и высокотехнологичных товаров - космических аппаратов, вооружения, электронной техники.

В Казахстане имеется как богатый научный потенциал в этой области, так и опыт внедрения на предприятиях цветной металлургии научно-инновационных разработок по извлечению из сложных и бедных руд, рудных отвалов, металлургических шлаков и хвостов переработки широкой гаммы цветных, благородных и редкоземельных металлов. Внедрение новых технологий по переработке металлургических шлаков и рудных отвалов позволит получать уже в среднесрочной перспективе продукт с высокой добавленной стоимостью.

Приток крупных инвестиций в Казахстан вызовет спрос на продукцию цветной металлургии, химической и мебельной промышленности и т.д. Все это возможно производить в Казахстане за счет углубления переработки нефти, газа и металлов, со временем эта продукция может найти свою нишу на мировом рынке.

Казахстан является одним из крупных мировых производителей зерна. Углубление процесса переработки зерна может стать отправной базой для построения многоотраслевой ЦДС. Направления развития такой цепочки видятся как в углублении технологического процесса переработки зерна, так и в развитии кормопроизводства, животноводства, производства мяса и молочной продукции. В ЦДС могут войти также элеваторы, заводы по производству сельскохозяйственной техники и минеральных удобрений, предприятия по производству натуральных пищевых красителей, фармацевтических изделий, продукции биотехнологий и др.

Названные направления диверсификации структуры экономики и ее экспортной ориентации потенциально являются приоритетными. Однако окончательное решение по оказанию государственной поддержки реализации предлагаемых проектов необходимо принимать только после детального анализа возможных конкурентных преимуществ в развитии переделов более глубокой переработки названных продуктов по методу ЦДС.

При определении приоритетных отраслей экономики по методу ЦДС необходимо обеспечить экономическое сотрудничество с региональными представителями ТНК на предмет организации совместных производств, предусматривающих дальнейшее развитие ЦДС.

Одной из основных характеристик современного экономического развития является его неравномерный характер, обусловленный процессом периодического замещения технологий, созданных на основе передовых на определенном этапе времени научно-технических разработок. В момент смены технологических укладов страны, лидировавшие в предшествующий период, сталкиваются с обесценением капитала и утратой квалификации работников, занятых в прежних производствах. В то время как страны, успевшие создать заделы в формировании новой производственно-технологической системы, становятся центрами притяжения капитала, уходящего из традиционных сфер приложения.

Таким образом, основными направлениями инвестиционно-инновационной политики в Казахстане являются:

1. Содействие в формировании высокотехнологичных производств, в том числе в создании эффективной системы трансферта технологий как зарубежного, так и межотраслевого.

2. Создание и поддержка деятельности современных элементов научной и инновационной инфраструктуры (технопарков, национальных научных центров, научно-технологических зон и т.п.) в городах, где имеется сеть научно-технических и промышленных организаций и предприятий с высоким научно-технологическим потенциалом.

3. Использование существующего научно-технического потенциала в развитии передовых, с точки зрения постиндустриальной экономики, отраслей.

4. Создание необходимых условий для проведения исследований в области современных научно-технических направлений, таких, как новые материалы и химические технологии, информационные технологии.

5. Совершенствование законодательной базы, направленное на стимулирование инновационной деятельности научно-технических и производственных организаций и предприятий, привлечение инвестиций в сферу науки и инноваций, скорейшее вхождение инноваций в промышленность и сферу услуг.

#### *Список использованной литературы*

1. Ашимбаева, А.Т. *Национальная экономика Казахстана в условиях глобализации: [научное издание]: в 2 т. / А.Т. Ашимбаева. – Алматы: Полиграфкомбинат, 2015 – Т. 1. – 407 с.*

2. Дюсембаев, А. *Высокотехнологичность инновационной экономики: научно-учебное издание / А. Дюсембаев. – Караганда: Санат-Полиграфия, 2015. – 500 с.*

3. Болуспаев, Ш.А., Тугелбаев Д. *Взаимодействие технологических и институциональных факторов развития информационной экономики // АльПари. - 2016. - № 2. – С. 36-40.*

4. Джубалиева, З.У. *Роль информационно-коммуникационных технологий в развитии экономической интеграции и повышении конкурентоспособности экономики // Транзитная экономика. - 2016. - № 3. – С. 4-10.*

5. Днишев, Ф.М., Сулейменова А.Ш., Уиуров А.А. *Развитие знаний и инноваций как фактор становления наукоемкой экономики // Қазақстан Республикасы Ұлттық Ғылым Академиясының Хабарлары. - 2016. - № 3. – С. 33-38.*

6. Мизамбекова, Ж.К., Мауина Г.А., Шаяхметова Е.А. *Инновационная особенность Стратегии вхождения Казахстана в число 30 наиболее конкурентоспособных стран мира// "Тұран" университетінің хабаршысы. - 2016. - № 1. – С. 27-32.*



МРНТИ 06.52.13

А.К. Жуматаева<sup>1</sup>, Р.К. Арзикулова<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті, Алматы қ., Қазақстан

## ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА: КАЛЫПТАСТЫРУ МӘНІ МЕН МӘСЕЛЕЛЕРІ

### Аңдатпа

Өндірістің негізгі факторларының ғылыми-техникалық прогресі мен инновация (интеллектуализация) деңгейі жаһандану, геосаяси және қаржылық тұрақсыздық, әлемдік макро саясаттың тұрақтылығы факторларынан басқа ұлттық экономиканың дамуына, оның өсуі мен бәсекеге қабілеттілігіне айтарлықтай әсер етеді. Дамыған елдердегі көптеген зерттеулер мен тәжірибелерге сәйкес ұлттық экономиканың инновациялық дамуы адами капитал мен өмірдің сапасына, елеулі инвестицияларға, қоғам мен бизнес қауіпсіздігінің жоғары стандарттарына, инвестициялық және кәсіпкерлік ахуалдың тартымдылығына ғана емес, сонымен қатар ғылым мен білім экономикасының даму деңгейін қамтитын іргелі сипаттағы алғышарттарға да байланысты (Цифрлық экономика) елде жоғары дамыған зияткерлік орталықтардың болуы, тиімді мемлекеттік реттеу, қуатты Инновациялық жүйелер мен дамыған венчурлық бизнестің болуы.

Мақалада дамыған елдердің инновациялық экономикаларын дамытудың алғышарттары, инновациялық дамудың заманауи парадигмасы, жоғары технологиялық салалардағы "ғылым-мемлекет-бизнес" өзара іс-қимыл үрдістері туралы мәселелер қарастырылады. Инновациялық экономиканың ерекшеліктері мен инновациялық даму мәселелері атап өтіледі. "Ғылым-мемлекет-бизнес" инновациялық дамуы мен өзара байланысын бағалаудың жаңа технологиялары, критерийлері мен тәсілдері тиімді реттеу мен басқаруды талап етеді.

*Түйін сөздер:* инновация, инновациялық даму, еншілес компания, Инновациялық экономика, білім, ғылым.

Жуматаева А.К.<sup>1</sup>, Арзикулова Р.К.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Казахстанский национальный педагогический университет имени Абая  
г. Алматы, Казахстан

## ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА: СУЩНОСТЬ И ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ

### Аннотация

Научно-технический прогресс и уровень инновационности (интеллектуализации) основных факторов производства оказывают существенное влияние на развитие национальной экономики, ее рост и конкурентоспособность, помимо факторов глобализации, геополитической и финансовой нестабильности, стабильности мировой макрополитики. Инновационное развитие национальной экономики, согласно многочисленным исследованиям и практике в развитых странах, зависит не только от качества человеческого капитала и жизни, значительных инвестиций, высоких стандартов безопасности общества и бизнеса, привлекательности инвестиционного и предпринимательского климата, но и от предпосылок фундаментального характера, которые включают в себя уровень развития науки и экономики знаний (цифровая экономика) в стране, наличие высокоразвитых интеллектуальных центров, эффективное государственное регулирование, наличие мощных инновационных систем и развитого венчурного бизнеса.

В статье рассматриваются вопросы о предпосылках развития инновационных экономик развитых стран, современной парадигме инновационного развития, тенденциях взаимодействия

«наука-государство-бизнес» в высокотехнологичных отраслях. Освещаются особенности инновационной экономики и проблемы инновационного развития. Новые технологии, критерии и подходы к оценке инновационного развития и взаимосвязи «наука-государство-бизнес» требуют эффективного регулирования и управления.

*Ключевые слова:* инновации, инновационное развитие, дочерняя компания, инновационная экономика, образование, наука.

Zhumataeva A.K.<sup>1</sup>, Arzikulova R.K.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>*Kazakh National Pedagogical University named after Abai, Almaty, Kazakhstan*

## INNOVATIVE ECONOMY: THE ESSENCE AND PROBLEMS OF FORMATION

### *Abstract*

The level of scientific and technological progress and innovation (intellectualization) of the main factors of production, in addition to the factors of globalization, geopolitical and financial instability, stability of World macro-policy, have a significant impact on the development of the national economy, its growth and competitiveness. According to numerous studies and practices in developed countries, the innovative development of the national economy depends not only on the quality of human capital and Life, significant investments, high standards of security of society and business, the attractiveness of the investment and entrepreneurial climate, but also on the prerequisites of a fundamental nature, which include the level of development of the economy of science, the presence of powerful innovative systems and a developed venture business.

The article discusses the prerequisites for the development of innovative economies of developed countries, the modern paradigm of innovative development, trends in the interaction of "Science-state-business" in high-tech industries. The features of the innovative economy and the problems of innovative development are noted. New technologies, criteria and approaches to assessing the relationship and innovative development of "Science-state-business" require effective regulation and management.

*Keywords:* innovation, innovation development, company spin-off, innovation economy, education, science.

Дамыған елдерде экономиканың инновация деңгейі жаңа білімнің едәуір көлемімен және жоғары технологиялық өнімдер нарығының сыйымдылығымен анықталады. Олардың қатысу үлесіне әлемдік экономиканың ғылыми әлеуетінің 90%-дан астамы, сондай-ақ әлемдік жоғары технологиялар нарығының 80%-дан астамы тиесілі.

Инновациялық жүйе және білім экономикасы, сондай-ақ дамыған елдерде венчурлық бизнесті дамыту дамушы елдердің инновациялық даму моделін қалыптастыру үшін негіз болып табылады. Қазіргі уақытта еліміздің инновациялық әлеуеті төмен, бұл бірқатар жағдайларға, соның ішінде кейбір салаларда ескірген жабдықтардың болуы мен қолданылуына, технологиялардың төмен деңгейіне және оларды дамытуға айтарлықтай шығындарға, сондай-ақ отандық кәсіпорындардың әлсіз инвестициялық белсенділігіне байланысты.

Бұл мақаланың мақсаты-мемлекет пен бизнестің инновациялар саласындағы өзара әрекеттесуінің үздік әлемдік тәжірибелерін қолдана отырып, еліміздегі инновациялық экономиканың дамуына шетелдік бизнеспен арақатынасының әсерін зерттеу.

Мақалада тұжырымдар, логикалық және операциялық компоненттерді қолдана отырып, эмпирикалық және теориялық таным әдістерін қолдану арқылы анықталды.

Инновациялық экономика-бұл білімге, инновацияға, жаңа идеяларды оң қабылдауға және оларды адам қызметінің әртүрлі салаларында практикалық іске асыруға дайын болуға негізделген қоғамның экономикасы.

Батыс елдерінің инновациялық дамуының қазіргі парадигмасын тиісті элементтер мен жұмыс жағдайларының болуымен сипаттауға болады. Инновациялық экономиканың элементтеріне білім және ғылым, адами капитал, инновациялық индустрия, нормативтік-құқықтық және институционалдық Инфрақұрылым (технопарктер, бизнес-инкубаторлар, инновациялық орталықтар, кластерлер, еншілес компаниялар және т.б.), сондай-ақ осы элементтердің барлығының жұмыс істеуі мен өзара іс-қимылының инфрақұрылымы жатады.

Қазақстандағы инновациялық экономика әлі де қалыптасу кезеңінде. Оның қалыптасуы адам өмірінің барлық салаларында жаһандық өзгерістерге алып келеді. Инновациялық экономиканың қалыптасуы мен жұмыс істеуіне әсер ететін элементтік құрамды және факторларды зерделеу елдің қолданыстағы инновациялық әлеуетін пайдалануға және дамытуға, экономикалық өсу үшін жағдай жасауға және әл-ауқат мемлекетінің өсуіне ықпал етуге мүмкіндік береді.

Шет елдердің тәжірибесі мемлекеттің инновациялық дамуының негізгі көрсеткіштері өңірлік жүйелер мен шаруашылық жүргізуші субъектілердің инновациялық белсенділігінің деңгейімен айқындалатынын дәлелдейді. Қазіргі ғылыми теория мен практиканың постулаттарына сәйкес инновациялық даму интеллектуалдық әлеуетті тиімді пайдалану қажеттілігін ғана емес, сонымен қатар "ғылым – бизнес – мемлекет" өзара іс-қимылында түбегейлі жаңа ойлауды қалыптастыруды айқындайтын тиісті деңгейдегі барлық кіші жүйелерге қолданылатын инновацияларды құру және енгізу жөніндегі шараларды жүзеге асыру ретінде қарастырылады.

Инновациялық дамудың негізгі мақсаты инновацияларды қалыптастыру және кеңінен енгізу үшін жағдай жасайтын инновациялық қызметке қатысушылар (еншілес компаниялар, бизнес-инкубаторлар, шағын инновациялық кәсіпорындар, білім беру және зерттеу ұйымдары, венчурлік бизнес, мемлекеттік сектор және т.б.) арасында байланыстар мен өзара байланыстар тізбегін құру болып табылады. Мұндай қатынастар мен өзара іс-қимылдар ұзақ мерзімді өмір сүреді және көп деңгейлі, бұл жеткілікті дамыған инновациялық инфрақұрылымның болуымен, сұралған ақпаратты алуға қол жетімділікпен, сондай-ақ субъектілердің әртүрлі қолданбалы мақсаттар үшін жаңа идеялардың, білімдер мен технологиялардың қолданылуын жоғары сұраныспен және түсінумен қамтамасыз етіледі.

Әлемдік экономикада инновациялық даму парадигмасы белсенді түрде қалыптасуда, оның негізі қазіргі әлемнің маңызды экономикалық ресурстары – экономикалық өсудің стратегиялық факторы болып табылатын білім (Ақпарат) және инновация деп танылады. Әлемдік экономиканың тарихи перспективасы инновациялардың жоғары тиімділігін дәлелдейді. Америка Құрама Штаттары және басқа да бірқатар елдер қосылған соңғы ғасырлардағы еуропа континентінің ең белсенді дамыған елдері. [1]

Еуропа елдерінің прогрессивті экономикалық дамуы негізінен XVIII ғасырда белсенді кезеңге өткен өнеркәсіптік революция аясында құрылған инновацияларды енгізу арқылы жүреді. Бұл ретте Ұлыбритания маңызды рөл атқарды, өйткені дәл осы елде станоктар мен инновациялық жабдықтар құрылып, өндіріске енгізілді, бұл кәсіпорындардағы өндіріс процесін түбегейлі өзгертті. XIX ғасырдың бірінші жартысының соңына дейін Еуропа елдерінің экономикалық артықшылық беретін басқа елдерге қатысты техникалық артықшылығы ғылымның дамуына байланысты емес (бұл ғылыми-техникалық революцияға алғашқы серпін берді), бірақ одан бөлек жабдықтың дамуына байланысты болды (технология ғылымға тәуелсіз дамыды). Экономикалық өсудің жаңа мүмкіндіктерін іске асыру шарттары ғылыми білімнің, коммерциялық есептеудің және еңбекті ақылға қонымды ұйымдастырудың оңтайлы үйлесімімен қамтамасыз етілді. Бұл үлкен технологиялық жетістіктерге, ғылыми жаңалықтарға және оларды кеңінен қолдануға ықпал етті.

XX ғасырдың екінші жартысы жаңа білімнің едәуір жинақталуымен сипатталады, ал ақпараттың таралу жылдамдығы едәуір өсті, инновациялар мен мультидисциплинарлық технологиялардың диффузиясы белсенді жүзеге асырылды.

Инновация әрқашан экономикалық және өнеркәсіптік дамуды жеделдетуге ықпал етті. Инновациялық экономика ұғымы ХХ ғасырдың басында белсенді қолданылды. Инновация теориясының негізін қалаушы-австриялық ғалым және экономист Йозеф Шумпетер.

Ол экономикалық өсу мен даму арасындағы айырмашылықтарды анықтады, инновациялар мен олардың жіктелуіне анықтама берді. Бұл тұжырымдама келесі ережелерді қамтиды:

- Жаңа сапалы жаңа өнімді немесе өнімдерді жасау.
- Бастапқы салада сыналмаған жаңа өндіріс әдісін әзірлеу.
- Өнімді сату үшін мүлдем жаңа нарықтың ашылуы.
- Өндіріс үшін ресурстардың жаңа көзін ашу.
- Жаңа салалық ұйымды қалыптастыру (монополия құру немесе оны тарату).

Практикалық тұрғыдан алғанда, инновациялық экономика өнеркәсіптік технологияларды әзірлеу кезінде жинақталған білімді ұтымды пайдалануға негізделген мемлекеттің экономикалық дамуының жаңа кезеңі ретінде түсініледі. Олар ресурстардың минималды шығындарымен сапалы жаңа өнімдер жасауға мүмкіндік берді. [2]

Инновациялық экономика-бұл көптеген кәсіпорындары инновациялық қызметті жүзеге асыратын, яғни инновациялық өнімді өндіретін және қолданатын мемлекеттердің экономикасы.

Дамыған экономикаларда инновациялық қызмет өнеркәсіптік кәсіпорындардың 80%-на дейін және өндірістік емес кәсіпорындардың 50%-дан астамын жүзеге асырады. Инновациялық экономика секторы жоғары технологиялар мен өнімділігі бар басым қызмет түрі болып табылады. Ол қоғам үшін пайдалы барлық инновацияларды пайдаланады: ноу-хау, патенттер, лицензиялар, қарызға алынған және патенттелген жаңа технологиялар және т. б.

Инновациялық экономиканың қозғаушы күші бәсекелестік болып табылады. Бұл кәсіпкерлерді нарықта бәсекеге қабілетті болуға мүмкіндік беретін дәл инновациялық өнімдерді жасауға шақырады.

Инновациялық экономиканың негізгі компоненттері:

- Білім.
- Ғылым.
- Адами капитал (жоғары білікті мамандар, жоғары өмір сапасы).
- Инновациялық жүйе (инновациялық жүйенің құқықтық базасы және материалдық компоненттері).
- Инновациялық индустрия;
- ғылымның жұмыс істеуі, жаңашыл ғалымдардың жұмысы мен өмірі үшін қолайлы жағдайлар.

Инновациялық экономика тән:

- экономикалық еркіндіктің жоғары индексі;
- білім мен ғылымды дамытудың жоғары деңгейі;
- өмірдің жоғары және бәсекеге қабілетті сапасы;
- адами капиталдың жоғары сапасы оның кең анықтамасында;
- инновациялық кәсіпорындардың жоғары үлесі (60-80% жоғары) және инновациялық өнімдер;
- капиталды ауыстыру;
- Бәсекелестік және инновацияға жоғары сұраныс;
- инновациялардың артықтығы және соның салдарынан бәсекелестік есебінен олардың бір бөлігінің тиімділігін қамтамасыз ету;
- жаңа нарықтарды бастау;

Инновациялық экономикада ғылыми және технологиялық білімнің әсерінен материалдық өндірістің дәстүрлі салалары өзгеріп, технологиялық негізін түбегейлі өзгертеді, өйткені жаңа білім мен инновацияға сүйенбейтін өндіріс инновациялық экономикада өміршең емес болып шығады. [3]

Ақпараттық технологиялар, компьютерленген жүйелер және жоғары өндірістік технологиялар инновациялық экономиканың негізгі жүйелері болып табылады. Олар өз дамуында ақпаратты алудың, өндеудің, берудің және өндірудің барлық құралдарын түбегейлі өзгертеді, зияткерлік қызметті түбегейлі технологиялайды (мысалы, өндірісті жобалау мен технологиялық дайындауды автоматтандыру, өндіріс барысын автоматтандырылған бақылау, қаржылық-бухгалтерлік есепті және ұйымдастырушылық-өкімдік қызметті жүргізуді автоматтандыру, көптілді автоматтандырылған аударма, үлгіні диагностикалау және тану және т.б.).

Инновациялық экономиканың негізгі белгілері. Егер қоғамда болса, қоғамның экономикасы инновациялық болып табылады:

– кез келген жеке тұлға, адамдар тобы, еліміздің кез келген жеріндегі кәсіпорындар және кез келген уақытта автоматтандырылған қолжетімділік және телекоммуникация жүйелері негізінде жаңа немесе белгілі білім, инновациялар (жаңа технологиялар, материалдар, машиналар, өндірісті ұйымдастыру және басқару және т.б.), инновациялық қызмет, инновациялық процестер туралы кез келген қажетті ақпаратты ала алады;

– алдыңғы тармақтың орындалуын қамтамасыз ететін заманауи ақпараттық технологиялар мен компьютерленген жүйелер кез келген адамға, адамдар тобына және ұйымдарға шығарылады, қалыптастырылады және қол жетімді;

– үнемі жеделдетіліп келе жатқан ғылыми-техникалық прогресс пен инновациялық дамуды қолдау үшін қажетті көлемде ұлттық ақпараттық ресурстар құруды қамтамасыз ететін дамыған инфрақұрылымдар бар және қоғам қоғамның серпінді орнықты әлеуметтік-экономикалық дамуын және ең алдымен ғылыми ақпаратты қамтамасыз ету үшін барлық қажетті көпжоспарлы ақпаратты өндіре алады;

– өндіріс пен басқарудың барлық салалары мен салаларын жеделдетілген Автоматтандыру және компьютерлендіру процесі жүреді; әлеуметтік құрылымдарда түбегейлі өзгерістер жүзеге асырылады, соның салдарынан адам қызметінің әртүрлі салаларында инновациялық қызметті кеңейту және жандандыру жүзеге асырылады;

– жаңа идеяларды, білім мен технологияларды мейірімділікпен қабылдайды, әртүрлі функционалдық мақсаттағы инновацияларды кез келген уақытта кең тәжірибеге енгізуге және жасауға дайын;

– қазіргі уақытта қажетті жоғары өндірістік технологияларға негізделген инновацияларды жедел және икемді іске асыруға және инновациялық қызметті өрістетуге қабілетті дамыған инновациялық инфрақұрылымдар бар; ол кез келген инновацияларды құруды және кез келген өндірістерді дамытуды бәсекеге қабілетті жүзеге асыратын әмбебап болуы тиіс. [4]

Елдің экономикалық өсуі инновациямен тығыз байланысты. Олар белсенді экономикалық өсуге негіз болатын технологияларға көшуді тудырады. Бұл жаңа қоғамдық өнімге (өнеркәсіптік немесе өндірістік емес секторға) қатысты тұтынушылық мінез-құлық парадигмасының өзгеруімен бірге жүреді. Инновацияның мәні-инновацияның өзі оған деген қажеттілікті тудырады немесе дамып келе жатқан тұтынушылық артықшылықтар инновациялық өнімдер өндірісін ынталандырады. Инновацияларды коммерцияландыру адамдардың өмір сүру деңгейін жаңа сапаға шығарады.

Бірақ инновациялық экономиканы қалыптастыру процесі бірқатар проблемаларға тап болады:

- Инновациялық инфрақұрылымның жетілмегендігі.
- Кәсіпорындардың өз қызметіне инновация енгізуге құлықсыздығы, ал кейбір жағдайларда қабілетсіздігі.
- Барлық деңгейдегі білікті кадрлардың жетіспеушілігі.
- Компаниялар мен жоғары оқу орындары арасындағы тиімсіз және жеткіліксіз ынтымақтастық.
- Ғылымды жеткіліксіз қаржыландыру;

– Инновациялық жобалар мен шағын инновациялық фирмаларды қаржыландыру тетіктерінің болмауы.

