



ISSN 1728-5402

Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті
Казакский национальный педагогический университет имени Абая

ХАБАРШЫ ВЕСТНИК

«Экономика» сериясы
Серия «Экономическая»
№ 4 (26), 2010

Алматы

Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті
Казахский национальный педагогический университет имени Абая



ХАБАРШЫ ВЕСТНИК

«Экономика» сериясы
Серия «Экономическая»
№ 4 (26), 2010

Алматы, 2010

Хабаршы. «Экономика» сериясы. - Алматы: Абай атындағы ҚазҰПУ. – 2010. - № 1 (24). - 103-бет.

Вестник. Серия «Экономическая». - Алматы: КазНПУ им.Абая. - 2010. - № 1 (24). - 103 с.

Главный редактор
д.э.н., профессор А.Н.САХАНОВА

Редакционная коллегия:
д.э.н., профессор К.Ж.Бертаева (зам.гл.редактора),
д.э.н., профессор Ж.Я.Аубакирова,
д.э.н., профессор К.Н.Нарибаев,
д.э.н., профессор Н.К.Мамыров,
д.э.н., профессор А.А.Рамазанов,
д.э.н., профессор Т.М.Рогачева,
д.э.н., профессор Б.Д.Иманбердиев,
д.э.н., профессор А.Н.Дауренбекова,
ScD, Assoc.Professor В.Рудзкене (Литва),
PhD Месут Йылмыз (Турция),
ст.преподаватель Э.Б.Оразгалиева (ответ.секретарь)

ТЕОРИЯ ЖӘНЕ ӘДІСТЕМЕ ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ

УПРАВЛЕНИЕ И РЕГУЛИРОВАНИЕ СТРАХОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

К.Ж. Бертаева –

доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой «Финансы и кредит» КазНПУ им.Абая

Страховой рынок- экономическое пространство на котором действуют страхователи (физические и юридические лица), формулирующие спрос на страховые услуги ,страховые организации, удовлетворяющие этот спрос, перестраховочные компании, обеспечивающие раскладку ущерба по страховым операциям, финансовую устойчивость страхового рынка в целом, страховые передники (страховые брокеры и агенты), продвигающие страховые услуги от страховщика к страхователю, актуарии, уполномоченные аудиторские организации (уполномоченные аудиторы), общества взаимного страхования, организации страховой инфраструктуры.

На 1 июля 2010 года в Казахстане действует 41 страховая (перестраховочная) организация, в числе которых 7 страховых организации по страхованию жизни. Так же на рынке страховых услуг осуществляют деятельность 13 страховых брокеров и 63 актуария. Совокупные активы страховых организации увеличились на 10,8%, составив на 1 июля 2010 года 329,5млрд.тенге. сумма страховых резервов составила 120,1млрд.тенге. в том числе объем страховых премии по обязательному страхованию составил 189,8 млрд.тенге (увеличение на 21,5 по сравнению с показателем 2009года), по добровольному личному страхованию страховые премии составили 16,4 млрд.тенге, по добровольному имущественному страхованию 42,7 млрд.тенге. объем страховых премии, принятых по договорам прямого страхования, составил 74,9 млрд.тенге, что на 33,8% больше показателя 2009года.

За последние три года количество страховых брокеров увеличилось на 3 компании, актуариев на 1 компанию, аудиторских компании, имеющих лицензию на право осуществления аудита страховых организации – на 6 компании.

Страховые резервы и собственные средства страховых компании являются важным источником инвестиционных ресурсов в национальную экономику. Страховые компании наряду с другими институциональными инвесторами являются каналами движения ссудных капиталов. Это обусловлено временным лагом между поступлением страхового платежа и оплаты убытков, который может достигать нескольких лет. В то же время заемный характер формируемых

страховщиком страховых резервов требует от него продуманной инвестиционной политики и учета риска при выборе направлений инвестиций.

Инвестиционная деятельность страховых компаний регулируется нормативно – актами Национального Банка РК.

Страховые компании обязаны осуществлять инвестирование резервных активов с соблюдением условий ликвидности, прибыльности и диверсификации.

Порядок размещения страховых резервов и условия их диверсификации определяется нормативными актами Национального Банка РК, который формирует порядок размещения страховых резервов.

Страховые компании могут размещать страховые резервы не только на банковские депозиты и в ГЦБ, но и в акции и не государственные облигации, включенные в официальный список KASE по категории «А», кроме того, ей установлена возможность приобретения за счет страховых резервов ипотечных облигаций..