Жоғарыда аталған проблемаларды шешудің бірі технопарктерді құру және дамыту болып табылады. Мұны университеттердің ғылыми және инновациялық әлеуетін пайдалану арқылы жасауға болады. Компаниялар тапсырыстарды өнім өндіруге арналған технологияларды немесе материалдарды әзірлейтін университеттер мен институттардағы инновациялық орталықтарға жібереді. Сонымен қатар, компанияның өзі осы ғылыми әзірлемелерді әртүрлі кезеңдерде қаржыландырады. Университеттерде зерттеу жүргізу және жабдық сатып алу үшін қажетті құралдар жоқ. Егер жоба сәтті болса, инновациялық орталық сыйақы алады, ал компания өз қызметіне инновацияларды енгізуден бірқатар артықшылықтарға ие болады. Бұл опция инновациялық өнімді өз бетінше әзірлеуге, содан кейін оған сатып алушыны іздеуге қарағанда университеттер үшін ең тиімді және ең аз тәуекелді болып табылады.

Көптеген ірі компаниялар өздерінің инновациялық орталықтарын құрып, ғылыми-зерттеу орталықтары мен сыртқы мамандардың көмегіне жүгінбейді. Бұл экономиканың белгілі бір салаларында шешуші болып табылатын іскери ақпараттың ағып кету мүмкіндігін азайтады.

Қалай болғанда да, елге экономикалық өсуге ықпал ететін іргелі ғылым қажет, бірақ инвестиция жетіспейді. Сондықтан үш тарап: ғылым, мемлекет және бизнес арасындағы өзара іс-қимылдың тиімді және пәрменді жүйесін қалыптастыру қажет.

#### *Пайдаланылған әдебиеттер тізімі*

1. Бровка Г.М. *Инновационная экономика и национальная безопасность: анализ формулировок и теоретическое обеспечение* / Г.М. Бровка. – Кишинев. – 2016. – С. 9-33.
2. *Теоретико-методологические основы исследования взаимосвязи теории трудовой мотивации и динамики трудовых отношений* / С.Ю. Солодовников, Т.В. Сергеевич // *Вестн. Полоц. гос. ун-та. Сер. Д. Экон. и юрид. науки.* – 2016. – № 5. – С. 12-16.
3. *Экономическое стимулирование производства товаров интенсивного обновления: теоретико-методологические основы* / Т.В. Сергеевич // *Право. Экономика. Психология.* – 2017. – № 3 (8). – С. 49-55.
4. Барлыбаева Н.А. *Национальная инновационная система Казахстана: перспективы и механизм развития.* / Н.А. Барлыбаева. – Алматы, 2006. – С.199.

## МАКРОЭКОНОМИКАЛЫҚ РЕТТЕУ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ

МРНТИ 06.75.03.

Балапанова Э.С.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> *Казахский Национальный Педагогический Университет имени Абая,  
г. Алматы, Казахстан*

### РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В АПК РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН: ПОТЕНЦИАЛ, ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

*Аннотация*

В статье рассмотрены особенности развития предпринимательства АПК в Казахстане. Проанализировав зарубежный опыт государственной поддержки развития малого и среднего предпринимательства, была установлена необходимость применения системного подхода к решению всего комплекса финансовых проблем развития малого и среднего предпринимательства, предоставление косвенных налоговых и кредитных льгот; усиление корпоративных связей между крупными компаниями и малым предпринимательством; содействие созданных специализированных организаций помощи малому предпринимательству на селе: «инкубаторов», технологических центров, инновационных фондов.

В результате исследования особенностей развития агропромышленного предпринимательства были определены факторы, сдерживающие темпы развития, в рамках устойчивости они ограничены совокупностью дестабилизирующих факторов внешнего и внутреннего характера. Акцент в ходе исследования был сделан на систематическое повышение субъектами АПК профессиональных качеств, развитие имеющихся навыков и компетенций.

Определено, что развитие предпринимательства в АПК должно быть направлено на создание благоприятных правовых, социально-экономических, финансовых и организационных условий, необходимых для формирования предпринимательства на селе, развития инфраструктуры, совершенствования производственной структуры, обновления систем хозяйствования, управления, кадрового обеспечения, инновационного обновления материально-технической базы. Государство должно взять на себя ответственность за создание мотивации для устойчивого развития бизнеса в аграрном секторе, улучшения условий функционирования предпринимательства на селе.

*Ключевые слова:* агропромышленный комплекс, предпринимательство, предпринимательская деятельность, инфраструктура села, сельскохозяйственная продукция, фермеры, государственная поддержка сельского хозяйства

Э.С. Балапанова<sup>1</sup>

<sup>1</sup> *Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті,  
Алматы қ., Қазақстан*

### ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДАҒЫ АГРОӨНЕРКӘСІП КЕШЕНІНДЕГІ КӘСІПКЕРЛІКТІ ДАМУ: ӘЛЕУЕТІ, ҮРДІСІ ЖӘНЕ ДАМУ БОЛАШАҒЫ

*Аңдатпа*

Мақалада Қазақстандағы АӨК кәсіпкерліктің даму ерекшеліктері қарастырылған. Шағын және орта кәсіпкерлікті дамытуды мемлекеттік қолдаудың шетелдік тәжірибесін талдай отырып, шағын және орта кәсіпкерлікті дамытудың қаржылық проблемаларының кешенді шешуге

жүйелі тәсілді қолдану, жанама салық және несиелік жеңілдіктер беру; ірі компаниялар мен шағын кәсіпкерлік арасындағы корпоративтік байланыстарды күшейту қажеттігі белгіленді; ауылдағы шағын кәсіпкерлікке көмек көрсету үшін құрылған "инкубаторлар", технологиялық орталықтар, инновациялық қорлар сияқты мамандандырылған ұйымдарына жәрдемдесу. Агроөнеркәсіптік кәсіпкерліктің даму ерекшеліктерін зерттеу нәтижесінде даму қарқынын тежейтін факторлар анықталды, тұрақтылық шеңберінде олар сыртқы және ішкі сипаттағы тұрақсыздандыру факторларының жиынтығымен шектелді. Зерттеу барысында АӨК субъектілерінің кәсіби қасиеттерін жүйелі түрде арттыруға, бар дағдылар мен құзыреттілікті дамытуға баса назар аударылды.

АӨК-де кәсіпкерлікті дамытуда кәсіпкерлікті қалыптастыру, инфрақұрылымды дамыту, өндірістік құрылымды жетілдіру, шаруашылық жүргізу, басқару, кадрлық қамтамасыз ету жүйелерін жаңарту, материалдық-техникалық базаны инновациялық жаңарту үшін қажетті қолайлы құқықтық, әлеуметтік-экономикалық, қаржылық және ұйымдастырушылық жағдайлар жасау алдымен ауылдық жерлерге бағытталуы тиіс. Мемлекет ауылда аграрлық секторда бизнестің тұрақты дамуы, кәсіпкерліктің жұмыс істеу жағдайын жақсарту үшін уәждеме жасау үшін жауапкершілікті өзіне алуы тиіс.

*Түйін сөздер:* агроөнеркәсіптік кешен, кәсіпкерлік, кәсіпкерлік қызмет, ауыл инфрақұрылымы, ауыл шаруашылығы өнімі, фермерлер, ауыл шаруашылығын мемлекеттік қолдау

*Balapanova E.S.<sup>1</sup>*

*<sup>1</sup>Kazakh National Pedagogical University named after Abai, Almaty, Kazakhstan*

## **DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURSHIP IN AGRO-INDUSTRIAL COMPLEX OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN: CAPACITY, TRENDS AND DEVELOPMENT PROSPECTS**

### *Abstract*

The article describes the features of the development of agribusiness in Kazakhstan. After analyzing the foreign experience of state support for the development of small and medium-sized enterprises, it was established the need for a systematic approach to solving the whole complex of financial problems of small and medium-sized enterprises, the provision of indirect tax and credit benefits; strengthening corporate ties between large companies and small businesses; assistance created specialized organizations to support small entrepreneurship in rural areas: 'incubators', technology centres, innovation funds.

The study of peculiarities of development of the agricultural business were the factors constraining the pace of development, in the framework of sustainability, they are constrained by a set of destabilizing factors of external and internal nature. The focus of the study was on the systematic improvement of agribusiness entities' professional qualities, development of existing skills and competencies.

It is determined that the development of entrepreneurship in agriculture should be aimed at creating favorable legal, socio-economic, financial and organizational conditions necessary for the formation of entrepreneurship in rural areas, infrastructure development, improvement of the production structure, renewal of economic systems, management, staffing, innovative renewal of material and technical base. The state should take responsibility for creating motivation for sustainable business development in the agricultural sector, improving the conditions for the functioning of entrepreneurship in rural areas.

*Keywords:* agro-industrial complex, entrepreneurship, entrepreneurship, rural infrastructure, agricultural products, farmers, state support of agriculture

Агропромышленный комплекс (далее – АПК) – один из самых крупных межотраслевых комплексов, объединяющий несколько экономических отраслей, направленных на производство и переработку сельскохозяйственного сырья, а также получение сельскохозяйственной продукции для конечного потребления. Значение его не только в обеспечении потребностей



людей в продуктах питания, но в том, что он существенно влияет на занятость населения и эффективность всего национального производства. Около 30% отраслей народнохозяйственного комплекса включено в воспроизводственные связи с аграрным сектором. Из сельскохозяйственного сырья производится примерно 70% всего набора производимых в стране предметов потребления.

Научные исследования вопросов развития и совершенствования малого предпринимательства нашли достаточное отражение в трудах многих отечественных и зарубежных ученых-экономистов. Вместе с тем, многие научные подходы носят дискуссионный характер. Исследованию различных аспектов совершенствования развития малого предпринимательства в сельском хозяйстве посвящены работы отечественных авторов: Грядова С.И., Шакирова Ф.К., Удалова В.А., Моисеенкова И.П., Попова Н.А., Лапуста М.Г., Сорокина В.С., Харитоновна Н.С., Петрикова А.В. По мнению зарубежных авторов Carter и Rosa (1998), McNally (2001) и Borsch, Forsman (2001) методы, используемые для анализа предпринимателей в других секторах могут быть применены к фермерам. По мнению этих авторов, фермеры традиционно занимаются предпринимательской деятельностью, в действительности, Carter и Rosa (1998) утверждают, что фермеры в основном являются владельцами бизнеса, а фермы можно охарактеризовать как бизнес. Carter и Rosa (1998) проводят параллели между портфельным предпринимательством в несельскохозяйственных (бизнес) секторах и фермерским разнообразием, предполагая, что фермеры имеют несколько деловых интересов, что создает рабочие места и экономическое развитие сельских районов. Многие вопросы совершенствования направления развития малого предпринимательства на селе недостаточно исследованы. В частности, нет четких критериев отнесения к субъектам малого предпринимательства, отсутствует системный подход организации и развития поддержки малого предпринимательства на региональном уровне; недостаточно разработаны практические рекомендации по совершенствованию и развитию малого предпринимательства в новых условиях хозяйствования для конкретных регионов и др.

В качестве исходных данных была применена статистическая информация Комитета по статистике, аналитические обзоры агропромышленной предпринимательство региона РК. В ходе исследования применялись методы статистического и сравнительного анализов, системного подхода к изучению предпринимательства АПК региона.

Анализ национальной экономической практики показывает, что наиболее экономически эффективным, конкурентоспособным и перспективным направлением развития предпринимательства является АПК, в которой участвует малый и средний бизнес экономики РК. Именно от его состояния зависит жизненный уровень жителей села, самообеспечение области основными продуктами питания, деятельность перерабатывающих предприятий и других смежных отраслей. Малый бизнес в Казахстане генерирует 25,6% ВВП, а доля занятых в МСБ составляет 36% республиканского рынка труда (рисунок 1) [1].

В масштабах национальной экономики популярность предпринимательства в РК увеличивается, однако темпы активности достаточно малы - уровни предпринимательской активности в РК в два раза ниже средней мировой величины (63% в ВВП и 47% от числа занятых). Оценка предпринимательской активности позволит определить потенциал развития предпринимательской деятельности, выявить стимулирующие и сдерживающие факторы ее развития.

В условиях развития конкуренции между странами именно МСБ способен быстро реагировать на любые изменения рыночной конъюнктуры, заполнять образующиеся ниши в потребительской сфере, создает дополнительные рабочие места, является основным источником среднего класса.

Предпринимательство создает механизмы координации, выработки стратегии развития через рынок и конкуренцию, связи между хозяйствующими субъектами. Таким образом, предпринимательство как субъект хозяйствования и особый творческий тип экономического поведения составляет неотъемлемое свойство всех факторов достижения экономического успеха.

Современным субъектам предпринимательства, особенно его малым и средним представителям уделяется особое значение в созидании процессов стабильного развития экономики регионов.

Малое сельское предпринимательство, к которому относятся крестьянские (фермерские) хозяйства, хозяйства населения, потребительские кооперативы, без поддержки которых невозможно добиться возрождения сельского хозяйства и улучшения жизни сельского населения. Крестьянское хозяйство позволяет его субъектам преодолеть и устранить отчуждения от средств производства, стать подлинным их хозяином с развитием мотивации к эффективному труду на земле, а организация корпоративного управления позволяет сохранить данную мотивацию и одновременно усилить ее за счет коллективного труда, направленного на борьбу с рыночной конкуренцией и к достижению роста эффективности его результатов за счет объединения всех видов ресурсов и аккумуляции их потенциала, в более крупные объемы, предоставляющие значительно большие возможности для устойчивого развития производства в агроформированиях, функционирующих в условиях рыночной среды [2].

Предприниматель должен учесть исторические условия его развития, общий уровень развития экономики страны, спрос на продукцию, затраты на ее производство, необходимый уровень специализации, систему ведения, технический и технологический уровень производства, количество работающих и их квалификацию, уровень цен, уровень экономического прироста, направления государственного регулирования экономики и т.д. Основой формирования среды функционирования предпринимательства является развитие производственной и социальной инфраструктуры сельской местности, объединяющих усилия государства и частного сектора через механизм государственного заказа, проектного финансирования, передачи отдельных функций по обеспечению инфраструктурных услуг в конкурентную среду МСП, снижения инфляционного давления на среду функционирования МСП на селе.

Эффективность производственной, коммерческой и финансовой деятельности предпринимательских структур в АПК зависит от множества факторов, среди которых можно выделить следующие: достаточность материально-технических и финансовых ресурсов; эффективность используемых технологий производства продукции; наличие и эффективное использование человеческого капитала; влияние факторов внешней среды и т.д. Воздействуя на перечисленные факторы в той или иной степени можно оказывать влияние на эффективность деятельности предпринимательских структур. Проблема заключается в том, что почти всегда такое воздействие связано с затратами ресурсов, которых в предпринимательских структурах АПК катастрофически недостаточно. Действительно, на сегодняшний день обновление парка техники или внедрение более эффективной технологии в большинстве случаев ограничено отсутствием средств у предприятий. В результате вопрос повышения эффективности деятельности предпринимательских структур агропромышленного комплекса часто сводится к проблеме поиска дополнительных финансовых ресурсов на переоснащение, привлечение новых высококвалифицированных работников или на переобучение персонала организации, а так же на внедрение новых технологий производства продукции [3].

Благоприятные климатические условия страны позволяют выращивать широкий круг разновидностей сельскохозяйственных культур. Большая по протяженности территория с различными климатическими и почвенными характеристиками определяет специализацию регионов. Так, северные регионы традиционно развивают зерновое производство, где сельское хозяйство формирует от 15% до 25% валового регионального продукта. Регионы юга занимаются выращиванием риса, фруктов и овощей, доля сельского хозяйства достигает 15%. Остальные регионы преимущественно заняты в животноводстве с долей сельского хозяйства менее 10%.

Почти половина сельскохозяйственной продукции в Казахстане производится хозяйствами населения, около 30% крестьянскими и фермерскими хозяйствами и немногим более 20% сельхозпредприятиями. Заметим, что доля хозяйств населения в производстве агропродукции

хоть и существенна, но не столь выражена в близлежащих странах. К примеру, в Беларуси на них приходится 21%, в России – 35%, что указывает на индустриальный характер ведения сельского хозяйства в этих странах. Имеются различия в уровне урбанизации: в Беларуси 77%, в России 74% и в Казахстане 57%.

В сельском хозяйстве создается около 5% валового внутреннего продукта (далее – ВВП) страны. В 2020 году валовый выпуск продукции сельского хозяйства составил 4,5 трлн. тенге, в 2021 году 4,8 трлн. тенге, что в номинальном выражении больше на 23,1%, чем в 2020 году.

Отмечался рост численности поголовья крупного и мелкого рогатого скота, при этом поголовье свиней снизилось. Так, численность поголовья крупного рогатого скота увеличилась на 3,7% до 7 902,5 тыс. голов, в том числе коров – на 5,8% до 3 336,6 тыс. голов, мелкого рогатого скота – на 0,9% до 24 209,4 тыс. голов. Численность поголовья свиней снизилась на 5,8% до 958,7 тыс. голов. Производство всех основных видов животноводческой продукции характеризовалось положительной динамикой. Так производство скота и птицы на убой (в живом весе) увеличилось на 4,7% до 789,7 тыс. тонн, молока – на 2,9% до 2 708,5 тыс. тонн, яиц – на 2,2% до 2 372,9 млн. штук.

Объем производства продуктов питания, напитков и табачных изделий в постоянных ценах увеличился на 6,2%. В 2021 года в сравнении с 2020 года увеличились объемы производства крупы на 27,6% до 34,6 тыс. тонн, масла растительного – на 21,5% до 84,7 тыс. тонн, муки – на 7,6% до 2 034,7 тыс. тонн, масла сливочного – на 6,0% до 7,3 тыс. тонн, мяса и субпродуктов пищевых – на 5,7% до 113 тыс. тонн, сыров – на 4,4% до 2,4 тыс. тонн, молока – на 2,3% до 233,2 тыс. тонн.

Сегодня МСБ формирует 25% добавленной стоимости и обеспечивает занятость 37% населения в Казахстане, в то время как в большинстве стран ОЭСР данные показатели составляют 57% и 60-70% соответственно. При этом, большинство (60%) предприятий малого и среднего бизнеса функционируют в секторах, производящих товары и услуги с низкой добавленной стоимостью. В то же время, валовая добавленная стоимость (ВДС) сельхозотрасли составила по итогам 2020 года 4,5% от ВВП, по итогам 2021 года - 4,6%. Рост объемов ВДС в секторе достиг 1,8% с учетом инфляции. Валовый выпуск АПК в 2021 году составил 4,1 трлн. тенге, реальный рост - 2,9%.

Уровень поддержки сельхозпроизводителей в Казахстане складывается из таких факторов как влияние на внутренние и внешние цены за счет интервенций на местном рынке и регулирования тарифов на импорт. Широко применяется прямая поддержка производителей сельскохозяйственной продукции посредством субсидий на приобретение семян, химикатов, ставок вознаграждения, предоставления государственных услуг в ветеринарии, фитосанитарии, содержание сферы науки и образования и др. В совокупности через различные схемы и механизмы обеспечивается господдержка размером более 1% от ВВП. При этом имеют место и побочные эффекты для потребителей, выражающиеся в росте цен импорта относительно цен местной продукции, хотя и при неудовлетворительном качестве последней, потери для бюджета в виде упущенной выгоды от реализации бюджетных стимулов АПК [4].

Исходя из особенностей агропромышленного производства, можно в основных чертах выделить те особенности предпринимательской деятельности, которые не присущи другим отраслям, или приобретают особое значение для развития бизнеса в АПК. Для большинства стран еще и сегодня главной формой организации производства сельскохозяйственной продукции является семейная ферма, а значит, фермер может рассчитывать только на себя. Для этого он должен (и это закреплено в законодательстве многих стран) иметь как минимум среднее сельскохозяйственное образование, знать технику и уметь правильно ее эксплуатировать, быть хорошо осведомленным с современными технологиями выращивания и переработки сельскохозяйственной продукции, знать учет, уметь пользоваться вычислительной техникой и т.п.

Вместе с тем существует ряд факторов, сдерживающих темпы развития АПК страны. В настоящее время остро стоит вопрос состояния инфраструктуры в сельском хозяйстве, выражающийся в значительном износе на более чем 80% основного количества имеющейся сельскохозяйственной техники. Усугубляет ситуацию нестабильность и постоянное увеличение цен на горюче-смазочные материалы, ведущие к удорожанию производственного процесса сельхозпродукции и его себестоимости.

Развитие АПК и предпринимательства в нем в рамках устойчивости ограничено совокупностью дестабилизирующих факторов внешнего и внутреннего характера. К внешним факторам можно отнести следующие: отсутствие механизма эффективного регулирования социально-экономических процессов в целом по стране, региону в разрезе отдельных отраслей (структурные диспропорции в экономике и АПК, налоговое бремя, финансовый кризис, инфляция и т.д.); отсутствие конкурентной среды в поставляющих отраслях и на продовольственном рынке; неблагоприятные погодные условия; слабая государственная поддержка; несовершенство законодательства и надлежащего механизма исполнения законов; нерегулируемость импорта продовольственных товаров; повышенная техногенная нагрузка на ресурсный потенциал, особенно на земельные ресурсы; экономическая преступность; отсутствие рыночной инфраструктуры.

К внутренним факторам можно отнести: критический износ фондов; обеднение почв и сокращение посевных площадей; слабая мотивация труда и отсутствие надлежащих хозрасчетных отношений; низкая договорная, трудовая и технологическая дисциплина; низкая оплата труда и материальная ответственность; деградация кадрового потенциала; низкий уровень управления на предприятиях; нет условий для свободного предпринимательства на базе рынка сельскохозяйственных земель; деградация социальной инфраструктуры; невыполнение требований зональной системы ведения сельскохозяйственного производства.

Совершенная производственная и социальная инфраструктура в сельской местности создаст определенные возможности для малого и среднего предпринимательства (далее – МСП) в части организации производственной деятельности аграрного сектора и социального развития села, мобильности действий, доступу к источникам финансирования и информации, выходу ответственных сельских предпринимателей на внешний рынок. Эффективная социальная инфраструктуры села способствует формированию аграрного рынка труда и обеспечению качественными трудовыми ресурсами МСП [5].

Развитие предпринимательства играет незаменимую роль в достижении экономического успеха, высоких темпов роста промышленного производства. Оно является основой инновационного, продуктивного характера экономики. Чем больше хозяйствующих субъектов имеют возможность проявить свою инициативу и творческие способности, тем меньше разрыв между потенциальными и фактическими результатами развития. Освоение инновационного экономического роста невозможно в условиях искусственного ограничения созидательной творческой стихии, свободы хозяйственной инициативы, необходимой для этого мобильности всех производственных ресурсов [6]. Предпринимательство обеспечивает освоение новых перспективных производств, способствует «вымыванию» устаревших. Оно способствует развитию конкуренции и «маркетинга», а также увеличению «открытости» национальной экономики, развитию ввоза и вывоза капитала.

Для развития предпринимательства нужны и другие условия. Они включают в себя стабильность государственной экономической и социальной политики, льготный налоговый режим, развитую инфраструктуру поддержки предпринимательства, существование эффективной системы защиты интеллектуальной собственности, формирование гибких рыночных механизмов повышения деловой активности предпринимателей. Предприниматели должны иметь возможность свободного выхода на внешний рынок. Необходимо создать доступную для предпринимателей кредитную систему, предоставить возможность приобретать необходимые

средства производства, сырье и комплектующие изделия. Во всем этом предприниматели испытывают пока значительные трудности. Однако очевидно, что обеспечить выход из кризиса и экономический подъем смогут только отечественные предприниматели. Именно на них ляжет главная тяжесть труда по созданию рыночной экономики и организации эффективного производства.

В Казахстане уровень поддержки сельского хозяйства ежегодно превышает 1% от ВВП, тогда как сам агросектор либо стагнирует, либо высокие показатели формируются за счет влияния благоприятных климатических условий. При этом доля сельского хозяйства в экономике находится ниже уровня 5%, тем самым возникает вопрос о пропорциональности такой поддержки. В рамках Программы по развитию агропромышленного комплекса на 2013–2020 гг., предусматривалось применение мер финансового оздоровления субъектов АПК путем реструктуризации, рефинансирования имеющихся задолженности с увеличением сроков погашения, преимущественно за счет облигационных займов, и снижения ставки вознаграждения путем субсидирования из средств республиканского бюджета [7].

В конце 2016 года была сформулирована концепция новой госпрограммы поддержки АПК на 2017-2021 гг. Учитывая напряженное состояние государственных финансов, расходы в новой программе до 2020 года сократились на 1,1 трлн. тенге до 1,7 трлн. тенге (2,4 трлн. тенге – общая сумма затрат на 2017-2021 гг.) в сравнении с предыдущей программой – «Агробизнес 2020», на которую в 2017-2020 гг. планировалось выделить 2,8 трлн. тенге. Так, на поддержку сельхозкоопераций в виде льготного кредитования в прошлом году было направлено 25,5 млрд. тг. В рамках выделенных средств прокредитовано 342 СХК на сумму 3,4 млрд. тенге для приобретения оборудования по заготовке сельхозпродукции [8].

Все эти меры, в конечном счете, позволили обеспечить продовольственную безопасность страны по основным видам продуктов питания. Государством были приняты меры по обеспечению качества и безопасности продукции. В этих целях принят Закон Республики Казахстан от 21 июля 2007 года № 301-III «О безопасности пищевой продукции» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 24.05.2018 г.), который предусматривает ответственность производителей за обеспечение безопасности своей продукции. В рамках проводимой работы по сертификации и стандартизации большое значение придается продвижению отечественной продукции на международный рынок. Стимулируется объединение сельских товаропроизводителей в кооперативы, предусматривающие создание, в том числе организаций с полным циклом деятельности, включающей перерабатывающую и сбытовую деятельность, в регионах с наличием экономически выгодного производства, где отсутствуют близлежащие предприятия переработки сельхозпродукции.

В стране более 1,6 млн. ЛПХ и 185 тыс. крестьянских и фермерских хозяйств. На их долю приходится до 70-90% производства молока, мяса, плодов, овощей и картофеля. (Концепция Государственной программы развития АПК на 2017-2021 годы).

Государственное регулирование в сфере АПК предусматривает:

- решение вопросов рационального использования и обводнения сельхоз земель;
- обеспечение благополучной эпизоотической и фитосанитарной обстановки;
- создание стимулов для интеграции науки, образования и производства;
- формирование нормативно-технической основы для развития органического производства.

В результате принятия мер государственного регулирования будет актуализирована кадастровая стоимость земли и вовлечено в оборот более 600 тыс. га орошаемых земель, что положительно скажется на эффективности сельхозпроизводства.

Выводы: 1. Казахстан – агроиндустриальная страна, в которой сельское хозяйство является сферой жизнедеятельности основной части населения. В сельской местности сегодня проживает 43% населения, и от степени развития сельскохозяйственного производства во многом зависит жизненный уровень не только тех, кто работает здесь, но и тех, кто в той или иной мере связан с

этой сферой. С уровнем развития сельхозпроизводства тесно связано благосостояние большинства казахстанцев;

2. Экономическое состояние тех или иных отраслей часто зависит от того, насколько эффективно будет работать конкретный уполномоченный орган агропромышленного комплекса. В частности, приоритеты в предоставлении кредитов, субсидий и иных нужных аграриям форм поддержки – в усилении функциональных особенностей дополнительных соответствующих структур;

3. Развитие предпринимательства в АПК республики характеризуется постепенным ростом эффективности сельскохозяйственного производства, развитием рынка продовольствия, материально-технических, финансовых услуг на селе, улучшением качества жизни сельского населения. Так как, почти половина сельскохозяйственной продукции в Казахстане производится хозяйствами населения, около 30% крестьянскими и фермерскими хозяйствами и немногим более 20% сельхозпредприятиями;

4. Анализ современного состояния малого предпринимательства в АПК Казахстана позволил выявить две тенденции его развития: положительная тенденция - устойчивый рост количества субъектов малого и среднего предпринимательства и численности, занятых на предприятиях, рост доходов предприятий от их деятельности; динамично-поступательный характер становления и развития предпринимательства; отрицательная тенденция – низкий уровень деловой активности субъектов малого предпринимательства и низкая занятость населения в них; сосредоточением субъектов малого и среднего предпринимательства преимущественно в сфере торговли и услуг.

Таким образом, обобщая вышеизложенное необходимо отметить, что для развития предпринимательства в АПК необходимо усилить стратегию государственного управления по формированию государственной поддержки продвижения МСП в рыночной среде, производственной и социальной инфраструктуре для развития малого и среднего предпринимательства на селе.

#### Список использованной литературы

1. Основные показатели развития предпринимательства в РК за январь 2017 года. [Электронный ресурс].-2017-URL: <http://www.zakon.kz/4848069-osnovnye-pokazateli-razvitija.html> (дата обращения: 09.12.2022).

2. Нардин Д.С., Соломаха С.И. Управление бизнес-процессами в предпринимательских структурах АПК // Молодой ученый. – 2012. – №12. – С. 255-257. – URL <https://moluch.ru/archive/47/5850/> (дата обращения: 11.12.2022).

3. Гриценко Г.М., Лукьянов А.Н. Институциональная среда развития регионального АПК: теоретический аспект // Фундаментальные исследования. - 2014. - № 12-4. – С. 794-798.

4. ВВП за 2017 года (оперативные данные) [Электронный ресурс].-2017-URL: <http://economy.gov.kz/ru/news/valovoy-vnutrenniy-produkt-za-yanvar-dekabr-2017-goda-operativnye-dannye> (дата обращения: 11.12.2022).

5. Carter, S., and Rosa, P. 1998 *Indigenous rural firms: farm enterprises in the UK International Small Business Journal* Vol.16 No.4 pp 15-27.

6. Латышева Л.А., Кузьмин К.А. Особенности функционирования предпринимательских структур в АПК// АКП: экономика, управление. 2014.-URL:<https://allrefrs.ru/3-14181.html> (дата обращения: 4.10.2022).

7. Программы по развитию агропромышленного комплекса в Республике Казахстан на 2013-2020 годы «Агробизнес-2020» и от 30 декабря 2015 года [Электронный ресурс]. - 2012-URL: // [http://online.zakon.kz/document/?doc\\_id=39257585#pos=1;-321](http://online.zakon.kz/document/?doc_id=39257585#pos=1;-321) (дата обращения: 12.11.2022).

8. Государственная программа развития агропромышленного комплекса Республики Казахстан на 2017 – 2021 годы. - [Электронный ресурс].-2016-URL: [http://www.kaznau.kz/page/content\\_link/common/UkazRK.pdf](http://www.kaznau.kz/page/content_link/common/UkazRK.pdf) (дата обращения: 07.12.2022)

МРНТИ 06.56.21

А.Т. Исаева<sup>1</sup>, А.Е. Жүнісова<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Абай атындағы Қазақ Ұлттық Педагогикалық Университеті, Алматы қ., Қазақстан

## **БӘСЕКЕЛЕСТІК АРТЫҚШЫЛЫҚ ЖӘНЕ ОНЫҢ ЖАҢА ӨНІМДІ ӘЗІРЛЕУ СТРАТЕГИЯСЫНА ӘСЕРІ**

*Аңдатпа*

Қазіргі уақытта нарықта бәсекелестік өте жоғары. Әрбір компания өз брендінің алға жылжытып, жаңа өнім шығарады. Жаңа өнімді әзірлеу процесі фирмаларға тез өзгеретін нарық конъюктурасының қиындықтарымен бетпе-бет келіп, үнемі өсіп келе жатқан бәсекеге төтеп беруге мүмкіндік береді. Компаниялар тұрақты инновациялар арқылы тұрақты бәсекелестік артықшылықтарға қол жеткізуге тырысады. Бұл күш-жігер компаниялар үшін өте маңызды, өйткені нарыққа жаңа өнімді шығару жаңа білім мен технологияны алу және жаңа процестерді енгізу қымбат және күрделі.

Берілген мақалада қарқынды даму жолындағы нарықтың бәсекелестік артықшылықтары және оның нарықтағы жаңа өнімге әсерін оқи аламыз. Нарықтағы бәсекелестіктің анықталу жолын, тұтынушының қалауын анықтау туралы көрсетілген. Жаңа өнімді әзірлеу, және оны зерттеудің тәсілдері қарастырылады.

*Түйін сөздер:* Бәсекелестік, тұтынушы, жаңа өнім, маркетинг, фактор, нарық.

Исаева А.Т.<sup>1</sup>, Жүнісова А.Е.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Казахский Национальный Педагогический Университет имени Абая  
г. Алматы, Казахстан

## **КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА СТРАТЕГИЮ РАЗРАБОТКИ НОВОГО ПРОДУКТА**

*Аннотация*

В настоящее время рынок очень конкурентный. Каждая компания продвигает свой бренд и выпускает новые продукты. Процесс разработки новых продуктов позволяет фирмам решать проблемы быстро меняющейся рыночной среды и выдерживать постоянно растущую конкуренцию. Компании стремятся достичь устойчивого конкурентного преимущества за счет постоянных инноваций. Эти усилия имеют решающее значение для компаний, поскольку вывод нового продукта на рынок требует приобретения новых знаний и технологий, а внедрение новых процессов является дорогостоящим и сложным.

В этой статье мы можем прочитать конкурентные преимущества рынка на пути к быстрому развитию и его влияние на новый продукт на рынке. Показано, как определить конкуренцию на рынке, определить предпочтения покупателя. Рассмотрены разработка нового продукта и методы его исследования.

*Ключевые слова:* конкуренция, клиент, новый продукт, маркетинг, фактор, рынок.

Issaeva A.T.<sup>1</sup>, Zhunissova A.Y.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Kazakh National Pedagogical University named after Abai, Almaty, Kazakhstan

## COMPETITIVE ADVANTAGE AND ITS IMPACT ON NEW PRODUCT DEVELOPMENT STRATEGY

### Abstract

The market is currently very competitive. Each company promotes its brand and releases new products. The process of developing new products allows firms to meet the challenges of a rapidly changing market environment and to withstand ever-increasing competition. Companies seek to achieve sustainable competitive advantage through continuous innovation. These efforts are critical for companies because bringing a new product to market requires acquiring new knowledge and technology, and implementing new processes is costly and complex.

In this article, we can read the competitive advantages of the market on the road to rapid development and its impact on the new product in the market. It is shown how to determine competition in the market, to determine the preferences of the buyer. The development of a new product and methods of its research are considered.

*Keywords:* competition, client, new product, marketer, factor, market.

Фирманың табыс деңгейі тиісті саланың орташа қарқынынан жоғары болған жағдайда бәсекелестік артықшылыққа ие деп, ал жоғары пайда көрсеткішін бірнеше жыл бойы сақтаған жағдайда тұрақты бәсекелестік артықшылыққа ие деп айтылады. Бәсекелестік мәселелері алғаш рет әдебиетке Адам Смиттің «Ұлттардың байлығы» атты әйгілі кітабын жариялаған кезде енді. 1980 жылдардың соңына дейін ел немесе сала үшін бәсекелестікті талдау, сақтау және жетілдірудің теориялық негізі болған жоқ, осылайша әртүрлі критерийлер арқылы бәсекелестікке экономикалық талдаулар жасалды. 1980 жылдар бойы Майкл құрастырған стратегиялық кітаптар бәсекелестік талдау саласында өте танымал болды. Бұл кітаптар 1980, 1985 және 1989 жылдары The Free Press баспасында басылған «Бәсекелестік стратегия», «Ұлттардың бәсекелестік артықшылығы» және «Бәсекелестік артықшылық» кітаптарын қамтиды [1]. Қазіргі динамикалық жағдайда бәсекеге қабілеттілік бизнестегі маңызды мәселе болып табылады.

Бәсекелестік артықшылықтардың детерминанттарына қатысты көптеген перспективалар ұсынылды. Портердің пікірінше, фирмалардың кірістілігі салалық белсенділікке, оның бәсекелестерінен ерекше түрде әрекет етуіне байланысты, провительдық құзыреттер ерекшелік пен әртүрлілікті қабылдауға ықпал етеді, нәтижесінде ұйымға бәсекелестік артықшылық береді.

Ұйымның өзінің ресурстары мен мүмкіндіктеріне негізделген бәсекелестік артықшылықтарды құрудағы негізгі мақсаты - бәсекеге қабілеттілікке қол жеткізу және бизнес нарығында өнімділік бойынша ерекше позицияға жету. Бәсекеге қабілеттілікке жетудің кілті – тұтынушылардың сұраныстарын анықтау және қабылдау, тұтынушыға шоғырлану және тұтынушылардың көзқарасы бойынша процесті жетілдіру негізінде бәсекелестік артықшылықтардың тұрақтылығы. Тұрақты бәсекелестік артықшылық – бұл тұтынушылар үшін құнды ұйымдық құзыреттерді пайдаланатын, бәсекелестер оңай еліктемейтін және көшірмейтін және ұйымның құзыреттілігі мен бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз ететін бәсекелестік артықшылықтардың бір түрі. Саяси, либералдық және классикалық экономистердің көпшілігінің пікірінше. Адам Смитті ұстаныңыз, жеке бәсекелестерге қарағанда жеке пайданың логикалық артықшылығы және бір мезгілде пайданы барынша арттыратын, жалпы пайданы ынталандыруға әкеледі және оның негізгі себебі (яғни, нарықтық қолдың көрінбейтін принципі) ең жақсы өнім. Заманауи бәсекелестік нарықта табыстылықты сақтаудың негізгі факторы – бәсекелестік артықшылыққа ие болу, ал бәсекелестік артықшылыққа қажетті талап – тиісті стратегияның болуы [2]. Бәсекелестік артықшылыққа келетін болсақ, басты мәселе ұйымның зияткерлік мүмкіндіктерін пайдалана отырып, экология-



лық және ұйымдық ресурстарды тиімді интеграциялау арқылы бәсекелестік артықшылықтарды құру немесе алу болып табылады, яғни «ұйымдық интеллект» деп аталады.

Нақты іскерлік әлемде әртүрлі сатушылар сататын өнімдер мен қызметтердің сапасы бірдей емес. Фирмалар осы қатаң бәсекеде өз өнімдері мен қызметтерінде аз болса да ерекшелік жасауға тырысады және оларды жоғары бағамен ұсынады; дегенмен, бұл жолмен табыстылыққа қол жеткізу оңай емес. Ұйымдық интеллект бәсекелестік ортада өз миссиясына жету үшін ұйымның интеллектуалдық мүмкіндіктерін пайдалану ретінде анықталады [3]. Бұл факторларды бәсекелестер серіктестермен мәмілелер жасау және белсенді параметрлерде қолайлы бизнес жағдайларын қамтамасыз ету үшін пайдаланады. Әрине, әрбір фирманың табысты болуы үшін әсер ететін бірнеше факторлар бар. Фирмалардың табысты болуының бірінші факторы барлық фирма жоспарлары әзірленетін ұйымдық персоналдың қатысуымен белгіленген дәйекті және қолданылатын стратегияны пайдалану болып табылады. Фирманы ілгерілетудің басқа факторларына тиімді және білікті адам ресурстарының негізгі сапасы, адам күшін ұйымдастыру және оңтайлы пайдалану, жаһандық нарықтарда тиімді және үздіксіз қатысу және ғылыми жобаларға ерекше көңіл бөлу жатады.

Жылдам технологиялық революциялар, жаһандану тәуекелдерінің жоғарылауы және жекешелендіру күтулері қазіргі ұйымның қоршаған ортаны қорғау қасиеттерінің кейбірі болып табылады. Бәсекелестік артықшылықтарға қол жеткізудің тиімді және тиімді факторларына қазіргі заманғы ұйымдар көбірек назар аударуда. Бәсекелестік артықшылыққа компания жаңа өнімдерді әзірлей алатын немесе бәсекелестердің қызметтерінен жоғарырақ қызметтерді ұсына алатын болса, немесе олар бірдей өнімдер мен қызметтерді төмен бағамен немесе жоғары сапада ұсына алатын жағдайда қол жеткізіледі. Фирма бәсекелестер елемейтін әртүрлі өндірістік факторларға ие болмайынша, бұған қол жеткізілмейді. Енді сұрақ туындайды, соңғы онжылдықтарда қандай факторлар компанияларға бәсекелестерінен асып түсуге және олардың табыстылығын арттыруға көмектесті? Кейбір артықшылықтар компания оларды бірінші болып пайдаланған кезде алынады. Әділетсіз артықшылықтар деп аталатын басқа артықшылықтар компания оларды бәсекелестер қол жеткізе алмайтын факторларға қол жеткізу арқылы пайдаланған кезде пайда болады және осылайша өзі үшін бәсекелестік артықшылықтар жасайды.

Жаңа өнімді әзірлеу - ғалымдар, әртүрлі салалардың кеңесшілері және бизнес мектептері арасында танымал тұжырымдама. Жаңа өнімді әзірлеуде біліктілікке қол жеткізу көптеген ұйымдарға табысқа жетуге көмектеседі. Жаңа өнімді әзірлеу - ең үлкен күштердің бірі және сонымен бірге әрбір бизнестегі ең қиын әрекеттердің бірі. Бизнес-менеджерлер мен нарық философтары жаңа өнімді сәтті әзірлеу ұйымдардың ұзақ мерзімді тұрақтылығының маңызды факторы деп санайды. Жаңа өнімді әзірлеуді анықтау үшін - бұл бар нарық орындары үшін өнімді жасаудың әртүрлі қадамдары арқылы өнімдерге шағын немесе негізгі өзгерістерге әкелетін өсу саясаты мен әрекеттерінің жиынтығы екенін айту керек.



Сурет 1 – зерттеудің концептуалды моделі

Ескерту - дереккөз бойынша берілген [2]

Жаңа тауар сол кластағы басқа тауарлармен бәсекеге қабілетті болған жағдайда ғана нарықта өз орнын алу мүмкіндігіне ие болады. Өнімнің бәсекеге қабілеттілігі өнімнің өзінің қасиеттерімен, бәсекелес тауарлардың қасиеттерімен және тұтынушылардың ерекшеліктерімен анықталады.

Бәсекеге қабілеттіліктің негізгі көрсеткіштерінің үш тобы бар: өнімнің тұтынушылық қасиеттерін көрсететін техникалық көрсеткіштер, өнімнің міндетті нормалар мен стандарттарға сәйкестігін сипаттайтын нормативтік көрсеткіштер және пайдаланумен байланысты шығындар сомасын көрсететін экономикалық параметрлер немесе осы өнімді тұтыну.

Өнімнің немесе басқа қабілеттілігінің көрсеткіштерін есептеу кезінде, әдетте, салыстырмалы объект ретінде не аналогтық өнім (тікелей әдіс), не сұранысқа ие үлгі (жанама әдіс) алынады. Содан кейін бұл көрсеткіштер бір интегралды көрсеткішке жинақталады, ол өз мағынасында тұтынушының оларды сатып алу мен пайдалану шығындарының бірлігіне тұтынушылық әсердің айырмашылығын объектінің бәсекеге қабілеттілігі туралы түсінік салыстырмалы ұғым болып табылады, яғни оны басқа объектімен салыстырған кезде ғана талқылауға болады. Сондықтан, өнімнің бәсекеге көрсетеді. Басқаша айтқанда, сандардың көмегімен өнімнің басқа өнімдерге қатысты бәсекеге қабілеттілігін сипаттай аламыз.

Жаңа өнім тұжырымдамасы өндірушінің басшылығына өнімнің нарықтық мүмкіндіктері және оны өндіру мен өткізуге қажетті шығындар туралы түсінік қалыптастыру үшін қажет. Өнім концепциясы тауар әкелетін пайданы болжауға мүмкіндік береді. Жаңа тауардың пайда болу фактісі тұтынушылық ортада қажеттіліктердің өзгеруіне байланысты, ал жаңа тауар, инновация оларды қанағаттандыруы керек. Сондықтан да жаңа тауарды жасау және шығару маркетингтік зерттеулермен байланысты, ол сатып алушылардың сұранысы мен қажеттіліктерін зерттеу мақсатында жүргізіледі, оны болжамдауға және сұраныстың болжанған өзгеруіне сәйкес өндіруге болады. Маркетингтік зерттеулер сонымен қатар жаңа идеяның пайда болуы мен оны жаңа өнімді өндіру түрінде жүзеге асыру процесі арасындағы уақытты қысқартуға арналған.

Маркетолог үшін тауардың жаңалығы – «қажеттілік, тұтынушы, тауар, нарық» тұрғысынан дұрыс анықтауға болатын ұғым. Компоненттердің әрқайсысында жаңа сатудың белгілі бір әлеуеті бар. Нарыққа жаңа өніммен шығу – тәуекелге толы өте жауапты оқиға. Күшті маркетингтік қолдауға қарамастан, жаңа өнімді шығарудағы сәтсіздік деңгейі жоғары болып қалады (шамамен 35%). Сонымен қатар, шығындар екі жақты сипатта болуы мүмкін: өндірістің абсолютті бұзылуы және салыстырмалы сәтсіздік. Абсолютті сәтсіздік фирма өнімді өндіруге және оны жылжытуға кеткен қаржылық шығындарды өтей алмаған кезде орын алады. Салыстырмалы сәтсіздік фирма өнімді сатудан пайда алған кезде пайда болады, бірақ жоспарланғаннан аз көлемде. Бұл ретте, әрине, имидж зардап шегеді.

Сәтсіздіктерге алып келетін себептердің қатарына:

- Тұтынушылық сұранысты қате анықтау.
- Өнім ақаулары.
- Өнімді жылжыту бойынша жеткіліксіз күш.
- Артық баға.
- Бәсекелестік.
- Нарыққа қолайсыз кіру уақыты және т.б.

Жаңа өнімдерді енгізуде сәтсіздіктер алып келетін өндірістік факторларға:

- Жобалау қызметтері мен өткізу (маркетинг) бөлімінің нашар өзара әрекеттесуі.
- Ғылыми кадрлардың жіткіліксіз шығармашылық белсенділіктері.
- Жобаларды нашар таңдау.
- Нашар қаржыландыру.
- Шығындар туралы есеп берудің дұрыс болмауы.

Нарықтық жаңа өнімді өндіру коммерциялық табыстың негізгі факторы болып табылады. Өйткені ол кәсіпорынға белгілі бір мерзімде нарықта монополиялық жағдайды иеленіп, орташа

салалық деңгейден жоғары қарқын мен пайда массасын алуға мүмкіндік береді. Өнім барлық маркетингтік қызметтің жүрегі болып табылады. Егер өнім тұтынушылардың тілектерін қанағаттандыра алмаса, ешқандай қосымша шығындар мұндай тауардың нарықтағы орнын жақсартпайды. Өнім (қызмет, жұмыс, технология және т.б.) өткізу және пайда нормаларын анықтайтындықтан, өніммен байланысты барлық шаралар кешені – оны әзірлеу, жасау, өндіру, өткізу, қызмет көрсету, жарнамалау және т.б. – кәсіпорынның коммерциялық саясаты мен тәжірибесінде орталық орын алады. Ақаулықтарды болдырмау үшін жаңа өнімді өндіру мен нарыққа шығаруға ойластырылған түрде қарау керек. Әлемдік тәжірибе көрсеткендей, жаңа өнімді жоспарлау процесі келесі кезеңдерден тұрады:

- идеяларды қалыптастыру;
- идеяларды таңдау;
- тұжырымдаманы және экономикалық талдауды тексеру;
- өнімді әзірлеу және сынау;
- сынақ маркетингі және коммерциялық енгізу.