К приобретению за счет, резервных активов страховых компаний допущены только те ГЦБ местных и исполнительных органов и ипотечные облигации, которые допущены к обращению к KASE и разрешены к приобретению за счет и разрешены к приобретению за счет НПФ.

Нормативными актами РК установлены ограничения на совершение сделок страховой компании, ей:

- Запрещается участие: в уставных капиталах юридических лиц в размере, в совокупности превышающем 10% собственного капитала (кроме других финансовых организаций и не более 15% общего количества выпущенных акций одного эмитента тех юридических лиц, акции которых прошли листинг и допущены оборот на ФБ); запрещается участие в уставных капиталах хозяйственных капиталах хозяйственных товариществ;
- Запрещается привлекать займы в объеме , превышающем 10% от размера собственного капитала. Срок займа не может превышать 3 месяцев;
- Страховая компания обязана в пятидневный срок уведомить НБ РК о залоге собственного имущества, выдаче гарантии, либо гарантии иных обязательств, не отраженных в балансе;
- Страховая компания не имеет права выпускать «Золотую акцию», привилегированные акции, облигации, иные долговые и производные от них ЦБ, и векселя.

Лицо, желающие получить право собственности или управления голосующими акциями страховых компаний в количестве более 5% от их общего числа, обязано получить разрешение НБ РК на совершение указанной сделки при наличии хотя бы одного из следующих условий:

- В результате сделки одно лицо или группа аффилированных лиц будет владеть, управлять или иметь в залоге в совокупности более 25% ее голосующих акций;
- Одной из сторон в сделке является лицо, относящееся к нерезидентам РК, или юридическое лицо, 50% акций (вкладов участников) которого находится в собственности или управлении нерезидента РК, а также резидентом РК.

Национальным банком РК может быть организована процедура по принудительному выкупу акций страховых компаний в случае отрицательной разницы между стоимостью активов (рассчитанной с учетом их классификации по качеству ликвидности) и обязательствами. Порядок принудительного выкупа акций страховых компаний и их последующей продаже новому инвестору устанавливается НБ РК.

На сегодняшний день основными проблемами развития страхового рынка является вопрос недостаточности развития в РК рынка страхования жизни и других видов личного страхования, внедрение системы корпоративного управления страховых организаций, формирование и обеспечение доступности статистических и иных данных о деятельности страховых организаций, автоматизация деятельности страховых компаний.

Среди проблем страхового рынка также стоит отметить:

- 1) Ограниченность предлагаемых услуг по добровольному страхованию, включая долгосрочное и накопительное страхование жизни;
- 2) Относительная дороговизна страховых продуктов и их невостребованность;
- 3) Недостаточная активность отдельных страховых организаций их страховом рынке;
- 4) Низкий интерес к страхованию жизни потенциальных страхователей, пока больше доверяют свои деньги банкам;
- 5) Низкое качество управления страховыми организациями собственными рисками;
- 6) Неразвитость системы предоставления займов страхователям страховыми организациями по договорам накопительного страхования жизни;
- 7) Недостаток доверия населения к страховому рынку, невысокое качество и услуг и обслуживания в страховых организаций.

В настоящее время в РК сектор личного страхования почти не развит. Это связано тс недостаточным уровнем доходов населения, ограниченным кругом надежных инвестиционных финансовых инструментов, неуверенностью потенциальных страхователей, отсутствием экономических стимулов для участия населения в долгосрочном личном страховании. Хотя уже имеется потенциал для использования страховых принципов в сфере пенсионных услуг путем внедрения пенсионных аннуитетов, а также в других областях официальной сферы, включая страхование работодателей.

АФН проводится работа по созданию государственной аннуитетной компании, основной целью которого должны стать успешная реализация обязательного страхования ответственности работодателя за причинение вреда жизни и здоровья работника при исполнении им трудовых обязанностей и обеспечение развития системы пенсионных аннуитетов.

В зависимости от масштабов страхового рынка и его деления на отдельные подсистемы и сегменты в законодательствах различных стран используются различные подходы к регламентированию деятельности отдельных его участников. В странах с развитым рынком страховых услуг, как правило, существует развернутое подробное определение функций каждого из участников

страховой деятельности. В государствах с менее развитой системой страхования в законодательстве дается укрупненная трактовка построения рынка страховых услуг и функций основных его участников.