Жаңа өнімдер мен қызметтердің санын көбейту үшін бастама үшін тиімді сыйақы жүйесі қамтамасыз етілуі керек. Инновацияны жеткіліксіз ынталандыру қызметкерлердің белсенділігін жоғалтуға әкеледі және олардың жаңа өнімді жасауға және бұрыннан шығарылғандарын жақсартуға ұмтылуына ықпал етпейді. Жаңа идеялардың саны көбінесе кәсіпорын мүмкіндіктерінен асып түседі. Үлкен әртүрліліктен ең қолайлы идеяларды таңдау керек. Бұл кезеңде одан әрі қараудан жаман, орынсыз идеяларды алып тастау қажет. Осы мақсаттар үшін фирмалар арнайы сүзгі тізімдерін пайдаланады. Миға шабуыл - ең перспективалы идеяларды таңдауда қолданылатын ең кең таралған әдістердің бірі. Бұл әдіс келесі түрде қолданылады. [4]

1. Компанияның түрлі бөлімшелерінің маркетингшілері, әзірлеушілері, менеджерлері, экономистерінен тұратын сараптамалық топ құрылуда.

2. Ұсынылған идеялардың әрқайсысының авторы сараптамалық топтың барлық мүшелеріне жеткізілетін егжей-тегжейлі түсіндірме жазбасын жазады.

3. Осы ескертулердің әрқайсысы үшін сарапшы әлсіз нүктелердің максималды санын табуы керек.

4. Идеяларды талқылау ұйымдастырылады. Талқылау барысында сарапшылар мүмкіндігінше әлсіз және түсініксіз тұстарды анықтауға тырысады, ал идеялар авторлары оларды қорғауға тырысады.

5. Талқылау нәтижелері бойынша сарапшылар идеяның шынайылығы мен коммерциялық құндылығы туралы өз қорытындысын шығарады. Жаңа өнімге ең перспективалы идеяларды тандағаннан кейін ықтимал инновацияларға жеткілікті терең талдау жүргізіледі және тұжырымдама жасалады. белгілі бір схема бойынша сыналады:

- инновацияның мүмкін болатын табыстылығы;
- жаңа тауардың пайда болуына байланысты нақты және әлеуетті бәсекелестердің болуы;
- болжамды нарық сыйымдылығы;
- қажетті күрделі салымдар деңгейі;
- жаңа өнімге қажетті патенттік қорғау деңгейі;
- кезеңдегі сметалық шығындар және жаңа өндірісті ұйымдастыруға немесе жұмыс істеп тұрған өндірісті жаңғыртуға күрделі салымдар;
- жаңа өнім бойынша жұмыс кезеңдерін аяқтау кестесі мен мерзімдері;
- техникалық, қаржылық және кадрлық сипаттағы мүмкін қиындықтар және оларды еңсеру жолдары;
- нарықтағы жаңа тауардың ұсынылатын орнын бағалау;
- жаңа өнімнің өмірлік циклінің ұзақтығын бағалау;
- жаңа өнімнің сатып алушыларға мүмкін эмоционалдық әсері;
- жаңа өнім шығарылған жағдайда сатып алушылардың кәсіпорынға ықтимал қатынасы;

- маусымдық және басқа циклдік факторлардың өнімге әсері;
- өндірісті ұйымдастырудағы мүмкін болатын қиындықтар;
- жаңа тауарға нарық сегменттері;
- жаңа өнімді әзірлеу және өндіру бойынша бүкіл жобаның ықтимал деңгейі мен өтелу мерзімі.

Жаңа өнімдерге қатысты барлық ұсынылған идеялар аталған критерийлер бойынша тауарлардың бәсекеге қабілеттілігін салыстырмалы бағалаудағы сияқты бір-бірімен салыстырылады. Оң нәтижелермен белгілі бір жобаларды жүзеге асыру және жаңа өнімдердің пилоттық партияларын құру туралы шешім қабылданады. Өнімді әзірлеу кезеңінде өнім идеясы физикалық формада жүзеге асырылады. Бұл кезеңде өнімнің дизайны, брендін дамыту, орау, өнімнің позициясын анықтау саласында шешім қабылдау керек. Өнімді жобалау саласында материалдардың түрі мен сапасын, өндіру әдісін таңдау, өнім бірлігіне өнімнің өзіндік құнын белгілеу және т.б. туралы шешім қабылданады. Қаптау саласында оны өндіруде қолданылатын материалдар; орындауы тиіс функциялар көрсетіледі; шығындар анықталады. Дәл осылай фирмалық атау және басқа элементтер бойынша шешімдер қабылданады.

Сынақ енгізу үшін орынды дұрыс таңдау маңызды: қаланың бір немесе бірнеше ауданындағы бір немесе бірнеше сауда нүктелерінде, облыстың бірнеше қалаларында бірден немесе бірнеше облыстарда. Қараудың ұзақтығы сатудың сипатына байланысты. Әдетте, бұл кезең екі айдан алты айға дейін. Тесттік маркетингі жүзеге асыру кезінде алынған ақпарат компанияны тұтынушылық қажеттіліктерді жүзеге асыру, бәсекелестер, тарату және маркетингтің күшті және әлсіз жақтары туралы қажетті ақпаратпен қамтамасыз етеді.

Ұйымдар үнемі жаңа өнімдер мен қызметтерді дамытуы керек. Олардың қазіргі өнімдерінің қызмет ету мерзімі шектеулі және оларды жаңаларымен ауыстыру керек. Бірақ жаңа өнімдер сәтсіздікке ұшырауы мүмкін - жаңа өнімнің сәтсіздікке ұшырау қаупі оның табысқа жету мүмкіндігі сияқты үлкен. Жаңалықтың табыстылығының кілті тұтастай компанияның күш-жігерінде, мұқият жоспарлауда және жаңа өнімдерді әзірлеудің әдістемелік процесінде. Егер компания кем дегенде нарықтағы үлесін сақтап қалғысы келсе, өз өнімдерін үнемі жаңартып отыру керек. Бұл жаңа өнім идеяларын үздіксіз іздеуді талап етеді. Сонымен қатар, идеялар ағыны бірнеше перспективалы ұсыныстарды таңдауға мүмкіндік беретіндей үлкен болуы керек. [5]

Жаңа өнімнің істен шығуының көптеген себептері бар, бірақ олардың барлығы дерлік жаңа өнімді әзірлеу кезеңдеріндегі маркетингтік зерттеулермен байланысты. Бірқатар зерттеулерге сәйкес, бәсекеге қабілетті өнім сапасынан жоғары бірегейлік пен сапаның үйлесімі сияқты жаңа өнімнің сәтті болуының факторларының бірі өнімді әзірлеудің технологиялық және маркетингтік кезеңдерінде компанияның барлық құрылымдарының тығыз ынтымақтастығы болып табылады. және жоспардың барлық кезеңдерінде сапалы орындалуы. Бірақ тағы бір мәселе туындайды: көптеген компаниялардың тәжірибесінде жоғарыда сипатталған жаңа өнімді әзірлеу процесінің кезеңдері бір-бірін қатаң реттілікпен бақылайды. Бірақ қазіргі қарқынды, бәсекеге қабілетті әлемде жаңа өнімдерді тым баяу шығару өнімнің сәтсіздігіне, сатылым мен пайданың жоғалуына және нарықтағы позицияның бұзылуына әкелуі мүмкін. Жаңа өнімдерді нарыққа шығару жылдамдығы және олардың даму циклін қысқарту компаниялар үшін міндетті талапқа айналуға.

#### *Пайдаланылған әдебиеттер тізімі*

1. David, F. *Strategic Management, 12th ed.*; Cultural Researches Publication: Tehran, Iran, 2016. –интернет көздеpi
2. Gabbar, H. *Intelligent topology analyzer for improved plant operation. Ind. Manag. Data Syst.* 2007, 107, 229-250
3. Albrecht, K. *The Power of at Work: Organizational Intelligence in Action*; American Management Association: New York, NY, USA, 2010.

4. Афанасьев М.П. Маркетинг: Стратегия и практика фирмы / М.П. Афанасьев. – М.: Финстат, 2012. – 110 с.
5. Боумэн К. Основы стратегического менеджмента / К. Боумэн. – М: Юнити, 2012. – 55 с.

МРНТИ 06.81.1

М.Даурен<sup>1</sup>, Қ.Р. Қасен<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті, Алматы қ., Қазақстан

## КӘСІПОРЫННЫҢ БӘСЕКЕЛЕСТІК СТРАТЕГИЯСЫН ЗЕРТТЕУ ЖОЛДАРЫ

*Аңдатпа*

Нарықтық экономикада бәсекелестік маңызды фактор болып табылады. Ол адамдардың шаруашылық қызмет жүргізу түріне едәуір дәрежеде ықпал етеді.

Кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігі отандық экономикада ғана емес әлемдік экономикада да кеңінен зерттелуді қажет ететін мәселе болып табылады. Кәсіпорынның бәсеке қабілеттілігі – бәсекелестермен салыстырғанда бағалық және бағалық емес сипаттары бойынша тауарлары тұтынушыларға ұнамды, дер кезінде жоспарлап, дайындап өткізуге нақты мүмкіндігі бар кәсіпорын.

Кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігі – бәсекелік нарық жағдайында меншікті және қарыздық ресурстарды тиімді басқару мүмкіндігі. Кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігі оның нарықтық бәсеке жағдайларына бейімделу мүмкіндігі мен серпінін сипаттайды.

Кәсіпорынның бәсеке қабілеттілігін анықтайтын көрсеткіші болып өнімнің бәсеке қабілеттілігі табылады.

*Түйін сөздер:* кәсіпорын, стратегия, бәсекеге қабілеттілік, нарық, экономика, жоспар, мүмкіндік.

М.Даурен<sup>1</sup>, Қ.Р. Қасен<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Казахский Национальный Педагогический Университет имени Абая,  
г. Алматы, Казахстан

## СПОСОБЫ ИССЛЕДОВАНИЯ КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

*Аннотация*

Конкуренция является важным фактором рыночной экономики. Это существенно влияет на экономическую деятельность людей.

Конкурентоспособность предприятия - проблема, требующая широкого изучения не только в отечественной, но и в мировой экономике. Конкурентоспособность предприятия – это предприятие, имеющее реальную возможность своевременно планировать и заготавливать товары, радующие потребителей по ценовым и неценовым характеристикам по сравнению с конкурентами.

Конкурентоспособность предприятия – это способность эффективно управлять собственными и заемными ресурсами в условиях конкурентного рынка. Конкурентоспособность предприятия характеризует его способность и импульс приспособляться к условиям рыночной конкуренции.

Конкурентоспособность продукции является показателем, определяющим конкурентоспособность предприятия.

*Ключевые слова:* предприятие, стратегия, конкурентоспособность, рынок, экономика, план, возможность.

*Dauren M.<sup>1</sup>, Kasen K. R.<sup>1</sup>*

*<sup>1</sup>Kazakh National Pedagogical University named after Abai, Almaty, Kazakhstan*

## WAYS TO STUDY THE COMPANY'S COMPETITIVE STRATEGY

### *Abstract*

Competition is an important factor in a market economy. This significantly affects the economic activity of people.

The competitiveness of an enterprise is a problem that requires extensive study not only in the domestic, but also in the global economy. The competitiveness of an enterprise is an enterprise that has a real opportunity to plan and procure goods in a timely manner that will delight consumers in terms of price and non-price characteristics compared to competitors.

The competitiveness of an enterprise is the ability to effectively manage its own and borrowed resources in a competitive market. The competitiveness of an enterprise characterizes its ability and impulse to adapt to the conditions of market competition.

The competitiveness of products is an indicator that determines the competitiveness of the enterprise.

*Key words:* enterprise, strategy, competitiveness, market, economy, plan, opportunity.

Бәсекелестік стратегия – бұл кәсіпорын басшыларының қолында көзделген мақсатқа жету құралы. Бәсекелестік күрестің саналы түрде жүргізілуі үшін бәсекелестік стратегиясын жасап, оны жүзеге асыру жоспарын жасап, жоспардың орындалу нәтижесін талдау қажет. Іске асыру жоспары әзірленді бәсекелестік стратегиясыұйымның барлық қызметкерлеріне нарықтың әрбір сегментімен жұмыс істеу кезінде қандай функцияны орындау керектігін және бәсекелестердің белгілі бір әрекеттерінде өзін қалай ұстау керектігін нақты түсінуге көмектеседі. Басқаша айтқанда, ортақ корпоративтік мақсаттарға жету үшін әртүрлі бөлімшелердің менеджерлерінің үйлесімді жұмысына жағдай жасайды. Ал нарықта компанияның әрекеті өзара байланысты және мақсатты болады.

Бәсекелестік стратегияның сабақтастығы мынада: компания стратегияны әзірлемес бұрын да бұрынғы тәжірибені талдап, бәсекеде қандай әрекеттер пайдалы болғанын анықтап, қазіргі уақытта олардың өзектілігін тексеруі керек. Сонымен қатар, өткен тәжірибені зерттеу компанияға жаңа стратегияны әзірлеу кезінде ескі қателіктерді болдырмауға мүмкіндік береді.

Кезектілік келесі кезеңнің алдыңғы кезеңде алынған нәтижелерге тәуелділігінен туындайды. Бұл бәсекелестік стратегияның сәйкес келмеуін болдырмайды және нарықтық жағдайлар, бұрын орын алған қателер, стратегияны жүзеге асыру барысында алынған нәтижелерді бағалаңыз.

Бәсекеге қабілетті стратегиялық жоспарлаудың циклдік сипаты бәсекелестік стратегияны іске асыру нәтижелерін талдау және стратегияларды кейіннен әзірлеу кезінде ескеру қажет екендігінде көрінеді, өйткені бәсекелестік стратегия бәсекелестік ортаға үнемі бейімделіп отырады.

Бәсекелестік стратегия менеджерлердің қолындағы маңызды құрал болып табылады, өйткені ол компания алдында тұрған бірқатар міндеттер мен мәселелерді шешуге бағытталған.

Біріншіден, стратегияны қалыптастыру кезінде алынған және құрылымдалған қолда бар аналитикалық материал басшылыққа да, орындаушыларға да нарықтағы жағдайды, ондағы компанияның позициясын, мақсаттардың шынайылығын және оған жету жолдарын анық көруге мүмкіндік береді. олар.

Екіншіден, кәсіпорын басшылығы бекіткен бәсекелестік стратегия ұйымдық-әкімшілік құжаттың күшін алады, яғни күштерді қажетті бағытта шоғырландыруға мүмкіндік береді.

Ал, ақырында, үшіншіден, өткен кезеңдердегі қызметін талдай отырып, компания өзінің қызмет аясын үнемі жетілдіріп, кеңейте алады, нарықтағы өзгерістерге адекватты түрде жауап бере алады, нарықтағы позициясын нығайтып, жаңа нарықтарды бағындыра алады. [1]

Бәсекелестік стратегияны әзірлеу және одан әрі іске асыру сегіз негізгі кезеңді дәйекті түрде орындау арқылы жүзеге асырылады:

- Кәсіпорынның миссиясы және корпоративтік даму стратегиясы.
- Нарықтағы бәсекелестік күресте міндеттерді тұжырымдау.
- Кәсіпорынның сыртқы және ішкі ортасы туралы ақпаратты жинау және талдау.
- Нарықтағы кәсіпорынның бәсекелестік стратегиясын таңдау.
- Таңдалған стратегияны талдау.
- Жасалған жоспар арқылы бәсекелестік стратегияны жүзеге асыру.
- Стратегияны іске асыру нәтижелерін талдау.
- Қолданыстағы стратегияны түзету немесе кәсіпорынның жалпы корпоративтік стратегиясымен қойылған міндеттерді жүзеге асыруға қабілетті жаңа, тиімдірек стратегияны әзірлеу.

Бәсекелестік стратегияны әзірлеу және жүзеге асыру әртүрлі қызметтер мен функционалдық бірліктерге әсер ететіндіктен, алгоритмді фазаларға бөлу қисынды. Барлық сегіз кезең үш кезеңге бөлінеді:

Дайындық кезеңі (1 және 2 кезең).

Даму кезеңі (3, 4, 5 кезең).

Іске асыру кезеңі (6, 7, 8 кезеңдері). [2]

Кәсіпорынның ішкі мүмкіндіктері мен нарықтағы жағдайдың нақты бағасын алу үшін SWOT талдауын қолдануға болады.

SWOT талдауды қолдану қолда бар ақпаратты жүйелеу және кейіннен қабылдау үшін қажет басқару шешімдері. Сондықтан SWOT талдауды кәсіпорынның бәсекелестік стратегиясын құрастыру мен бәсекелестік жоспарды әзірлеу арасындағы аралық буын деп атауға болады (5-кезең). Барлығы келесі реттілікпен жүреді:

Жоспарлы кезеңдегі кәсіпорынның негізгі бәсекелестік стратегиясын анықтау.

Кәсіпорынның таңдалған бәсекелестік стратегиясын жүзеге асыра алатынын және оны қалай жасауға болатынын түсіну үшін кәсіпорынның ішкі күштері мен нарықтық жағдайды салыстыру (SWOT талдау).

Кәсіпорынның нақты мүмкіндіктерін ескере отырып, мақсаттар мен жергілікті міндеттерді тұжырымдау (конкурстық жоспарды құру).

Кәсіпорынның ішкі мүмкіндіктері мен нарықтағы жағдайдың нақты бағасын алу үшін SWOT талдауын қолдануға болады.

SWOT талдауды қолдану қолда бар ақпаратты жүйелеу және кейіннен қабылдау үшін қажет басқару шешімдері. Сондықтан SWOT талдауды кәсіпорынның бәсекелестік стратегиясын құрастыру мен бәсекелестік жоспарды әзірлеу арасындағы аралық буын деп атауға болады (5-кезең). Барлығы келесі реттілікпен жүреді:

Жоспарлы кезеңдегі кәсіпорынның негізгі бәсекелестік стратегиясын анықтау.

Кәсіпорынның таңдалған бәсекелестік стратегиясын жүзеге асыра алатынын және оны қалай жасауға болатынын түсіну үшін кәсіпорынның ішкі күштері мен нарықтық жағдайды салыстыру (SWOT талдау).

Кәсіпорынның нақты мүмкіндіктерін ескере отырып, мақсаттар мен жергілікті міндеттерді тұжырымдау (конкурстық жоспарды құру).

Бәсекелестік стратегиялар 3-5 жыл бойы бәсекелестерден артықшылықтар ретінде әзірленетінін есте ұстаған жөн. Сондықтан таңдау кезінде сіз бір сәттік тілектерді емес, бүкіл кезең бойы нәтиже беретін позицияларды қабылдауыңыз керек. Ол үшін мыналардан тұратын бәсекелестік

талдау жүргізу қажет: саланың негізгі бәсекелестік күштерін анықтау және бәсекелестік ортадағы мінез-құлық стратегиясының негізгі нұсқаларын белгілеу.

Бәсекелестік талдаудың негізін салушылардың бірі – Гарвард бизнес мектебінің профессоры М.Портер, оның бәсекелестік күштердің үлгілері бизнес-стратегия құралдарының арасында қазіргі тәжірибеде жиі қолданылады. Бұл модельдер өздерінің тиімділігін тәжірибеде бірнеше рет дәлелдеді. Олардың күші «сырттың ішінде» аспектісінде анық көрінеді.

Портер бойынша бәсекелестік стратегиялар саланың тартымдылығын, сондай-ақ осы саладағы шағын бизнестің позициясын және оның бәсекеге қабілеттілігін анықтайтын бес бәсекелес күштің болуына негізделген, атап айтқанда:

Бәсекелестердің кіруі. Жаңадан келген адам осы бизнес саласына қаншалықты оңай және оңай еніп, бәсекеге түсе алады, сонымен қатар ол қандай кедергілерге тап болуы мүмкін;

Ауыстырушылардың қаупі. Қолданыстағы тауарларды, жұмыстар мен қызметтерді аналогтарымен ауыстыру қаншалықты тез және оңай мүмкін, сондай-ақ олардың құнын төмендету жолдары;

Сатып алушылардың мәмілеге келу қабілеті. Тұтынушы баға саясатына қаншалықты әсер етеді және тапсырыс көлемін ұлғайту жолдары бар ма;

Жабдықтаушылардың мәміле жасау қабілеті. Сатушының өнім бағасына әсер ету жолдары қандай және бүгінгі күні қанша жеткізушілер бар;

Қолданыстағы ойыншылар арасындағы бәсекелестік. Бүгінгі күні ойыншылар арасында күшті бәсекелестік бар ма және олардың арасында басым ойыншылар бар ма, әлде барлық ойыншылар өзара тең бе? [3]

М.Портер көптеген әртүрлі стратегияларды қолдана отырып, бәсекелестік мақсатына жетуде компаниялар айтарлықтай табысқа қол жеткізе алатынын мойындағанымен, ол әлі де бір-біріне қайшы келмейтін үш ішкі стратегияны анықтайды. Бәсекелестік стратегиялардың негізгі түрлері мыналар:

- шығындарды азайту;
- дифференциация;
- шоғырлану.

Қазіргі заманғы бәсекелестік стратегиялары үш негізгі фактордың өзара әрекетін қамтиды: фирманың бәсекелестермен салыстырғандағы жағдайы; кәсіпорынның мақсаттары; нарықтық жағдай. Бүгінгі таңда баға факторы көбінесе тұтынушының өнімді таңдауында шешуші рөл атқарады. Сондықтан заманауи бәсекелестік стратегияларды таңдағанда, бұл факторды ескеру өте маңызды. [4,5]

Менің ойымша. «әмбебап бәсекеге қабілетті кәсіпорын стратегиясы» түсінігі жоқ. Себебі, әр компанияның өзіндік жеке дара әрі бірегей бәсекелестік стратегиясы болуы қажет. Белгілі бір саланың жағдайын ғылыми әлеуетпен және қолда бар капиталмен үйлестіру арқылы ғана табысқа жетуге болады. Заманауи әлем стратегиялық дамудың көптеген әртүрлі нұсқаларын ұсынады, олардың мақсаты бизнес саласындағы кәсіпорынды күтіп тұрған қиындықтар мен проблемаларды сәтті жеңу, бәсекелестіктің күшеюіне байланысты шығындарды азайту, операциялық икемділік пен коммуникацияға қол жеткізу болып табылады.

*Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:*

1. *Казакстан Республикасының Президенті - Елбасы Н.Ә. Назарбаевтың «Казакстан-2050» Стратегиясы қалыптасқан мемлекеттің жаңа саяси бағыты » атты Қазақстан халқына Жолдауы. – Астана, 2012 жыл, 14 желтоқсан.*
2. *Mintzberg, Henry. «Organization Design: Fashion or Fit»: Harvard Business Review 59, no. 1 (January - February), 2007. – 102 p.*
3. *Porter M. Competitive Strategy: Techniques for analyzing Industries and Competitors. – New York: The Free Press, 2005. – 76 p.*



4. Айбын. Энциклопедия. / Бас редакторы Б.О.Жакып. – Алматы: Қазақ энциклопедиясы, 2011. ISBN 9965-893-73-Х

5. Касенов К.Р. Анализ хозяйственной деятельности: учебное пособие. – Алматы: Экономика, 2007. – 368 с

МРНТИ 67.401

С.Б. Батырхан<sup>1</sup>, А.Т. Исаева<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті, Алматы қ., Қазақстан

## ҚАЗАҚСТАН ЖӘНЕ ШЕТ МЕМЛЕКЕТТЕРДІҢ МЕМЛЕКЕТТІК ҚЫЗМЕТШІЛЕРДІ ҢЫТАЛАНДЫРУ ЖҮЙЕСІ

### Аңдатпа

Зерттеудің өзектілігі қазіргі жағдайда адами ресурстардың өсуі мен еңбекке деген ынтаның басым проблема болып табылатындығына байланысты. Адамның мүмкіндіктері мен білімі үлкен болғандықтан, бұл мүмкіндіктердің ұйымдық мақсаттарға жету және даму функциясындағы сындарлы өзгеруін ынталандыру және ынталандыру ретінде назарда болмайды.

Қызметкерлердің еңбегін ынталандырудың шетелдік тәжірибесін зерттеу өзекті болып табылады, өйткені ерекше, стандартты емес шетелдік мотивациялық әдістер бар қызметкерлерді ынталандырып қана қоймайды, сонымен қатар белгілі бір резонанс тудырады, нарықта жағымды қауесеттер толқынын "бастайды". Сондай-ақ, бұл кез-келген басқару қызметін мақсатты қондырғыларсыз және ол жүзеге асырылатын жағдайларды түсінбестен жүзеге асыруға болмайтындығына байланысты. Кірістер, оның қызметі және дамуы толығымен қызметкерлердің өз міндеттерін қаншалықты кәсіби түрде орындайтынына байланысты және бұл қызметкерлердің мотивациясына тікелей байланысты.

Біздің еліміздің экономикасын дамытудың қазіргі кезеңінде іс жүзінде әрбір кәсіпорынның алдында экономикалық қызметтің тиімділігін арттыруды қамтамасыз ету, нарықтағы бәсекеге қабілеттілікті күшейту бірінші кезектегі міндеттер тұр.

*Түйін сөздер:* мотивация, персоналды ынталандыру, мотивация моделі, еңбекті ынталандыру механизмі, еңбекті ынталандыру, еңбекке ақы төлеу жүйесі.

Батырхан С.Б.<sup>1</sup>, Исаева А.Т.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Қазақстан Республикасының педагогикалық университеті  
г. Алматы, Қазақстан

## СИСТЕМА СТИМУЛИРОВАНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ СЛУЖАЩИХ КАЗАХСТАНА И ИНОСТРАННЫХ ГОСУДАРСТВ

### Аннотация

Актуальность исследования обусловлена тем, что в современных условиях преобладающей проблемой является рост человеческих ресурсов и мотивации к труду. Поскольку возможности и знания человека велики, он не находится в центре внимания как стимул и стимул для конструктивного изменения этих возможностей в функции достижения организационных целей и развития.

Изучение зарубежного опыта стимулирования труда сотрудников является актуальным, так как специфические, нестандартные зарубежные мотивационные методы не только стимулируют

существующих сотрудников, но и вызывают определенный резонанс, "запуская" на рынке волну позитивных слухов. Это также связано с тем, что любая управленческая деятельность не может осуществляться без целевых установок и понимания условий, в которых она осуществляется. Доходы, его деятельность и развитие полностью зависят от того, насколько профессионально сотрудники выполняют свои обязанности, и это напрямую зависит от мотивации сотрудников.

На современном этапе развития экономики нашей страны перед практически каждым предприятием стоят первоочередные задачи по обеспечению повышения эффективности экономической деятельности, усилению конкурентоспособности на рынке.

*Ключевые слова:* мотивация, мотивация персонала, модель мотивации, механизм мотивации труда, мотивация труда, система оплаты труда.

*Batyrkhan S.B.<sup>1</sup>, Issaeva A.T.<sup>1</sup>*

*<sup>1</sup>Kazakh National Pedagogical University named after Abai, Almaty, Kazakhstan*

## **INCENTIVE SYSTEM FOR CIVIL SERVANTS OF KAZAKHSTAN AND FOREIGN COUNTRIES**

### *Abstract*

The relevance of the study is due to the fact that in modern conditions the predominant problem is the growth of human resources and motivation to work. Since a person's capabilities and knowledge are great, he is not in the spotlight as an incentive and incentive for constructive change of these capabilities in the function of achieving organizational goals and development.

The study of foreign experience in stimulating the work of employees is relevant, since specific, non-standard foreign motivational methods not only stimulate existing employees, but also cause a certain resonance, "launching" a wave of positive rumors on the market. This is also due to the fact that any management activity cannot be carried out without targets and an understanding of the conditions in which it is carried out. Income, its activities and development completely depend on how professionally employees perform their duties, and this directly depends on the motivation of employees.

At the present stage of the development of the economy of our country, almost every enterprise has priority tasks to ensure an increase in the efficiency of economic activity, strengthening competitiveness in the market. In modern enterprise management, personnel is the main driving force of its effective functioning and development.

*Keywords:* motivation, staff motivation, motivation model, labor motivation mechanism, labor motivation, labor remuneration system.

Батыс Еуропа елдеріндегі персоналды ынталандыру жүйесін зерттеу оның икемді салық жүйесін, жаңа өнімді құруға, игеруге және шығаруға ынталандыруды, қызметкерлердің біліктілігін арттыруды және т.б. қоса алғанда, экономикалық құралдардың алуан түрлілігімен ерекшеленетінін анықтады. Сондай-ақ, қызметкердің нақты еңбегін бағалау негізінде жалақыны даралау үрдісі байқалады. Даралау механизмі оны жалдау шарттарын саралауды да, тікелей еңбек процесінде еңбекті бағалауды да қамтиды. Дамыған елдердің көпшілігінде персоналдың мотивациялық модельдерінің өзіндік ерекшеліктері бар, олар өз нарығының жағдайына бағытталған, ұлттық ерекшеліктер мен халықтың менталитетінің ерекшеліктерін ескереді.

Еңбек мотивациясының неміс моделі нарықтық экономика мен әлеуметтік қамсыздандырудың ерекшеліктерін біріктіреді және әділеттілік принциптеріне негізделген. Қызметкерлердің тарифтік мөлшерлемелері және қызметшілердің лауазымдық жалақылары ең аз кепілдендірілген сыйақы ретінде қаралады. Еңбек өнімділігінің өсуі мен жеке жетістіктері үшін бонустар төленеді. Германияның көптеген кәсіпорындары мемлекеттік әлеуметтік қорғау жүйесін толықтыра-

тын жалдамалы жұмысшыларға арналған үлкен әлеуметтік бағдарламаларды жүзеге асырады. Зейнетақымен қамсыздандыру бойынша жарналарды жұмыс беруші мен қызметкер тепе-тең негізде төлейді. Медициналық сақтандырудан басқа ірі фирмалар өз қызметкерлеріне кітапхана-ларды пайдалануға, әртүрлі мәдени бағдарламаларға қатысуға, қызығушылық курстарында оқуға, спортпен шұғылдануға мүмкіндік береді [1].

Француздық мотивация моделінің ерекшелігі-нарықтық механизмге стратегиялық жоспарлауды енгізу. Жалақы саясатында екі тенденция бар: баға деңгейіне және өмір сүру құнына байланысты жалақыны индекстеу және оны даралау. Еңбекке ақы төлеуді даралау қағидаты негізінен басқарушы персонал үшін қолданылады және кәсіби біліктілік деңгейін, орындалатын жұмыстың сапасын, енгізілген рационализаторлық ұсыныстардың санын, қызметкердің ұтқырлық деңгейін есепке алу арқылы жүзеге асырылады. Жалақыны дараландырудың нысандары пайдаға қатысу, қызметкерлерге кәсіпорын акцияларын сату, сыйлықақы төлеу болуы мүмкін. Көптеген француз кәсіпорындарында алты критерий бойынша қызметкердің баллдық бағасы (0-ден 120 баллға дейін) қолданылады: кәсіби білім, Еңбек өнімділігі, жұмыс сапасы, қауіпсіздік ережелерін сақтау, өндіріс этикасы, бастамашылық.

Еңбекті ынталандырудың шведтік моделі ортақ жалақы қағидаттарына негізделген: бір саланың барлық кәсіпорындарында ұқсас жұмыс үшін бірдей төлемдер және ең төменгі және ең жоғары жалақы арасындағы алшақтықты азайту. Ол ұлттық кірісті халықтың аз қамтылған топтарының пайдасына қайта бөлу арқылы мүлктік теңсіздікті және қоғамның экономикалық стратификациясын азайтуға бағытталған. Мұндай саясат экономиканы құрылымдық қайта құруға, пайдасыз кәсіпорындарды қысқартуға немесе жоюға әкеледі.

Персоналды ынталандырудың поляк моделі халықтың табысын шектей отырып және аз қамтылған топтарға әлеуметтік көмек көрсете отырып, өндіріс тиімділігін арттыруды көздейді. Мұндай модельдің пайда болуы экономикадағы дағдарыстық құбылыстарды жеңу қажеттілігінен және ел халқының болашақ экономикалық және әлеуметтік жетістіктер үшін белгілі бір құрбандықтарға баруға дайындығынан туындайды. Модельдің кемшілігі-адамдардың болашақта емес, бүгін белгілі бір материалдық игіліктерге ие болуға деген ұмтылысынан туындаған "ақыл-ойдың кетуі".

Американдық мотивация жүйесі халықтың экономикалық белсенді бөлігінің кәсіпкерлік белсенділігін барынша арттыруға бағытталған. Бұл азаматтардың жеке әл-ауқатына және жалпы елдің экономикалық өркендеуіне деген ұмтылысына негізделген. Еңбек тарифтік мөлшерлемесінің шамасын айқындау үшін жұмыс берушіге қажетті кәсіптер тізбесі және қызметкерлердің біліктілігінің нақты белгіленген деңгейі негіз болып табылады [2].

Персоналды сәтті ынталандырудың мысалы американдық McDonald's компаниясы болып табылады. Бұл желінің мейрамханалары бір бизнес-модель бойынша жұмыс істейді, ал жұмысты қарапайым және тиімді ұйымдастыру жас және тәжірибесіз қызметкерлерге ұжымда өз орнын тез табуға мүмкіндік береді.

Apple компаниясы сонымен қатар өз адамдарын өзінің ең құнды активі деп санайды. 2019 жылы бұл корпорацияның қызметкерлерінің саны 132 мың адамды құрады. Apple-де жұмыс істеудің бірқатар басқа артықшылықтары бар: қайырымдылық пен үздіксіз білім беруді қолдайтын бағдарламалар, сондай-ақ Apple өнімдеріне корпоративтік қызметкерлерге жеңілдіктер.

Toyota Motor компаниясы өмірлік жұмыспен қамту және кооперативтік өндірістік қарым-қатынас жағдайында Жапониядағы отандық зауытта жеке өндірістік жұмысшылар кадрларын әзірледі. «Тойота» компаниясының адам ресурстарын басқарудың негізгі сипаттамасы еңбек өтілі бойынша еңбекақы төлеу жүйесі болып табылады. Еңбек өтіліне байланысты жалақы өскен сайын кәсіпорында өндіріс жұмысшыларының біліктілік деңгейі біртіндеп көтеріледі. Жапондық Toyota зауытының кадрлық әлеуеті өндіріс жұмысшыларының біліктілігін арттыруға ықпал еткен ішкі еңбек нарығын дамытуға негізделген. Өнімділікке негізделген жалақы жүйесі өндірістік жұмысшыларды жұмыс орнында қауіпсіздікті қамтамасыз ететін дәстүрлі еңбек

өтіліне негізделген еңбекақы жүйесімен үйлестіре отырып, олардың біліктілігін арттыруға ынталандырады. Өндірістегі жұмысшылардың көпшілігі өнімділігін арттыру үшін көп функциялы жұмыстарды орындайды.

Microsoft-тың дүние жүзінде 110 000-нан астам қызметкері бар. Компанияның негізгі құндылықтары - инновациялар, тең мүмкіндіктер, әлеуметтік жауапкершілік, жасанды интеллект, қауіпсіз ақпараттық жүйелер. Майкрософт өз қызметкерлеріне ұзақ мерзімді ақылы демалыстардан ерікті медициналық сақтандыру мен фитнес-клуб мүшелігіне дейін әртүрлі қызметтерді ұсынады [3].

Тағы бір мысал, инженерлік және басқарушы персонал үшін икемді жұмыс уақытын қолданатын американдық Tesla компаниясы. Қызметкерлерден нәтиже үшін жұмыс істеу талап етіледі, бұл оларды жұмыс кестесімен белгіленген жұмыс ауысымының аяқталуына дейін нәтижеге жетуге ынталандырады.

Өндірісті басқаруда жұмысшыларды қолдану да қызықты. Бұл әдіс Германияда қолданылады. Оның мәні қызметкерлердің жоғары басшылықпен кездесулерге бірлесіп қатысуы, "жұмысшы-директор" жүйесінің болуы және толығымен жұмысшылардан тұратын өндірістік кеңестер құру болып табылады. Яғни, жоғары басшылықтың өндірістік персоналмен тең қарым-қатынасы бар.

Лауазымға үміткерлерді іріктеу кезінде тестілеу жүргізіледі, оған сәйкес олардың жаңа кәсіпті игеру немесе біліктілігін арттыру қабілеті бағаланады. Американдық кәсіпорындар өз жұмысшыларын ынталандыру үшін бір сағаттық және сағаттық жалақыны, сыйлықақыны, біліктілікті арттыру үшін қосымша ақыны, жұмыс өтілін және сол сияқтыларды пайдаланады. Компаниялардың шамамен 61%-ы Pay for-Performance (PFP) жүйесі бойынша ақшалай төлемдерді қолданады. Оны пайдаланғаны үшін қызметкердің сыйақысы жеке және топтық нәтижелерге байланысты. PFP қолданатын компанияларда еңбек өнімділігі 5%-дан 49%-ға дейін артады, ал қызметкерлердің кірісі 3%-дан 29%-ға дейін артады, яғни қызметкерлер жоғары табыс алу үшін тиімдірек жұмыс істейді. Кәсіпорынды білікті кадрлармен қамтамасыз ету үшін әкімшілік қызметкерлерге бірнеше жыл бойы кәсіби жетілдірудің әртүрлі бағыттарын ұсынады. Дәл сол себепті корпорациялар мен компаниялар мотивацияның осы түрін пайдаланады, мысалы, акционерлік капиталға қатысу, кем дегенде бір жыл жұмыс істеген қызметкерлерге пайдадан сараланған сыйақы және т.б.

Жалпы, американдық модель өте тиімді болып саналады және ауылдан тыс жерлерде кеңінен енгізіледі. Алайда, бұл көбінесе қызметкерлердің компанияның ұзақ мерзімді мүдделері үшін жұмыс істеуге деген қызығушылығымен теңестіріледі [4].

Жапония мен Қытайдың Басқару модельдері дәстүрлі ұлттық ерекшеліктермен басқарудың батыстық тәжірибесін сәтті синтездеуімен ерекшеленеді.

Қызметкерлерді ынталандырудың жапондық моделі ұжымшылдыққа негізделген және корпорацияның идеологиялық бірлігін қамтамасыз етуге деген ұмтылысымен ерекшеленеді. Компания "бір отбасы" деп саналады және оның барлық қызметкерлері ұжымның ортақ игілігі үшін жанқиярлықпен жұмыс істеуі керек. Жапондық компанияларда әр фирма өз қызметкерлеріне ұсынатын әлеуметтік сипаттағы төлемдер мен қызметтер жиынтығы бар. Бұл жұмыстан шығу жәрдемақылары мен зейнетақылар, медициналық қызметтер, жеке сақтандыру, өндірістік жаракат алған жағдайда қамтамасыз ету, фирма жұмысшыларының отбасы мүшелерінің білім алуына жәрдемдесу және т.б. Компания қызметкерлерінің жалақысы олардың нақты жұмыс нәтижелері мен еңбек өтіліне, менеджерлердің жалақысы кәсіпорынның жұмыс нәтижелеріне байланысты ("өзгермелі жалақы" деп аталады). Жапониядағы еңбек мотивациясының негізгі компоненттері-өмір бойы жалдау жүйесі, қызметкерлердің бейресми тұлғааралық қатынастары, жұмыстағы ұжымшылдық, кадрлардың ауысуы, корпоративтік философия, еңбек моралы. Барлық компоненттер кешенде жұмыс істейді, бұл қызметкерлердің жалпы еңбек белсенділігін арттырады.

Жапониядан айырмашылығы, қытайлық кәсіпкерліктің корпоративтік ұйымының өзегі отбасылық бизнес болып табылады. Қытайлық ірі корпорациядағы жоғары лауазымды қызметкерлерден гөрі өзінің шағын бизнесінің қожайыны болуды жөн көреді. Бұл тәсіл еңбекті ынталандыру жүйесінің қалыптасуына әсер етеді, онда материалдық емес ынталандыру негізгі ынталандыруға айналады.

Қытайлық компаниялардағы негізгі жалақының мөлшері білім деңгейіне, жұмысшының жұмыс тәжірибесіне немесе жай ғана қызметкерлермен келісімшартқа байланысты. Жұмыстың сапалы нәтижелері үшін бонустар есептеледі, олардың сомасы кәсіпорынның ағымдағы жылғы пайдасымен анықталады. Медициналық сақтандыру, көлік және телекоммуникация шығындары (телефон, ұялы телефон, Интернет), жеке пәтер сатып алуға ақшалай көмек, білім алу немесе біліктілікті арттыру Қытайдың алдыңғы қатарлы компанияларында әдеттегі өтемақы болып табылады. Жұмысшылар үшін өтемақы түрінде алынған қаражат үшін салық төлеудің қажеті жоқ. Қытайда бизнес құрудың ерекшеліктері туралы айта отырып, А.Б. Оришев мұны Қытай менталитетінің ерекшеліктерімен, атап айтқанда, жұмыссыздықпен байланыстырады. "Қытайлықтардың еңбекқорлығы жұмыс күнін құрудың осындай ерекшелігінде де көрінеді, олар Еуропада әдеттегідей кейінірек кешіктірмей жұмысты бірден аяқтағанды жөн көреді" [5].

Дамыған шет елдер кәсіпорындарының персоналын отандық кәсіпорындармен ынталандыру тетіктерін салыстыру оның Қазақстанда тиімділігі төмен екенін көрсетті. Қазақстандық менеджерлер негізінен еңбек нәтижелілігіне бағдарланады. Еңбек саласындағы дәстүрлі құндылық бағдарларының, оның беделінің жоғалуы көптеген адамдардың адал еңбек арқылы пайда табудың нақты мүмкіндіктерін көрмеуіне және әдетте бейресми және заңсыз әл-ауқаттың басқа жолдарын таңдауына әкеледі. Шетелдік тәжірибе біздің еліміздің кәсіпорындарында персоналды ынталандырудың өзіндік тәсілдері мен құралдарын әзірлеу үшін белгілі бір негіз бола алады.

Сондай-ақ, әлемдік тәжірибеде стандартты емес мотивацияның келесі құралдары бар екенін ескеріңіз:

- қызметкер мен оның отбасы үшін жылына бір рет демалыс орнына тегін рейстер;
- сұлулық салондарының қызметтері (спа-салондар, Ботокс инъекциялары және т. б.);
- жеке балабақша (кеңсенің жанында);
- үйден Интернетке корпоративті қол жетімділік;
- беделді МВА бағдарламалары бойынша компания есебінен қызметкерді оқыту және т. б..

Қазақстан Республикасында тәуелсіздік алған сәттен бастап елімізді басқару құрылымын оңтайландыру және жақсарту саласында көптеген реформалар жүргізілуде. Мұндай реформалардың негізгі идеясы жоғары тиімді кәсіби үкімет құру болып табылады.

Мемлекеттік қызметшілерге қатысты мемлекеттік саясаттың тұжырымдамалық негіздері ұлттық нормативтік құқықтық актілер негізделген мемлекеттік қызметшілерді ынталандыру деңгейін арттыру мәселелерін шешудің заманауи тәсілдерін көрсетеді.

Мемлекеттік қызмет нақты мемлекеттік органда айқындалған мемлекеттік лауазым бойынша міндеттер мен өкілеттіктерді орындау арқылы азаматтардың мемлекеттің мақсаттары мен функцияларын жүзеге асыруға практикалық және кәсіби қатысуын білдіреді.

Мемлекеттік қызметшілердің еңбегін ынталандыру негіздері Жалпы сипаттағы нормативтік құқықтық актілерде де, арнайы ведомствоішілік актілерде де көрсетіледі. Осыған байланысты осы жұмыста мемлекеттік қызметшілердің еңбек уәждемесін талдауды Қазақстан Республикасының нормативтік құқықтық құжаттарында көзделген мемлекеттік қызметті ұйымдастырудың уәждемелік тетігінің факторларын талдау арқылы жүргіземіз.

Мұндай факторлар, әдетте: жалақы, әлеуметтік қорғау, моральдық ынталандыру, ұйымдағы жеңілдіктер жүйесі, мемлекеттік қызметтегі еңбектің тартымдылығын арттыратын іс-шаралар жүйесі, әкімшілік және психологиялық кедергілерді жою, біліктілікті арттыру, Еңбек міндеттерін жүзеге асыруға қолайлы жағдайлар жасау және т.б.

Қазақстан Республикасының мемлекеттік қызметшілерін ынталандыру саласындағы мемлекеттік саясаттың қалыптасу және даму кезеңдерін автор ел тәуелсіздігі кезеңінен бастап қарайды.

Мемлекеттік қызметшілердің еңбек уәждемесін талдауды шартты түрде үш кезеңге бөлуге болады:

I кезең – 1991-1996 жылдар-Мемлекеттік қызметтің қалыптасуы және тиісінше мемлекеттік қызметшілерді ынталандыру тетігінің негіздерін қалыптастыру кезеңі;

II кезең – 1997-2011 жылдар-Мемлекеттік қызмет жүйесіндегі мотивациялық тетікті жетілдіру кезеңі;

III кезең – 2011-2022 жылдар – Мемлекеттік қызметтің жаңа моделін қалыптастыру кезеңі.

Бірінші кезең – 1991 жылдан 1996 жылға дейін-мемлекеттік қызметтің қалыптасуы және, тиісінше, қарастырылып отырған жұмысшылар санаты үшін мотивация тетігінің негіздерін қалыптастыру кезеңі.

Қазақстан Республикасында алғаш рет 1996 жылы Үкімет жанынан мемлекеттік қызметті реформалау жөніндегі Комиссия құрылды, оның негізгі міндеті "Қазақстан Республикасында қоғамның, мемлекеттің мүдделеріне және қазіргі заманғы халықаралық стандарттарға жауап беретін мемлекеттік басқарудың тиімді жүйесінің қалыптасуына жан-жақты ықпал ету" болды [6]. Мемлекет басшысының "мемлекеттік қызмет туралы" Жарлығының қабылдануымен Тәуелсіз Қазақстан посткеңестік кеңістікте бірінші болып қазақстандық мемлекеттік қызметті институционализациялау негіздерін, тиісінше мемлекеттік қызметшілерді уәждеу тетігінің бастапқы негіздерін қалады.

Осылайша, Жарлыққа сәйкес Мемлекеттік қызмет "азаматтардың конституциялық негізде жүзеге асырылатын және мемлекеттік басқаруды жүзеге асыруға, мемлекеттердің өзге де міндеттері мен функцияларын іске асыруға бағытталған мемлекеттік органдар мен олардың аппараттарындағы кәсіби қызметі" деп түсінілді. [7] Сондай-ақ, құқықтық жағдай, әлеуметтік қорғау айқындалды, мемлекеттік қызметшілерді негізсіз жұмыстан босатудан қорғау жөніндегі шаралар көзделген. Осы кезеңде ынталандыру шаралары енгізілді:

- екі лауазымдық айлық мөлшерінде сауықтыруға арналған жәрдемақы;
- Мемлекеттік орган таратылған жағдайда мемлекеттік органда белгілі бір жұмыс өтілі болған кезде төрт орташа айлық жалақы мөлшерінде жұмыстан шығу жәрдемақысын төлеу;
- мемлекеттік қызметші қайтыс болған жағдайда үш айлық лауазымдық айлық мөлшерінде жәрдемақы төлеу;
- мемлекеттік қызметшілерге және оның отбасы мүшелеріне медициналық қызмет көрсету;
- тегін мемлекеттік сақтандыру.