В мировой практике существуют следующие направления регулирования страховой деятельности:

1. Лицензирование. После учреждения страховая компания должна получить лицензию, прежде чем начать свою деятельность. Страховщики должны удовлетворять требованиям о минимальной величине капитала и дополнительным требованиям к величине резервного капитала, чтобы получить лицензию в том случае, если они являются акционерной страховой компанией, и минимальным требованиям к резервному капиталу – если являются взаимной страховой компанией.

2. Контроль над финансовым состоянием. Ежегодно страховые компании должны заполнять ряд форм финансовой отчетности, которые называются «стандартными формами», для службы уполномоченного по вопросам страхования. Страховщик должен иметь достаточные активы, чтобы погасить свои обязательства, также в балансе должна быть отражена величина резервов. Величина резервного капитала каждой компании также подпадает под регулирование. Резервы для владельцев полисов представляют собой разницу между активами и пассивами страховой компании. Этот избыток особенно важен для компаний по страхованию имущества и гражданской ответственности. Пределы расширения бизнеса, которые может себе позволить страховая компания, ограничивается этим резервом полисодержателей.

3. Ликвидация. Ликвидация страховых компаний также регулируется контролирующими органами, и если компания становится технически несостоятельной, уполномоченный по вопросам страхования принимает контроль над компанией с целью ее оздоровления. Если она не поддается оздоровлению, компания ликвидируется в соответствии с правилами страхового кодекса.

4. Другие направления регулирования. Тарифы, формы полиса, практика продажи услуг и способы удовлетворения страховых претензий в разной степени также подпадают под регулирование. Страховые тарифы должны быть представлены утверждены, перед тем как они могут быть использованы страховой компанией. Некоторые формы страховых полисов тоже должны получить одобрение уполномоченного по вопросам страхования с точки зрения их ясности и предлагаемого страхового возмещения.

Существует конкуренция за страховые компании в индустрии финансовых услуг. Страховые у компании, индустрия ценных бумаг, банки, ссудо-сберегательные учреждения двигаются параллельными маршрутами в своих попытках предложить на рынке широкий спектр финансовых услуг, включающих страховые полисы, формы совместных сбережений, брокерские услуги по операциям с ценными бумагами, инструменты денежного рынка, налоговую защиту и другие разнообразные услуги, такие как финансовое консультирование и управление недвижимостью. Однако существующие меры регулирования продолжают ограничивать степень участия банков в продаже страховых услуг.

Банкам в целом запрещается участвовать в страховом бизнесе (в частности, непосредственно продавать страховки и осуществлять страховую деятельность). Существующие меры контроля также жестко ограничивают возможность страховых компаний действовать в области банковских услуг, таких как доверительное управление, обслуживание депозитов. Поскольку многие крупные банки хотят продавать страховки, а некоторые страховые компании добиваются возможности предоставлять множество банковских услуг, существовало усиливающаяся тенденция в отношении объединения в области финансовых услуг через слияние и поглощения. В результате произошло снижение регулирующих барьеров, отделяющих эти виды финансовых услуг.

Вновь возникает и тема «обслуживания потребителя», когда один агент или компания предлагает клиенту комплексную программу финансового планирования, которая включает в себя страхование, предоставление услуг взаимных фондов, фондов денежного рынка, рынка акций облигаций, налоговую защиту и налоговые списания. Многие компании рассматривают это движение в направлении предоставления интегрированных финансовых услуг как ответ на запросы требовательных клиентов, в то время как другие компании верят, что изменения в области представления финансовых услуг произошли из желания предоставить более высокую защиту для клиентов и привлечь больше средств для инвестиций. Остается посмотреть, в какой степени это расширение горизонтов окажется привлекательным для потребителей.

Анализ законодательной базы страховой деятельности в РК показывает, что в Законе «О страховой деятельности» не приводится развернутого определения структурно-функционального построения страхового рынка с четким выделением функциональных взаимосвязей между различными участниками этого рынка, а дается неструктурированный список юридических и физических лиц, причастных к страховой деятельности. В соответствии со статьей 10 «Участники страхового рынка» Закона РК «О страховой деятельности» от 10 июля 2003 года к ним относятся: страхованию (перестраховочная) организация, страховой фонд, страховой агент, страхователь, застрахованный выгодоприобретатель, актуарий, уполномоченная аудиторская организация, общество взаимного страхования, иные физические и юридические лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность, связанную со страхованием.

Должны действовать следующие функции государства в страховании:

1. Регулирование и единое нормативно – методическое обеспечение страховой деятельности в РК.

Регулирующая функция государства проявляется при проведении целенаправленной страховой политики, построения национальной системы страхования.