Екінші кезең – 1997 жылдан 2011 жылға дейін-мемлекеттік қызмет жүйесіндегі мотивациялық тетікті жетілдіру кезеңі. Ел Президентінің 1997 жылғы Қазақстан халқына Жолдауы қазақстандық мемлекеттік қызметті дамытудың негізгі қозғаушысы болды. Басқарудың тиімді құрылымын құруға, демек, мемлекеттің басым мақсаттарына қол жеткізуге қабілетті кәсіби үкіметті құру басымдығына ерекше назар аударылды. [8]

Мемлекеттік қызметшілер үшін 1997 жылғы сәуірде "тұрғын үй қатынастары туралы" Қазақстан Республикасының жаңа Заңын [9] және Қазақстан Республикасында тұрғын үй құрылысын дамытудың президенттік бағдарламасын [10] қабылдай отырып, өздерінің тұрғын үй мәселелерін шешу мүмкіндігі зор ынталандырушы элемент болды.

Келесі кезең – 2011 жылдан 2022 жылға дейін-басталуы Қазақстан Республикасы мемлекеттік қызметінің жаңа моделінің тұжырымдамасын қабылдаумен байланысты Мемлекеттік қызметтің жаңа моделін қалыптастыру кезеңі [11].

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі

1. Валова О.С., Софьина В.Н., Галченко С. Международный опыт мотивации персонала // Современное образование: содержание, технологии, качество. – 2019. Т. 1. – С. 605-607.
2. Ильченко С.В. Актуальные аспекты организации деловой оценки персонала // Вестник экспериментального образования. – 2019. № 3 (20). – С. 30-37.
3. Кауфман Н.Ю. Система мотивации труда в сфере предпринимательской деятельности // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2017. № 2-1. – С. 79-82.
4. Николаева И.И. Зарубежный опыт мотивации персонала // Human progress. 2018. Том 4.
5. Оришев А.Б. Бизнес и менталитет: строим эффективные коммуникации в Китае // Маркетинговые коммуникации. – 2018. № 4. – С. 242-250.
6. Қазақстан Республикасы Үкіметінің Қаулысы. Қазақстан Республикасының Үкіметі жанындағы Мемлекеттік қызметтерді реформалау жөніндегі комиссия туралы: бекіту. 1996 жылғы 3 маусымда №686. [Электрон.ресурс]. – 2022. – URL: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/P960000686> (дата обращения: 10.11.2022).
7. Қазақстан Республикасы Президентінің Заң күші бар жарлығы. Мемлекеттік қызмет туралы: утв. 1995 жылғы 26 желтоқсан №2730. [Электрон.ресурс]. – 2022. – URL: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/P960000686> (дата обращения: 10.11.2022).
8. Қазақстан Республикасының Президенті Н.Ә. Назарбаевтың 1997 жылғы 16 қазандағы "Қазақстан-2030 Барлық қазақстандықтардың өркендеуі, қауіпсіздігі және әл-ауқатын жақсарту" атты Қазақстан халқына Жолдауы [Электрон.ресурс]. – 2022. – URL: [http://www.akorda.kz/ru/addresses/addresses\\_of\\_president/poslanie-prezidenta-respubliki-kazahstan-na-nazarbaeva-narodu-kazahstana-oktyabr-1997-g](http://www.akorda.kz/ru/addresses/addresses_of_president/poslanie-prezidenta-respubliki-kazahstan-na-nazarbaeva-narodu-kazahstana-oktyabr-1997-g). (дата обращения: 10.11.2022).
9. Қазақстан Республикасының Заңы. Тұрғын үй қатынастары туралы: 1997 жылы 16 Сәуірде №94 қабылданды [Электрон.ресурс]. – 2022. – URL: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/Z970000094> (дата обращения: 10.11.2022).
10. Қазақстан Республикасы Президентінің Жарлығы. Қазақстан Республикасында тұрғын үй құрылысын дамытудың 2005-2007 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасы туралы: бекіту. 2004 жылғы 11 маусым, №1388 [Электрон.ресурс]. – 2022. – URL: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/U040001388> (дата обращения: 10.11.2022).
11. Қазақстан Республикасы Президентінің Жарлығы. Қазақстан Республикасы мемлекеттік қызметінің жаңа моделінің тұжырымдамасы туралы: бекіту. 2011 жылғы 21 шілде, №119 [Электрон.ресурс]. – 2022. – URL: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/U1100000119> (дата обращения: 10.11.2022).

МРНТИ 06.36.34

С.А. Файзуллина<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті, Алматы қ., Қазақстан

## САЛЫҚТЫҚ ЕСЕП САЯСАТЫ – САЛЫҚТЫҚ ЖОСПАРЛАУ ҚҰРАЛЫ

*Аңдатпа*

Мақалада ҚЕХС және Қазақстан Республикасының «Бухгалтерлік есеп пен қаржылық есептілік туралы» заңнамасының талаптарына сәйкес әзірленген жаңа салықтық есепке алу саясатының негізгі әдәстемесі туралы баяндалды. Салық төлеуші дербес және жиынтық салықтық есепке алуды жүргізуге жауапты бірлескен қызмет туралы шартқа қатысушылардың уәкілетті өкілі арқылы салықтық есепке алуды ұйымдастырады және салық тіркелімдері түріндегі ақпаратты жинақтап қорыту мен жүйелеу нысандарын айқындайды.

Салықтық есепке алуды жүргізу тәртібі салықтық есепке алу саясатымен – салық кодексінің талаптарын ескере отырып, салық төлеуші дербес бекіткен құжатпен белгіленеді.

Салық төлеушінің әзірлеген салық тіркелімдерінің нысандары мен оларды жасау тәртібі, салықтық есепке алу саясатын өзгерту және толықтыруды салық төлеушінің қандай тәсілдерді қолдану мүмкіншіліктері қарастырылды.

*Түйін сөздер:* Салық Кодексі, ҚЕХС, хеджерлеу, корпоративті табыс салығы, счет – фактура, қосылған құн салығы.

Файзуллина С.А. <sup>1</sup>

<sup>1</sup>Казахский национальный педагогический университет имени Абая,  
г. Алматы, Казахстан

## НАЛОГОВАЯ УЧЕТНАЯ ПОЛИТИКА-ИНСТРУМЕНТ НАЛОГОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ

*Аннотация*

В статье рассмотрены об основных принципах новой налоговой учетной политики, разработанной в соответствии с требованиями МСФО и законодательства Республики Казахстан «О Бухгалтерском учете и финансовой отчетности».

Налогоплательщик самостоятельно и через уполномоченного представителя участников договора о совместной деятельности, ответственного за ведение сводного налогового учета, организует налоговый учет и определяет формы обобщения и систематизации информации в виде налоговых регистров. Порядок ведения налогового учета и отчетности устанавливается налоговой учетной политикой налогового учета – документом, утвержденным налогоплательщиком самостоятельно с учетом требований Налогового кодекса РК. Рассмотрены формы и порядок составления налоговых регистров, разработанных налогоплательщиком, какие подходы могут быть использованы налогоплательщиком для изменения и дополнения налоговой учетной политики.

*Ключевые слова:* Налоговый кодекс, МСФО, хеджирование, корпоративный подоходный налог, счет - фактура, налог на добавленную стоимость.



Faizullina S.A.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Kazakh National Pedagogical University named after Abai, Almaty, Kazakhstan

## TAX ACCOUNTING POLICY-A TAX PLANNING TOOL

### Abstract

The article discusses the basic principles of the new tax accounting policy developed in accordance with the requirements of IFRS and the legislation of the Republic of Kazakhstan «On Accounting and Financial Reporting».

The taxpayer independently and through the authorized representative of the parties to the Joint Activity Agreement responsible for maintaining consolidated tax records, organizes tax accounting and determines the forms of generalization and systematization of information in the form of tax registers. The procedure for tax accounting is established by the tax accounting policy – a document approved by the taxpayer independently, taking into account the requirements of the Tax Code. The forms and procedure for compiling tax registers developed by the taxpayer are considered, which approaches can be used by the taxpayer to change and supplement the tax accounting policy.

*Keywords:* Tax Code, IFRS, hedging, corporate income tax, invoice, value added tax

Салықтық есепке алу саясаты - Салық кодексінің талаптарын сақтай отырып, салықтық есепке алуды жүргізу тәртібін белгілейтін салық төлеуші қабылдаған құжат. Салық кодексіне сәйкес салық төлеуші салық есебін ұйымдастыруға және жүргізуге міндетті.

Салық төлеуші-салық және бюджетке төленетін басқа да міндетті төлемдерді төлеуші болып табылатын тұлға. Салықтық есепке алу-салық салу объектілері немесе салық салуға байланысты объектілер туралы ақпаратты қорыту және жүйелеу, сондай-ақ салықтарды және бюджетке төленетін басқа да міндетті төлемдерді есептеу және салықтық есептілікті жасау мақсатында есепке алу құжаттамасын жүргізу процесі. [3,6 б.]. Есеп құжаттамасы салықтық есеп саясатын да қамтиды.

Егер салық салу тәртібі салық кодексімен реттелетін болса, салық саясаты не үшін қажет деген сұрақ туындауы мүмкін. Бұл белгілі бір субъектінің қызметіне ғана тән әдістерді сипаттау үшін қажет.

Егер сіз, мысалы, шаруа қожалығын және жер қойнауын пайдаланушының компаниясын салыстыратын болсаңыз, онда сіз айтарлықтай айырмашылықты көре аласыз: мүлдем басқа экономикалық процестер (кейбіреулері пайдалы қазбаларды өндірумен айналысады, ал басқалары ауылшаруашылық өнімдерін өндіру үшін ауылшаруашылық жерлерін пайдаланумен, сондай-ақ осы өнімді өңдеумен және сатумен тығыз байланысты).

Олардың әрқайсысының өзіндік салалық ерекшеліктері бар. Субъектілер әр түрлі салық салу режимдерін қолданады, олардың әрқайсысында әр түрлі салық салу объектілері және салық салуға байланысты объектілер бар, біреуінде шаруа қожалықтары үшін арнайы салық режимі және бірыңғай жер салығы, екіншісінде бөлек салық есебі және жер қойнауын пайдаланушылардың арнайы төлемдері мен салықтары бар.

Нәтижесінде-салықтық есепке алудың әртүрлі әдістері, принциптері мен тәсілдері бар.

Осылайша, салықтық есепке алу саясаты әрбір салық төлеушіге қызметтің ерекшелігін ескере отырып, белгілі бір субъектінің қызметіне ғана тән салықтық есепке алу әдістерін көрсету үшін қажет.

Салық төлеуші салықтық есепке алу саясатын дербес әзірлейді және бекітеді. Патент немесе оңайлатылған декларация негізінде арнаулы салық режимін қолданатын салық төлеушілер уәкілетті орган белгілеген нысан бойынша дербес әзірленген салықтық есепке алу саясатын бекітеді.

Уәкілетті орган-салықтардың және бюджетке төленетін басқа да міндетті төлемдердің түсуін қамтамасыз ету саласында басшылықты жүзеге асыратын мемлекеттік орган.

Бірлескен қызмет жөніндегі салықтық есепке алу саясатын бірлескен қызмет туралы шартқа қатысушылар әзірлейді және бекітеді.

Салықтық есеп саясатын жасаудың үш әдісі бар:

1. Кәсіпорын басшысы бухгалтермен немесе кәсіпкермен бірлесіп салықтық есеп саясатын дербес әзірлейді және қабылдайды.

2. Салықтық есеп саясаты аудиторлық және консалтингтік фирмалармен әзірленеді

3. «Учет.kz» порталындағы салықтық есеп саясаты автоқұраушысының көмегімен.

Салықтық есепке алу саясаты жүзеге асырылатын қызмет түрлерінің тізбесі, салықтық есепке алуды жүргізу, салықтар және бюджетке төленетін басқа да міндетті төлемдер бойынша салықтық базаны есептеу әдістері мен тәсілдері, салықтық тіркелімдерді жасау нысандары мен тәртібі көрсетілетін субъектінің ішкі құжатын білдіреді.

Бухгалтерлік есепті жүргізуді және қаржылық есептілікті жасауды жүзеге асырмайтын жеке кәсіпкерлердің салықтық есепке алу саясатын қоспағанда, салықтық есепке алу саясаты ҚЕХС-ке және ҚР «Бухгалтерлік есеп пен қаржылық есептілік туралы» заңнамасының талаптарына сәйкес әзірленген есепке алу саясатына жеке бөлім түрінде енгізілуі мүмкін. [1]

Бухгалтерлік есепті жүргізбейтін жеке кәсіпкерлер үшін салықтық есеп саясаты жеке құжат түрінде жасалуы керек.

Салықтық есепке алу саясатында мынадай ережелер белгіленуге тиіс:

- салық төлеуші дербес әзірлеген салық тіркелімдерінің нысандары мен оларды жасау тәртібі;
- салықтық есепке алу саясатын сақтауға жауапты тұлғалар лауазымдарының атауы;
- осындай есепке алуды жүргізу жөніндегі, бөлек салықтық есепке алуды жүргізу тәртібі;
- жер қойнауын пайдалану жөніндегі операциялар жүзеге асырылған жағдайда бөлек салықтық есепке алуды жүргізу тәртібі;
- корпоративтік табыс салығын есептеу мақсатында шығыстарды шегерімге жатқызудың, сондай-ақ қосылған құн салығын есепке жатқызудың салық төлеуші тандап алған әдістері;
- хеджирленетін операцияларды жүзеге асырған жағдайда хеджирленетін тәуекелдерді айқындау саясаты, хеджирленетін баптар және оларға қатысты пайдаланылатын хеджирлеу құралдары, хеджирлеу тиімділігінің дәрежесін бағалау әдістемесі;
- ислам бағалы қағаздарымен операцияларды жүзеге асырған жағдайда ислам бағалы қағаздары бойынша кірістерді есепке алу саясаты;
- салық кодексінің 271-бабы 2-тармағының ережелерін ескере отырып, әрбір кіші топ, тіркелген активтер тобы бойынша амортизация нормалары; [2]
- осы кодекске сәйкес қосылған құн салығын төлеуші болып табылатын резидент заңды тұлғаның құрылымдық бөлімшелері шот-фактураларды жазып берген жағдайда, осындай құрылымдық бөлімшелерді сәйкестендіру үшін шот-фактураларды нөмірлеуде пайдаланылатын осындай құрылымдық бөлімшелердің әрқайсысының коды;
- шот-фактураларды жазып беру кезінде оларды нөмірлеуде қолданылатын цифрлардың ең көп саны.

Салықтық есепке алу саясатында белгіленген ережелердің күші күнтізбелік жылға қолданылады және салықтық тексеру жүргізілген салық кезеңдері бойынша өзгертуге жатпайды.

ҚҚС төлеуші тандаған ҚҚС есепке жатқызу әдісі ҚҚС есептеу мақсаттары үшін белгіленген салық кезеңіне қолданылады және салықтық тексеру жүргізілген салық кезеңдері бойынша өзгертуге жатпайды.

Бұрын салықтық есепке алу саясатында көрсетілмеген қызмет түрлерін жүзеге асыру кезінде салық төлеуші салықтық есепке алу саясатына тиісті өзгерістер немесе толықтырулар енгізуге тиіс.

Салықтық есеп саясатында негізгі қызмет пен жеке құрам бойынша бұйрықтарды жаңарту бойынша мынадай деректемелер қамтылу қажет:

- Қазақстан Республикасының Мемлекеттік Елтаңбасының немесе эмблеманың, логотиптің, тауар белгісінің бейнесі;
- ұйымның ресми атауы;

- құжат түрінің атауы;
- бұйрықтың күні;
- бұйрықтың тіркеу нөмірі;
- бұйрық шығарылған жер;
- мәтінге тақырып;
- мәтін;
- қолы;
- бұйрықты келісу туралы белгі;
- ұйым мөрінің бедері.

Бұйрықтар күнтізбелік жыл шегінде реттік нөмірмен нөмірленеді. [3]

Негізгі қызмет бойынша, жеке құрам бойынша бұйрықтар тиісті журналдарда жеке тіркеледі. Бұйрықтардың көшірмелері немесе олардың көбейтілген даналары куәландыру күнін көрсете отырып, мөрмен расталады және орындаушы жасайтын және қол қоятын тарату көрсеткішіне сәйкес адресаттарға жіберіледі.

Салықтық есепке алу саясатын өзгертуді және (немесе) толықтыруды салық төлеуші мынадай тәсілдердің бірімен жүзеге асырады:

1. ХҚЕС-ке немесе ҚР «Бухгалтерлік есеп пен қаржылық есептілік туралы» заңнамасының талаптарына сәйкес әзірленген жаңа салықтық есепке алу саясатын немесе оның жаңа бөлімін бекіту;

2. ҚЕХС немесе ҚР «Бухгалтерлік есеп және қаржылық есептілік туралы» заңнамасының талаптарына сәйкес әзірленген қолданыстағы салықтық есепке алу саясатына немесе қолданыстағы есепке алу саясатының бөліміне өзгерістер немесе толықтырулар енгізу. [4]

Салық төлеушінің салықтық есепке алу саясатына өзгерістер және толықтырулар енгізуіне жол берілмейді:

- кешенді және тақырыптық тексерулер жүргізу кезеңінде - тексерілетін салық кезеңінде;
- шағым берудің қалпына келтірілген мерзімін ескере отырып, тексеру нәтижелері туралы хабарламаға шағым беру және оны қарау мерзімі кезеңінде-шағым жасалатын салық кезеңінде;
- салықтық тексеру жүргізілген салық кезеңдері бойынша.

Салық төлеушіде есепке алу құжаттамасының болмауы және (немесе) Қазақстан Республикасының заңнамасында белгіленген есепке алу құжаттамасын жасау және сақтау жөніндегі талаптардың сақталмауы – ескерту жасауға әкеп соғады.

Әкімшілік жаза қолданылғаннан кейін бір жыл ішінде қайталап жасалған іс-әрекеттер 25-75 АЕК айыппұл салуға әкеп соғады (2021 жылы бұл 72 925-218 775 теңге).

Салық төлеушіде есепке алу құжаттамасының болмауы деп бухгалтерлік құжаттаманың және салық нысандарының, салықтық есепке алу саясатының, салық салу объектілерін және салық салуға байланысты объектілерді айқындау үшін, сондай-ақ салық міндеттемесін есептеу үшін негіз болып табылатын өзге де құжаттардың болмауы түсініледі. 2022 жылдан бастап арнайы мобильді қосымшаны пайдалана отырып, арнайы салықтық режимді пайдаланатындар салықтық есеп саясаты қолданылуы мүмкін деп қосылды. Өзгерістер арнайы мобильді қосымшаны қолдана отырып, жаңа салық режимін енгізуге байланысты болады.

#### *Пайдаланылған әдебиеттер тізімі*

1. ҚР «Бухгалтерлік есеп және қаржылық есеп беру» туралы, 2007 жылғы 27 ақпандағы № 234- Заңы (2022.06.07 берілген өзгерістер мен толықтырулармен) [Электрон.ресурс]. – 2022. – URL: <https://adilet.zan.kz> (дата обращения: 10.11.2022).

2. «Салық және бюджетке төленетін басқа да міндетті төлемдер туралы» 2017 жылғы 25 желтоқсандағы № 120-VI ҚР Кодексі (24.06.2022 ж. жағдай бойынша өзгерістермен және толықтырулармен) [Электрон.ресурс]. – 2022. – URL: <https://adilet.zan.kz> (дата обращения: 10.11.2022).

3. Габдуллин Н.И. «Салықтық есеп саясаты»: Оқу құралы / Н.И. Габдуллин. – Алматы: Нур-Пресс басылымы, 2021. – 110 б.

4. ҚЕХС [Электрон.ресурс]. – 2022. – URL: <https://uchet.kz/> (дата обращения: 10.11.2022).

## **ЖАС ҒАЛЫМДАРДЫҢ МІНБЕСІ ТРИБУНА МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ**

МРНТИ 06.71.45

Асанова А.Ж.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> *Казахский национальный педагогический университет имени Абая,  
г. Алматы, Казахстан*

### **ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН**

#### *Аннотация*

Развитие отрасли торговли в Казахстане соответствует мировым тенденциям. Оно характеризуется вытеснением традиционных форматов торговли современными, доминированием крупных оптовых и розничных сетей, перестройкой системы поставок в сторону вертикальной интеграции, использованием современных технологий продаж, маркетинга и мерчендайзинга, появлением новых форм торговли, таких, как электронная и мобильная коммерция. В Казахстане получили развитие все основные формы и разновидности оптовой и розничной торговли. По мере развития высококонкурентного рынка увеличивается обеспеченность населения современными торговыми площадями. В целом рынок Казахстана в перспективе является привлекательным для развития оптовой торговли – по мере усиления тенденций к концентрации экономической активности, повышения экономической плотности, роста доходов населения, социальных стандартов жизни, реализации градостроительных программ.

*Ключевые слова:* оптовая торговля, развитие, объем реализации, экономический рост, посредники, электронная торговля

А.Ж. Асанова<sup>1</sup>

<sup>1</sup> *Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті,  
Алматы қ., Қазақстан*

### **ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДАҒЫ КӨТЕРМЕ САУДАНЫҢ ДАМУ ТЕНДЕНЦИЯЛАРЫ**

#### *Аңдатпа*

Қазақстандағы сауда саласы әлемдік үрдістерге сәйкес дамып келеді. Ол қазіргі заманғы сауданың дәстүрлі форматтарын ығыстырумен, ірі көтерме және бөлшек сауда желілерінің үстемдігімен, жеткізілім жүйесін тік интеграцияға қарай қайта құрумен, заманауи сату, маркетинг және сауда технологияларын қолданумен, электрондық және мобильді коммерция сияқты сауданың жаңа түрлерінің пайда болуымен сипатталады. Қазақстанда көтерме және бөлшек сауданың барлық негізгі нысандары мен түрлері дамып отыр. Бәсекеге қабілетті нарық дамыған сайын халықтың қазіргі заманғы сауда алаңдарымен қамтамасыз етілуі артып келеді. Тұтастай алғанда, экономикалық белсенділіктің шоғырлану үрдістерінің күшеюіне, экономикалық тығыздықтың артуына, халық табысының өсуіне, өмірдің әлеуметтік стандарттарына, қала құрылысы бағдарламаларын іске асыруға қарай Қазақстан нарығы келешекте көтерме сауданы дамыту үшін тартымды болады.

*Түйін сөздер:* көтерме сауда, даму, сату көлемі, экономикалық өсу, делдалдар, электрондық сауда

Assanova A.Zh<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Kazakh National Pedagogical University named after Abai, Almaty, Kazakhstan

## TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF WHOLESALE TRADE IN THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN

### *Abstract*

The development of the trade industry in Kazakhstan corresponds to global trends. It is characterized by the displacement of traditional trade formats by modern ones, the dominance of large wholesale and retail chains, the restructuring of the supply chain towards vertical integration, the use of modern sales, marketing and merchandising technologies, the emergence of new forms of trade, such as electronic and mobile commerce. All major forms and varieties of wholesale and retail trade have been developed in Kazakhstan. With the development of a highly competitive market, the provision of modern retail space for the population increases. In general, the market of Kazakhstan in the future is attractive for the development of wholesale trade – as the trends towards concentration of economic activity increase, economic density increases, income growth, social standards of living, implementation of urban development programs.

*Keywords:* wholesale trade, development, sales volume, economic growth, intermediaries, e-commerce

Торговля – одна из крупнейших сфер экономической деятельности Республики Казахстан, и ее развитие – одно из условий успешного функционирования экономики. Начиная с 2003 г. доля отрасли в валовом внутреннем продукте республики составляет не менее 11-12%. Доля торговли составляет 16,5% от общей структуры ВВП, и в 2020 году достиг отметки 42,2 трлн тенге [1]. В структуру казахстанской торговли входят такие ее сегменты, как оптовая, розничная, биржевая торговля, интернет-торговля, многоуровневый сетевой маркетинг.

В условиях спада экономики в 2020 году доля внутренней торговли (оптовая+розничная) в ВВП снизилась незначительно, потеряв лишь только полпроцента. При этом доля розницы в ВВП составляет 6%, а доля оптовой - примерно в два раза больше. Сокращению доли торговли в ВВП в наибольшей степени способствовало падение оборота оптовой торговли на 7,4% в постоянных ценах, в сравнении с падением в 4,1% розничного товарооборота. При этом торговля стабильно удерживает второе место среди отраслей экономики по своему вкладу в валовый внутренний продукт страны после промышленности (27,1%) [2].

В 2021 г. в торговле занято 16,9% людей от общей численности экономически активного населения. Товарооборот розничной торговли в 2021 году достиг 13,4 трлн. тенге, демонстрируя рост к аналогичному периоду 2020 года на 15,9% в номинальных значениях. Товарооборот оптовой торговли в 2021 году достиг 28,8 трлн тенге, увеличившись к аналогичному периоду минувшего года на 13,7% в номинальных значениях [1].

Государством на республиканском и местном исполнительном уровне создаются условия для развития данной отрасли путём создания благоприятных условий для ведения бизнеса в стране. Инвесторам предлагаются льготные условия кредитования, таможенные пошлины, налоговые послабления и натурные гранты.

Оптовая торговля в Казахстане выступает самостоятельным, связанным с розничной торговлей звеном. Она обеспечивает потребность в продовольственных и непродовольственных товарах (40% от общего объема занимают непотребительские товары, такие как, ГСМ, зерно, черные металлы, стройматериалы). Наибольшую долю в структуре оптовой торговли республики занимают продукты нефтепереработки – дизельное топливо и автомобильный бензин, а также черные металлы и пшеница, т.е. непродовольственные товары и товары производственно-

технического назначения. В 2021г. объем реализации продовольственных товаров в оптовой торговле составил 5,1 трлн. тенге, или на 11,1% больше, чем в 2018 году.

Оптовая торговля характеризуется следующими особенностями.

1. В оптовой и розничной торговле преобладает доля частных предприятий. А государственные предприятия практически не участвуют в розничной торговле, а в оптовой торговле имеется небольшая доля этих предприятий (0,2%), что связано продажей нефтепродуктов, сельхозсырья, металлов и т.д. (таблица 1).

Таблица 1 – Объем реализации товаров и услуг по размерности предприятий

	Всего, млн.тенге	Государственная		Частная		Иностранная	
		млн. тенге	удель- ный вес, в %	млн. тенге	удель- ный вес, в %	млн. тенге	удель- ный вес, в %
Оптовая торговля	28835 810,8	6334,7	0,2	18482575,5	64,1	10289888	35,7
Розничная торговля	1 708 777,9	-	--	1 544 270,9	90,4	164 506,9	9,6

Примечание - Составлено автором на основе источника [1]

Доля иностранных предприятий преобладает в оптовой торговле (35,7%), по сравнению с розничной торговлей, где их доля составила 9,6% в 2021 году. В целом, малыми предприятиями оказано услуг в 2018г. на сумму 28 003,2 млрд.тенге или 91,1%, средними – 3 722,2 млрд.тенге или 10,8% и крупными предприятиями торговой сферы – 2 814,9 млрд.тенге или 8,1% [1].

2. Более 78% от всего оптового товарооборота формируют малые предприятия и индивидуальные предприниматели. На рисунке 1 представлено распределение розничного товарооборота по размерности предприятия в 2021 году в РК.

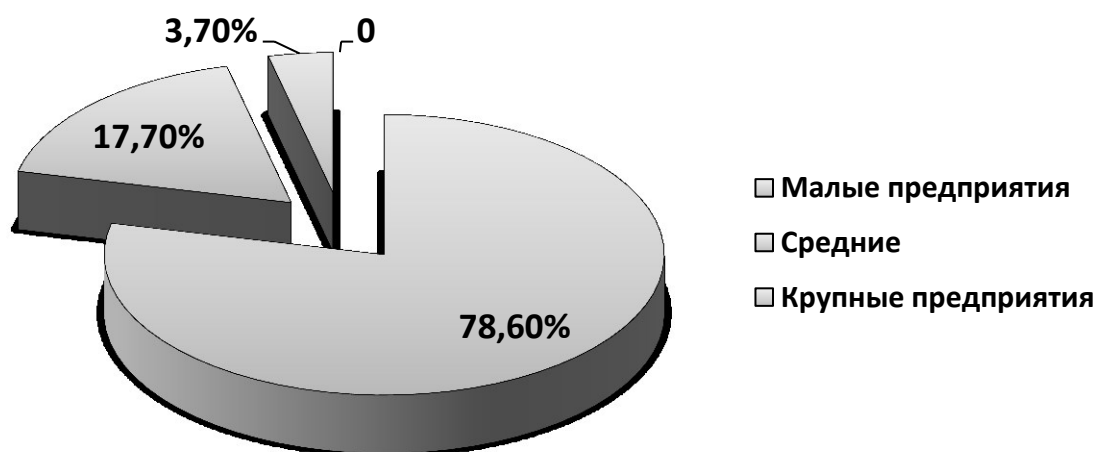


Рисунок 1 – Распределение розничного товарооборота в РК по размерности предприятия

Примечание - Составлено автором на основе источника [1]

Малые предприятия с долей 78,6% в оптовой торговле в 2021 году наторговали на сумму 26,6 трлн тг. А доля средних и крупных предприятий составляет 21,4% с общей суммой

товарооборота в почти 6,2 трлн тг. [1]. Важно отметить, что в рамках развития торговли большое значение имеют именно субъекты МСП.

3. *В республике на протяжении длительного периода наблюдается высокая доля непродовольственных товаров в оптовой торговле.* Если в 2000 – 2010 гг. оптовый рынок состоял в пределах 84% - из непродовольственных товаров, то в 2021 году доля непродовольственных товаров в общем объеме оптовой торговли составила 82,4% (23,8 трлн тг), а продовольственных соответственно, - 17,6% (5,1 трлн тг) [1]. Тенденция роста значимости потребления продуктов питания также прослеживалась и в структуре денежных расходов домохозяйств, где доля продовольствия достигла 54% в прошлом году, что было заметно выше 47% в среднем с 2015 года [1].

4. *Подавляющая доля официально фиксируемой оптовой торговли приходится на города:* 96,8%, или 27,9 трлн тг. В сельской местности объем оптовых продаж составил всего 3,2% - 901,2 млн тенге [1].

Оптовую торговлю осуществляют субъекты МСП, деятельность которых направлена на реализацию товаров, предназначенных для последующей продажи или иных целей, не связанных с личным, семейным, домашним и иным подобным использованием. В то время как целью розничной торговли является обеспечение конечного потребления товаров или услуг.

5. В качестве современных тенденций следует отметить незначительный, но прогресс в *развитии биржевой торговли.* В настоящее время пройден первый и основной этап развития биржевой торговли в Казахстане. Сформирована биржевая инфраструктура, аккредитованы ее участники, определено базовое биржевое законодательство, установлены требования к участникам биржевой торговли. В настоящее время в Казахстане зарегистрировано 19 товарных бирж, 9 из которых торгуют на постоянной, ежемесячной основе, 6 - торгуют периодически. 4 товарные биржи вообще не функционировали и не совершили за 2019-2020 годы ни одной биржевой сделки, а в 2018 году в общей сложности 5 сделок на общую сумму 850 млн тенге. Согласно данным Бюро национальной статистики количество биржевых сделок увеличилось с 1 119 в 2009 году до 48 000 в 2020 году, то есть почти в 50 раз. При этом объем торгов по биржевым товарам трех ведущих товарных бирж (биржи «Астана», ЕТС, «Каспи») за 2020 год составил 291,2 млрд. тенге, то есть почти 30% от всего объема торгов [3].

По итогам 2020 года оборот бирж по совершенным сделкам составил 1 406,5 млрд тенге (количество биржевых сделок составило 47 946). В разрезе биржевых товаров структура биржевых сделок также изменилась. В 2009 году 45 % биржевых сделок приходились на продукты растительного происхождения (пшеница и меслин, ячмень, кукуруза, рис, гречиха, картофель), 35% – на минеральные продукты (моторное топливо, газойли), 7% – на жиры и масла животного или растительного происхождения и т.д. В 2020 году 28,3 % биржевых сделок приходилось на минеральные продукты (в том числе 13,5 % на цемент и 8,3 % на уголь), 16,1 % – на машины, оборудование и механизмы, 12,8 % – на пшеницу, 4,1 % – на транспортные средства, и т.д. [4].

6. *Низкая доля электронной торговли от общего объема оптовой торговли в Казахстане.* Рост электронной торговли, рост онлайн покупок привел к росту использования бесконтактной формы оплаты, заказа товаров через приложения, росту доставки на дом, покупки через социальные сети. Ответом на изменения рыночной ситуации и потребительского поведения стало расширение диджитальных возможностей малого и среднего бизнеса и активное внедрение новых инструментов работы с покупателями. 70% сектора МСП активно используют возможности интернета. Они имеют сайт или аккаунт социальных сетях, где поддерживают связь с потребителями, рекламируют продукции и услуги. 42% предпринимателей продают товары онлайн и через офлайн точки, 18% - только через интернет [4].

В Казахстане за 2020 год проведено 2,9 млрд безналичных транзакций на общую сумму 35,3 триллиона тенге, что в 2,4 раза больше, чем в предыдущем году. Основная часть (81,4%) этих

безналичных операций проведена онлайн. На 1 января 2021 года в РК насчитывалось 48 млн платежных карт, это почти на 50% больше, чем в тот же период 2020 года [42]. На общем фоне снижения розничной торговли доля электронной торговли в структуре розницы возросла почти в 3 раза, достигнув 9,7 %. К концу 2020 года 108,3 тыс. предпринимателей принимали оплату платежными картами. В целом за последние 5 лет количество таких компаний возросло в 2,5 раза [5].

Объем рынка электронной коммерции Казахстана 159,6 млрд. тенге, услуги – 71,2 млрд. тенге, товары – 88,4 млрд. тенге. Однако, по прежнему доля электронной торговли остается ничтожно малой – порядка 1,2% от общего оборота розничной торговли. Доля оптовой торговли остается неизменной и составляет 0,4% от общего объема оптового товарооборота.

Низкая доля электронной торговли от общего объема оптовой торговли в Казахстане является результатом нескольких факторов. Среди них: отсутствие общедоступных обучающих программ для предпринимателей, слабо развитая логистическая инфраструктура, в частности в отдаленных посёлках, относительно высокие банковские комиссии за онлайн транзакцию, риск нарушения прав потребителей, то есть банальное мошенничество и другое.

7. Важнейшим фактором развития оптовой торговли продовольственной продукцией выступает *инфраструктура рынка оптовой торговли*. В Казахстане наблюдается *дефицит торговых площадей*: обеспеченность населения торговыми площадями составляет 634 м<sup>2</sup> на 1000 человек, в то время как в странах ЕС он достигает 1100-1700 м<sup>2</sup> на 1000 человек. Низкая обеспеченность приводит к завышенным ставкам аренды и выкупа торговых площадей, что является причиной роста издержек на организацию бизнеса и в конечном итоге к завышенным ценам на продукты и товары. В наиболее развитых странах уровень «ритейлизации» достигает в среднем 80% всего розничного рынка продовольственных товаров, в России данный показатель уже достиг 69%, в Белоруссии – 61%, а в Казахстане данный уровень едва достиг 31% [6]. В Казахстане фактически отсутствует система современных оптово-распределительных центров, призванных оптимально аккумулировать и распределять продукцию отечественных товаропроизводителей.

8. Инфраструктуру рынка оптовой торговли продовольственными товарами составляют: товарные биржи; сервисно-заготовительные центры; овощехранилища; оптовые рынки, торговые объекты; супермаркеты, ритейл; стабилизационные фонды. Ключевым игроком на рынке оптовой торговли остаются сервисно-заготовительные центры, численность которых на конец 2020 г. составила 68 единиц, с уставным капиталом 1611,3 млн тенге и количеством работников 224 человек. В состав сервисно-заготовительных центров входят 58 сельских производственных кооператива, 23 сельскохозяйственных и 5 перерабатывающих предприятий, 46 крестьянских или фермерских хозяйств и 4 индивидуальных предпринимателей. Наибольшее их количество действует в Алматинской (38 ед.), Актюбинской (8 ед.), Кызылординской (5 ед.), Жамбылской областях (5 ед.). В остальных регионах по 1-2 единицы [1].

В 2020 г. сервисно-заготовительными центрами произведено продукции и оказано услуг на 890,4 млн тенге, закуплено продукции на 60,6 млн тенге [1]. Однако их потенциал и возможности до конца не реализовываются.

Ключевым элементом организации торговли выступают рынки. Общее количество рынков в РК на 2020 году составило 765 единиц с общим количеством торговых мест 182804, из них 67,5% находится в городах и 32,5% в сельской местности. В региональном разрезе большее число торговых рынков приходится на Туркестанскую область – 14,4%, меньше всего на Западно-Казахстанскую и Атыраускую области 22 и 23 единицы соответственно. Из общего количества рынков 400 единиц принадлежат индивидуальным предпринимателям и 365 – юридическим лицам, среди них более 95% являются розничными и лишь 5% оптовыми; 67 % – универсальные рынки. Общая площадь территории рынков составляет 7672824 м<sup>2</sup>, которые оснащены лабораториями ветсанэкспертизы – 263 ед., холодильными камерами – 1711 ед.



Количество специализированных рынков в 2020 г. составляет 260 единиц, порядка 27 % из которых находятся в сельской местности и из них только 4 являются оптовыми. Наибольшее их количество представлено в Туркестанской, Актюбинской и Алматинской областях. По данным местных исполнительных органов сегодня в стране насчитывается порядка 1 374 овощехранилищ с общим объемом хранения 1 975,4 тысяч тонн. При этом, большинство действующих овощехранилищ не соответствуют современным стандартам, что приводит к большим потерям, которые превышают 20% [7]. Как результат, основной объем товаров реализуется мелким оптом через большое количество непродуктивных посредников. Это приводит к значительным потерям при транспортировке и хранении, которые включаются в стоимость товаров для конечного потребителя.

Вместе с тем, в Казахстане отсутствует система современных оптово-распределительных центров, призванных оптимально аккумулировать и распределять продукцию отечественных товаропроизводителей.

Государство остается ключевым игроком на рынке продовольственных товаров, и воздействует на формирование цены на данные товары путем целенаправленного формирования стабилизационных фондов. В периоды резкого повышения цен на продукты питания реализация товаров из стабилизационных фондов нацелена на стабилизацию рыночных цен. Всего за период с 2016 по 2020 годы в стабилизационные фонды были закуплены продукты питания по 26 наименованиям. Однако стабилизационные фонды в реальности не оказывают существенного влияния на ситуацию на продовольственном рынке и обеспечивают ограниченное воздействие на цену социально-значимых товаров. В этой связи государству необходимо принимать активное участие в формировании системы товародвижения продовольственной продукции.

Таким образом, анализ рынка оптовой торговли в РК показал, что:

- инфраструктура оптовой торговли продовольственной продукции функционирует неэффективно, что связано с неравномерностью размещения ее объектов по регионам, недостаточным количеством оптово-распределительных рынков, центров, приведших к росту количества непродуктивных посредников;

- сохраняются высокие потери: в системе хранения продовольственной продукции они превышают 28%, из-за неэффективных звеньев логистики и посредников стоимость потерь производителей и посредников сферы торговли достигает 30 %, что, в конечном итоге, обуславливают рост цен на товары;

- современные торговые форматы развиты достаточно слабо.

- наличие в стране большого количества мелких бирж в биржевой деятельности дискредитирует механизм биржевой торговли и тормозит его развитие, сдерживает формирование биржевого рынка и достижения первичной ликвидности товаров, за счет чего цены на товар формируются хаотично;

- государство реализует методы косвенного воздействия на инфраструктуру сферы оптовой торговли продовольствием, преимущественно путем создания условий свободного доступа к информации о ценах на продукты, создания системы слежения за движением товара, а также регулированием цен на социально-значимые продукты;

- перспективным направлением развития инфраструктуры товародвижения выступает создание многоформатных оптово-распределительных центров, равномерно представленных по всем регионам страны.

#### *Список использованной литературы*

1. *Официальный сайт Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстань. – [Электрон.ресурс]. – 2022. – URL: <http://www.stat.gov.kz/> (дата обращения: 06.11.2022) -*

2. *Обзор розничной торговли РК. – [Электрон.ресурс]. – 2022. – URL:*

[https://halykfinance.kz/download/files/analytics/retail\\_apr2021.pdf](https://halykfinance.kz/download/files/analytics/retail_apr2021.pdf) (дата обращения: 06.11.2022) - Сколько товарных бирж работает в Казахстане. – [Электрон.ресурс]. – 2022. – URL: [https://www.inform.kz/ru/skol-ko-tovarnyh-birzh-rabotaet-v-kazahstane\\_a3866206](https://www.inform.kz/ru/skol-ko-tovarnyh-birzh-rabotaet-v-kazahstane_a3866206) (дата обращения: 12.11.2022)

3. Как чувствует себя микро-, малый и средний бизнес в Казахстане. – [Электрон.ресурс]. – 2022. – URL: <https://kapital.kz/business/89697/kak-chuvstvuyet-sebya-mikro-malyu-i-sredniy-biznes-v-kazahstane.html> (дата обращения: 06.11.2022)

4. В 2,4 раза увеличился объем безналичных платежей в Казахстане – [Электрон.ресурс]. – 2022. – URL: <https://baigenews.kz/news/> (дата обращения: 06.11.2022) -

6. Данные по внутренней торговле АО «Центр развития торговой политики «QazTrade» – [Электрон.ресурс]. – 2022. – URL: <http://qaztrade.org.kz/rus/> (дата обращения: 06.11.2022) - интернет источники

7. Концепция развития торговли до 2025 года – [Электрон.ресурс]. – 2022. – URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/mti/documents/details/166746?directionId=276&lang=ru> (дата обращения: 06.11.2022)

МРНТИ 06.39.02

А.А. Мелдебекова<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті, Алматы қ., Қазақстан

## ҚАЗАҚСТАНДА МАРКЕТИНГТІҢ ДАМУЫ

*Аңдатпа*

Қазақстан Республикасында нарықтық қатынастарды қалыптастыру және дамыту процесі шаруашылық жүргізуші субъектілер арасындағы бәсекелестік күрестің күшеюімен, сыртқы және ішкі маркетингтік ортаның тұрақты өзгеруімен қатар жүреді, бұл тауарлар мен қызметтерді құру, бөлу және тұтыну жөніндегі кәсіпкерлік және маркетингтік қызметті жетілдіруді талап етеді. Сондықтан кәсіпкерліктің философиясы мен құралы ретінде маркетингке деген қызығушылық айтарлықтай өсті. Сондай-ақ, бұл елдің экономикалық дағдарыстан шығу және экономикалық өсудің жоғары қарқынына қол жеткізу қажеттілігін талап етті. Себебі маркетинг, әлемдік тәжірибе көрсеткендей, кез-келген бизнестің негізгі элементі, нарықтың барлық субъектілері арасында тепе-теңдік пен тұрақты қатынастар ортасын құратын және қамтамасыз ететін заманауи нарықты дамыту құралы болып табылады. Мақалада маркетингтің даму мәселелері қарастырылған.

*Түйін сөздер:* маркетинг, даму, нарық, бәсеке, кәсіпкерлік, Қазақстан.

Мелдебекова А.А.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Казахский Национальный Педагогический Университет имени Абая, г. Алматы, Казахстан

## РАЗВИТИЕ МАРКЕТИНГА В КАЗАХСТАНЕ

*Аннотация*

Процесс формирования и развития рыночных отношений в Республике Казахстан сопровождается усилением конкурентной борьбы между хозяйствующими субъектами, постоянным изменением внешней и внутренней маркетинговой среды, что требует совершенствования предпринимательской и маркетинговой деятельности по созданию, распределению и потреблению

товаров и услуг. Поэтому интерес к маркетингу как к философии и инструменту предпринимательства значительно вырос. Это также потребовало необходимости выхода страны из экономического кризиса и достижения высоких темпов экономического роста. Потому что маркетинг, как показывает мировая практика, является основным элементом любого бизнеса, инструментом развития современного рынка, создающим и обеспечивающим среду паритета и стабильных отношений между всеми субъектами рынка. В статье рассмотрены вопросы развития маркетинга.

*Ключевые слова:* маркетинг, развитие, рынок, конкуренция, бизнес, Казахстан.

Meldebekova A.A.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Kazakh National Pedagogical University named after Abai, Almaty, Kazakhstan

## MARKETING DEVELOPMENT IN KAZAKHSTAN

### Abstract

The process of forming and developing market relations in the Republic of Kazakhstan is accompanied by increased competition between business entities, constant change in the external and internal marketing environment, which requires improving entrepreneurial and marketing activities for the creation, distribution and consumption of goods and services. Therefore, interest in marketing as a philosophy and tool of entrepreneurship has grown significantly. It also required the country to emerge from the economic crisis and achieve high rates of economic growth. Because marketing, as world practice shows, is the main element of any business, a tool for the development of the modern market, creating and ensuring an environment of parity and stable relations between all market entities. The article discusses the issues of marketing development.

*Keywords:* marketing, development, market, competition, business, Kazakhstan.

Қазақстан Республикасында нарықтық қатынастарды қалыптастыру және дамыту процесі шаруашылық жүргізуші субъектілер арасындағы бәсекелестік күрестің күшеюімен, сыртқы және ішкі маркетингтік ортаның тұрақты өзгеруімен қатар жүреді, бұл тауарлар мен қызметтерді құру, бөлу және тұтыну жөніндегі кәсіпкерлік және маркетингтік қызметті жетілдіруді талап етеді. Сондықтан кәсіпкерліктің философиясы мен құралы ретінде маркетингке деген қызығушылық айтарлықтай өсті. Сондай-ақ, бұл елдің экономикалық дағдарыстан шығу және экономикалық өсудің жоғары қарқынына қол жеткізу қажеттілігін талап етті. Себебі маркетинг, әлемдік тәжірибе көрсеткендей, кез-келген бизнестің негізгі элементі, нарықтың барлық субъектілері арасында тепе-теңдік пен тұрақты қатынастар ортасын құратын және қамтамасыз ететін заманауи нарықты дамыту құралы болып табылады. [1]

Қазіргі уақытта Қазақстанда индустриялық-инновациялық саясат әзірленіп, іске асырылуда, елдің орнықты экономикалық және әлеуметтік прогресіне қол жеткізу, экономиканың түрлі салаларын, оның инфрақұрылымын дамыту, халықтың нақты табысын арттыру бойынша міндеттер қойылды, басқару, ғылым, білім беру, денсаулық сақтау және басқа да салалар мен салаларда реформалар белгіленді. Оларды іске асыру нарықтық экономиканы басқару иерархиясының барлық деңгейлерінде маркетингтік қызметтің теориясы мен практикасының дамуына байланысты, бұл біздің елде маркетингті дамыту қажеттілігін тудырады.

Қазақстанда алғаш рет "**маркетинг**" термині 90-жылдардың басында қолданыла бастады. 1992 жылы оқу орындарында "Маркетинг негіздері" курсы оқытыла бастады, ал 1994 жылы маркетинг мамандардың алғашқы бітіруі жүзеге асырылды.

Қазақстанда маркетинг және маркетингтік мәдениетті қалыптастыру саласында жұмыс істейтін кәсіби Маркетинг мамандары мен мамандардың күш-жігерін біріктіру үшін 2000 жылы "қазақстандық маркетинг қауымдастығы" қоғамдық бірлестігі құрылды.

Соңғы жылдары маркетинг мамандары көбірек талап етілуде, маркетинг мамандарына қойылатын талаптар өсуде. 2002 жылы "қазақстандық маркетинг қауымдастығының" сарапшылары жүргізген зерттеудің деректері бойынша кәсіпорындардың жартысынан көбінің өз құрылымында маркетинг бөлімдері мен маркетинг мамандары бар. Компаниялардың 36,3% - жеке бөлінген маркетинг қызметі бар, компаниялардың үштен бірінде (28,6%) маркетингтік дайындығы бар мамандар бар. Кәсіпорындардың 20%-дан астамы маркетинг функцияларын басқа қызметтерге бөлді. Фирмалардың 11%-ға жуығы өз кәсіпорнында маркетингті ұйымдастырудың басқа түрлерін қолданады: жеке бөлімдер мен маркетингтік қызметтердің көпшілігінде 5 адамға дейін жұмыс істейді. [2]

2002 жылы Қазақстанда алғаш рет "Алматы қаласы әкімдігінің шағын бизнес Департаменті" жанынан "маркетинг мәселелері жөніндегі сараптамалық кеңес" құрылды. Мұның бәрі кәсіпкерлердің, үкіметтік емес және халықаралық ұйымдардың, бұқаралық ақпарат құралдарының және жұртшылықтың маркетинг мәселелеріне деген қызығушылығының артып келе жатқанын көрсетеді.

Қазір айтарлықтай өзгерістер орын алуда: көптеген компаниялардың құрылымында маркетинг бөлімі ғана емес, сонымен қатар кәсіпорын басшылары бәсекелестіктің артуы жағдайында маркетингтің қаншалықты маңызды болатынын түсінеді. Олар маркетингке бизнесті дамытудағы стратегиялық бағыт ретінде қарай бастайды, демек, маркетингтің мәртебесі де, ол шешетін міндеттер деңгейі де артады.

Бәсекелестіктің шиеленісуінің қазіргі жағдайында бизнесті дамыту перспективаларын анықтау үшін маркетингтік зерттеулер қарқынды жүргізілуде. Егер 90-шы жылдардың бірінші жартысында Қазақстанда кәсіби маркетингтік зерттеулерді тек батыстық, көбінесе – Трансұлттық компаниялар жүргізсе, ал жергілікті зерттеу фирмаларына, әдетте, тек далалық жұмыстар сеніп тапсырылса, қазіргі уақытта жағдай түбегейлі өзгерді. Экономикалық өсу жергілікті бизнестің маркетингтік зерттеулерге деген қажеттілігінің айтарлықтай өсуіне себеп болды. Кейбір бағалаулар бойынша, маркетингтік зерттеулер нарығының айналымы соңғы 5 жылда 5-6 есеге өсті. Қазақстанда маркетингтік зерттеулердің өзіндік индустриясы қалыптасты. Қазақстандық компаниялар заманауи зерттеу әдістері мен технологияларының барлық спектрін игерді.

2002 жылы еліміздің жетекші зерттеу компаниялары қазақстандық қоғамдық пікір және нарықты кәсіби зерттеушілер қауымдастығына (КАПИОР) бірікті. Қазіргі заманғы кәсіби стандарттар деңгейінде жұмыс тәжірибесі бар және халықаралық тануға қол жеткізген барлық қазақстандық маркетингтік зерттеу компаниялары КАПИОРҒА бірікті. Бұл-бриф Әлеуметтік және маркетингтік зерттеулер агенттігі, BISAM Central Asia бизнес-ақпарат, әлеуметтанулық және маркетингтік зерттеулер орталығы, қоғамдық пікірді зерттеу орталығы (ЦИОМ), Орталық Азия жобасы зерттеу тобы, Market Consult зерттеу компаниясы, ЦЕССИ-Қазақстан Салыстырмалы әлеуметтік зерттеулер институты. Айта кету керек, Қазақстанның жетекші зерттеу компаниялары өз имиджіне ие болды, отандық және шетелдік бизнес ортасында танымал болды.

Қазақстанның зерттеу ұйымдарының жиынтық портфеліндегі жергілікті және шетелдік тапсырыстардың арақатынасы бүгінде шамамен 70:30 құрайды. Бұл нарықтық экономикасы дамыған елдер деңгейінде (80:20). Бұл ретте шетелдік клиенттер, әдетте, қазақстандық зерттеушілермен делдалдарсыз байланысады және оларға құрал-саймандарды әзірлеуден бастап (және кейде зерттеуге жататын проблемаларды диагностикалаудан бастап) клиентке талдамалық есеп пен ұсынымдар беруге дейінгі толық жобалық циклды тапсырады. [3]

Қазақстандық нарықтың түрлі тауарлармен қанығуына байланысты тауарды, сауда маркаларын орналастырудың өзектілігі артты. Сауда маркаларының құнын анықтау үшін 2006 жылдан бастап қазақстандық брендтердің жыл сайынғы листингі жүргізілуде. Қазақстандық брендтер листингін жасау VR BV&A (Brand Valuation & Analysis) бірыңғай әдістемесі бойынша компанияның материалдық емес активтеріне құндық бағалау жүргізуге негізделген. Сонымен, 2006 жылғы листингке 9 саладан тұратын компаниялар қатысты, 11 брендтің жиынтық құны 0

0,5 млрд құрады. ең қымбат бренд "Альянс Банк" болды - 2 240 млн. Ең тиімді (құнның сату көлеміне қатынасы) - білім беру қызметтерін көрсететін "Интеллект" бренді. "Қуат" құрылыс компанияларының брендтері жоғары бағаланды (80,6 млн.) және "TS Engmeering" (59,3 млн.), "Әсем-АЙ" минералды суы (10,8 млн.), "Корона" макарон өнімдері (бренд құны - 9,1 млн.), "Цесна" ұны (4,9 млн.).

Қазақстандық маркетингте маркетингтік коммуникацияларды дамытуға көп көңіл бөлінеді. Қазақстанның жарнама нарығы салыстырмалы түрде жылдам қарқынмен дамып келеді. "Қазақстан бүгін" АА деректері бойынша жарнама нарығының өсуі жыл сайын 30-35% - құрайды. Оның көлемі 2006 жылы 651 млн., бұл 2005 жылмен салыстырғанда 37%-ға артық (474 млн.) Жарнама берушілер үшін теледидар жарнаманы орналастырудың таңдаулы орны болып табылады. Теледидар жарнамасы өзіне арналғандар арасында да тартымды, бұл "Alvm Market" зерттеу компаниясы жүргізген Қазақстанның 19 ірі қаласындағы халық арасында жүргізілген сауалнама нәтижелерімен расталады (жарнаманың басқа құралдарының ішінде теледидар жарнамасы 1-орында, 44,6%-да белгіленген).

Соңғы 15 жылда PR нарығы да қалыптасты. 2001 жылы коммерциялық емес ұйым - Қазақстан Республикасының қоғаммен байланыс жөніндегі Ұлттық қауымдастығы (Нассо) құрылды. Нассо құрылтайшылары: "Актис Систем Азия" компаниясы, "БРИФ Орталық Азия" Агенттігі, Қазақстандық баспасөз клубы, Ұлттық баспасөз клубы және "Ренессанс" коммуника- тивтік менеджмент агенттігі. NASA миссиясы Қазақстанда кәсіби прогрессивті және сауатты PR-қызметтер мен технологиялар нарығын қалыптастыру және дамыту болып табылады. [4]

Желілік бөлшек сауда нарығы белсенді дамып келеді. Мысалы, 2001-2006 жылдар аралы- ғында Алматыда желілік форматта жұмыс істейтін дүкендер саны бес есеге артты және бүгінгі күні 163 бірлікті құрайды. Алматыда ең танымал gros желісі болып табылады, ол желілік кәсіпорындардың барлық сатылымдарының 1/3 бөлігін қамтамасыз етеді.

**Желілік сауда кәсіпорындарының жалпыланған көрсеткіштері келесідей:**

- күніне сатып алушылар саны – 12077 адам;
- орташа чек – 18 доллар;
- тәулігіне айналым – 226 мың доллар

Сонымен қатар, Қазақстанда маркетингтің дамуын тежейтін белгілі бір проблемалар бар. Қазіргі қазақстандық бизнестің өзекті мәселелерінің бірі кәсіпорында маркетингті дұрыс ұйым- дастыру болып табылады. Айта кету керек, қазақстандық компаниялардың негізгі бөлігі сатуға бағдарланған және олардың көпшілігінде басшылардың маркетингпен түсінуі жоқ: басшы сатудың қысқа мерзімді нәтижелеріне қол жеткізуге бағытталған, маркетингтік функция екінші дәрежелі және сату жөніндегі директорға бағынуы мүмкін.

Маңызды мәселе-маркетинг мамандарының жетіспеушілігі. "Маркетингтік емес" жағдай әлі де өзекті болып қала береді: маркетингтің ұстанымы ең қызу позициялардың бірі болып табылады, жұмыс берушілер өз сұрауларына сапалы ұсыныс ала алмайды. Көптеген жоғары оқу орындарында маркетинг-мамандарды даярлау жүргізіліп жатқанымен, Кадрлық аштық - қазақстандық нарықта жұмыс істейтін көптеген компаниялар үшін шешілмеген өзекті мәселе. [5]

2003 жылы компанияның бизнес - процестеріндегі маркетинг бөлімінің рөлі, топ – менеджерлердің пікірінше, сатуды ұлғайту, аймақтық өкілдіктер желісін дамыту, жаңа тауар- ларды құру және жылжыту, сатып алу, логистика, промо-акцияларды әзірлеу және өткізу, сауда үй-жайларының дизайнын әзірлеу, жарнама, бұқаралық ақпарат құралдарында орналастыру сияқты қызмет түрлерінде болды ақпарат, қоғаммен байланыс және т.б. Сондықтан маркетингтің рөлін түсінбеушілік мәселесі бар, демек, компанияның дамуының маркетингтік көзқара- сы, өйткені жағдай қалыптасты: **"біз не өндіретінімізді сатамыз"**.

## ҚАЗАҚСТАНДА МАРКЕТИНГ КЕШЕНІН ҚОЛДАНУ

- "Хамле" ААҚ мысалында маркетинг тұжырымдамасын қолдану

Жарғылық капиталы 3.500.000 (үш миллион бес жүз мың) АҚШ доллары болатын 100% шетелдік капиталы бар "Хамле Компани ЛТД" ЖШС Түрік Бифа фирмасымен құрылды. Инвестициялық жоба 5. 600.000 (үш миллион алты жүз мың) АҚШ доллары. Бүгінгі таңда 3 игерілді. 200.000 (үш миллион екі жүз мың) АҚШ доллары.

Қойылған мақсаттарға қол жеткізу үшін серіктестік мынадай қызмет түрлерін жүзеге асырады:

- печенье, кекстер, торттар, вафли, шоколад және шоколад өнімдері, жүгері таяқшалары, картоп чиптерінің әртүрлі түрлерін жасау;
- ұн, ұн, жарма, макарон өнімдерін дайындау;
- сүт және сүт өнімдерін, майды дайындау;
- ірі қара мал азығын өндіру;
- дайын сорпалар мен жылдам таңғы ас жасау;
- Сағыз және басқа да тәтті өнімдер өндірісі;
- тауық еті, жұмыртқа, тауық производство өндіру;
- гофрленген картон, целлофан, фольга, жапсырмалар, орау өнімдері өндірісі;
- туристік орындардың әртүрлі түрлерін пайдалану, демалыс аймақтарын, Қонақ үйлерді, мотельдерді, асханаларды, кафелерді ашу, сондай-ақ тұрғын аудандарды салу;
- көлік қызметтері; жарнамалық-өкілдік өнімдер, плакаттар, плакаттар және т. б.

Қант печеньесі мен вафли-бұл үнемі сұранысқа ие нарықтағы ең дәстүрлі түрлер. Бұл санаттарсыз бірде-бір дүкеннің ассортименті аяқталмайды. Табиғи және қарапайым ингредиенттер, жақсартылған формула печенье құрылымына ерекше жеңілдік пен ұсақтылық береді, балалық шақтан бастап бәріне таныс сүйікті дәмді сақтайды. Какао, жеміс, жидек, құлпынайдың әртүрлі қоспалары ассортиментті әртараптандыруға және кез-келген сатып алушының талғамын қанағаттандыруға мүмкіндік береді. Дәстүрлі қаптама және тән пішін өнімді оңай тануға мүмкіндік береді.

Егер жаңалық нарықтың мүдделерін қанағаттандырса, сату айтарлықтай өсе бастайды. Ерте ізбасарлар өнімді сатып алуды жалғастырады. Қарапайым тұтынушылар, әсіресе егер олар өнім туралы жақсы пікірлер естіген болса, олардың үлгісін ұстана бастайды. Нарықта ашылу мүмкіндігіне тартылған жаңа бәсекелестер пайда болады. Олар нарықты кеңейтуге мүмкіндік беретін жаңа қасиеттері бар өнімді ұсынады. Бәсекелестердің өсуі тарату арналарын тауармен қанықтыру үшін зауыттардан сатылымның күрт өсуіне әкеледі.

Сұраныс өскен сайын бағалар өзгеріссіз қалады немесе аздап төмендейді. Фирмалардың сатуды ынталандыру шығындары бәсекелестерге қарсы тұру және тауар туралы көпшілікке хабарлауды жалғастыру үшін бірдей деңгейде сақталады немесе аздап артады.

Бұл кезеңде пайда өсуде, өйткені сатуды ынталандыру шығындары өндіріс шығындарын азайта отырып, сатудың үлкен көлеміне түседі. Нарықтың қарқынды өсу кезеңін барынша ұзарту үшін компания бірнеше стратегиялық тәсілдерді қолдана алады.

1. Жаңа өнімнің сапасын жақсарту, оған қосымша қасиеттер беру, оның жаңа модельдерін шығару.
2. Нарықтың жаңа сегменттеріне ену.
3. Жаңа тарату арналарын пайдаланыңыз.
4. Жарнаманың бір бөлігін тауар туралы хабардарлықты таратудан оны сатып алуды ынталандыруға бағыттаңыз.
5. Тұтынушылардың қосымша санын тарту үшін бағаны уақтылы төмендету.

Нарықты кеңейтудің аталған стратегиялық әдістерін қолдануға жүгінетін Фирма өзінің бәсекелестік жағдайын нығайтатыны сөзсіз. [6]

Бір сәтте тауар сатылымының өсу қарқыны баяулай бастайды-жетілу кезеңі басталады. Уақыт өте келе бұл кезең әдетте алдыңғыларға қарағанда ұзағырақ және маркетингті басқару саласында күрделі міндеттер қояды. Нарықтағы тауарлардың көпшілігі жетілу кезеңінде, сондықтан маркетингті басқару негізінен "жетілген" тауарлармен айналысады.

Сатудың баяулауы көптеген өндірушілерде сатылмаған тауарлардың жинақталуын білдіреді. Бұл бәсекелестіктің күшеюіне әкеледі. Бәсекелестер барған сайын төмен бағамен және тізімдік бағадан төмен бағамен сатуға жүгінеді. Жарнама өсуде, сауда саласымен және тұтынушылармен жеңілдікті мәмілелер саны артып келеді. Жақсартылған өнім нұсқаларын жасау үшін ҒЗТҚЖ-ға қаражат бөлу өсуде. Мұның бәрі пайданың төмендеуін білдіреді. Бірқатар әлсіз бәсекелестер күрестен шыға бастайды. Ақыр соңында, бұл салада тек мықты қарсыластар қалады.

Тауар менеджері өз өнімін қорғап қана қоймауы керек. Ең жақсы қорғаныс-бұл шабуыл. Менеджер үнемі нарықты, өнімді және маркетинг кешенін өзгерту жолдарын іздеуі керек.

Менеджер қолданыстағы өнімді тұтынуды арттыруға тырысады. Ол жаңа пайдаланушылар мен нарықтың жаңа сегменттерін іздейді. Сонымен қатар, ол қолданыстағы клиенттердің өнімді неғұрлым қарқынды тұтынуын ынталандыру жолдарын іздейді. Мүмкін, менеджер тауарды нарықтың үлкен немесе тезірек өсіп келе жатқан сегменті үшін тартымды болатындай етіп қайта орналастырғысы келеді.

Тауар менеджері сонымен қатар жаңа пайдаланушыларды тарту және тұтынуды күшейту үшін сапа деңгейі, қасиеттер немесе сыртқы дизайн сияқты өз өнімінің сипаттамаларын өзгерте алады. [7]

Сапаны жақсарту стратегиясы өнімнің беріктігі, сенімділігі, жылдамдығы, дәмі сияқты функционалдық сипаттамаларын жетілдіруге бағытталған. Бұл тәсіл: 1) сапаны жақсартуға болатын, 2) сатып алушылар сапаны жақсарту туралы талаптарға сенетін және 3) сатып алушылардың жеткілікті саны тауардың сапасын жақсартқысы келетін жағдайларда тиімді.

#### *Пайдаланылған әдебиеттер тізімі*

1. *Маркетинг негіздері, Авторлары: Филип Т.Комлер Гари Армстронг, ISBN-10: 013449251X, ISBN-13: 978-0134492513, Баспа: Pearson, Басылым жылы: 2018, Бет саны: 736.*
2. *Есімжанова С.Р. Оқу құралы. – Алматы, «ЭКО» Баспа үйі, 2009. – 506 бет.*
3. *Уркунчиев Е.М., Қалдығозова М.Ә., Керімқұлова Э.З. Оқу құралы. – Тараз: «Тараз университеті», 2009. – 210 бет.*
4. *Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для вузов / Е.Н. Голубкова. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2021. – 363 с.*
5. *Григорьев, М. Н. Маркетинг : учебник для вузов / М.Н. Григорьев. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 559 с.*
6. *Григорян, Е.С. Маркетинговые коммуникации: учебник / Е.С. Григорян. – Москва: ИНФРА-М, 2021. – 294 с.*
7. *Диденко, Н.И. Международный маркетинг. Практика: учебник для вузов / Н.И. Диденко, Д.Ф. Скрипнюк. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 406 с.*

### АВТОРЛАР ТУРАЛЫ МӘЛІМЕТ

**Нургалиева А.М.** – Каспий қоғамдық университетінің қауымдастырылған профессоры, э.ғ.к.

**Исаева Х.А.** – Каспий қоғамдық университетінің «Қаржы» мамандығының магистранты

**Адельбаева А.К.** – Абай атындағы ҚазҰПУ-нің аға оқытушысы

**Қасен Қ.Р.** – Абай атындағы ҚазҰПУ – профессоры, э.ғ.д.

**Тлеуова А.К.** – Абай атындағы ҚазҰПУ-нің «Мемлекеттік және жергілікті басқару»

мамандығының магистранты

**Исаева А.Т.** – Абай атындағы ҚазҰПУ-нің аға оқытушысы, э.ғ.к.

**Азбергенова Р.Б.** – Абай атындағы ҚазҰПУ – доценті, э.ғ.к.

**Изеев С.Н.** – Абай атындағы ҚазҰПУ-нің аға оқытушысы, э.ғ.к.

**Жуматаева А.К.** – Абай атындағы ҚазҰПУ-нің «Мемлекеттік және жергілікті басқару»

мамандығының магистранты

**Арзикулова Р.К.** – Абай атындағы ҚазҰПУ-нің аға оқытушысы, э.ғ.к.

**Балапанова Э.С.** – Абай атындағы ҚазҰПУ-нің аға оқытушысы, Phd докторы

**Жүнісова А.Е.** – Абай атындағы ҚазҰПУ-нің «Мемлекеттік және жергілікті басқару»

мамандығының магистранты

**Даурен М.** – Абай атындағы ҚазҰПУ-нің «Менеджмент» мамандығының студенті

**Батырхан С.Б.** – Абай атындағы ҚазҰПУ-нің «Мемлекеттік және жергілікті басқару»

мамандығының магистранты

**Файзуллина С.А.** – Абай атындағы ҚазҰПУ-нің аға оқытушысы, э.ғ.к.

**Асанова А.Ж.** – Абай атындағы ҚазҰПУ-нің аға оқытушысы

**Мелдебекова А.А.** – Абай атындағы ҚазҰПУ-нің аға оқытушысы

### СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

**Нургалиева А.М.** – к.э.н., ассоц. профессор Каспийского Общественного Университета

**Исаева Х.А.** – магистрант Каспийского Общественного Университета специальность

«Финансы»

**Адельбаева А.К.** – ст.преподаватель КазНПУ имени Абая

**Қасен Қ.Р.** – д.э.н., профессор КазНПУ имени Абая

**Тлеуова А.К.** – магистрант КазНПУ имени Абая, специальность «Государственное и местное управление»

**Исаева А.Т.** – к.э.н., ст.преподаватель КазНПУ имени Абая

**Азбергенова Р.Б.** – к.э.н., доцент КазНПУ имени Абая

**Изеев С.Н.** – к.э.н., ст.преподаватель КазНПУ имени Абая

**Жуматаева А.К.** – магистрант КазНПУ имени Абая, специальность «Государственное и местное управление»

**Арзикулова Р.К.** – к.э.н., ст.преподаватель КазНПУ имени Абая

**Балапанова Э.С.** – ст.преподаватель КазНПУ имени Абая, доктор Phd

**Жүнісова А.Е.** – магистрант КазНПУ имени Абая, специальность «Государственное и местное управление»

**Даурен М.** – студент КазНПУ имени Абая, специальность «Менеджмент»

**Батырхан С.Б.** – магистрант КазНПУ имени Абая, специальность «Государственное и местное управление»

**Файзуллина С.А.** – к.э.н., ст.преподаватель КазНПУ имени Абая

**Асанова А.Ж.** – ст.преподаватель КазНПУ имени Абая

**Мелдебекова А.А.** – ст.преподаватель КазНПУ имени Абая



### INFORMATION ABOUT AUTHORS

**Nurgalieva A.M.** – candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Caspian Social University, Almaty, Kazakhstan

**Issayeva K.A.** – master's student of the Caspian Social University, specialty " Finance"

**Adelbayeva A. K.** – Senior lecturer, Kazakh National Pedagogical university named after Abay

**Kassen K. R.** – Doctor of Economics, Professor, Kazakh National Pedagogical university named after Abay

**Tleuova A.K.** – master's student of Abai Kaznpu, specialty "State and local government"

**Issaeva A.T.** – candidate of Economic Sciences, Senior lecturer, Kazakh National Pedagogical

**Azbergenova R.** – candidate of Economic Sciences, Senior lecturer, Kazakh National Pedagogical

**Izeyev S.** – candidate of Economic Sciences, Senior lecturer, Kazakh National Pedagogical

**Zhumataeva A.K.** – master's student of Abai Kaznpu, specialty "State and local government"

**Arzikulova R.K.** – candidate of Economic Sciences, Senior lecturer, Kazakh National Pedagogical

**Balapanova E.S.** – Doctor Phd , Senior lecturer, Kazakh National Pedagogical university named after Abay

**Zhunissova A.Y.** – master's student of Abai Kaznpu, specialty "State and local government"

**Dauren M.** – student of Abai Kaznpu, specialty " Management "

**Batyrkhan S.B.** – master's student of Abai Kaznpu, specialty "State and local government"

**Faizullina S.A.** – candidate of Economic Sciences, Senior lecturer, Kazakh National Pedagogical

**Assanova A.Zh.** – Senior lecturer, Kazakh National Pedagogical university named after Abay

**Meldebekova A.A.** – Senior lecturer, Kazakh National Pedagogical university named after Abay