Многосторонняя система связей государства со страховым бизнесом является результатом объективных условий, порожденных их взаимной зависимостью, так как, во-первых, деятельность страховых компаний регулируется государственными финансовыми органами, во – вторых, страховые

компании заинтересованы в упорядочении взаимоотношений в сфере страхования. Исходя из вышеизложенного, можно выделить следующие положения, на которые должны быть направлены усилия государственных органов управления и регулирования страховой деятельности, это:

- определение социально значимых рисков и критериев выбора формы организации страховых отношений, призванных обеспечить защиту интересов страхователей при наступлении страхового случая;
- преследование цели организации страховой деятельности, направленной на обеспечение непрерывности и целостности воспроизводственного процесса через усиление финансовой устойчивости страховых компаний, предоставляющих страховую защиту страхователем;
- проведение экономической обоснованной государственной политики по функционированию национальной страховой системы и формирование инфраструктуры национального страхового рынка;
- установление пруденциальных нормативов и иных обязательных к соблюдению норм и лимитов для страховой (перестраховочной) организации и осуществление контроля за деятельностью ликвидационных организаций;
- выработка стандартов страховой деятельности, соответствующих международным нормам регулирования торговли страховыми услугами;
- создание конкурентной среды и проведение антимонопольного контроля за деятельностью страховых организаций.

Выделенные положения способствуют росту финансовой устойчивости и платежеспособности страховых компаний и расширению совокупной покупательной заинтересованности участников страхового рынка.

В практике функционирования страхового бизнеса при принятии управленческих решений необходимо ориентироваться в риск-ситуациях. При этом умение риск – менеджеров избегать непредвиденных потерь, взвешенно добиваться намеченных целей определяют необходимость сохранения, рациональных старых и развитие новых связей со страхователями, конкурентами и другими участниками рынка страховых услуг. Поэтому при выборе цели, стратегии развития страховых организаций, системы мотивации персонала и других методов и критериев страховой деятельности необходимо учитывать влияние вероятного риска. Это определяет необходимость системной оценки каждого вида страхового рынка. Среди рисков, наиболее часто встречающихся в деятельности страховых компаний, выделяются следующие:

- 1) Риски, связанные со снижением финансово - экономического потенциала страховой компаний.
- 2) Риски, обусловленные недостаточно высоким уровнем кадрового потенциала, ведущим к системе и потере управляемости компании.
- 3) Риски, связанные с недостаточностью научных и инновационных возможностей страховой организаций.
- 4) Риски, связанные с маркетинговой политикой, исследованиями развития компании, некачественное проведение которых ведет к потере доли рынка, снижение объема страховых премий и размера страховой прибыли;

5) Финансовые риски ведут к снижению доходности страховых компаний вследствие нерациональной организации работы.

6) Страховой риск в текущей деятельности выражен в превышении текущих расходов страховой компании по обслуживанию страхователей в сравнении с нормальными параметрами из-за непредвиденных ситуаций и связан со снижением уровня организации из-за воздействия внешних и внутренних факторов.

Недостаточность собственных финансовых ресурсов страховых компаний на страховом рынке Казахстана зачастую не позволяет отдельным страховщиками покрывать капиталоемкие риски. В этом случае создаются объединения страховщиков на добровольной основе для координации действий, защиты интересов и осуществления совместных инвестиционных программ. Перераспределение или передача страхового риска в этом случае происходит посредством проведения соцстрахования или перестрахования.

Страховые компании, рассматривая свои перестраховочные портфели, отбирают риски и группируют их по степени опасности, повышая тарифы по наиболее опасным рискам. Объединяясь и расширяя диапазон предлагаемых услуг, страховые компании повышают устойчивость в конкурентной среде.

На общий рост и развитие страховых компаний в конкурентной среде большое влияние оказывают методы продажи страхования и привлечения источников финансовых ресурсов, а также их размещения. Используя благоприятные возможности на рынке, различные формы давления на клиентов, рекламу и гибкие схемы продажи страховых услуг страховые компании пытаются увеличить приток денежного капитала в свои фонды, тем самым укрепить свое конкурентное положение на рынке страховых услуг. Усиление роли страхового бизнеса объясняется характером деятельности. Процесс усиления позиций страховых компаний приводит к обострению конкурентной борьбы и при размещении данных ресурсов стимулирует стремление нахождения форм, методов и способов реструктуризации отношений между участниками страхового рынка через объединение.

Функциональную направленность страхового бизнеса определяют в качестве приоритетной формы организацию притока денежных ресурсов. Прежде всего, это предложение различных видов страховых продуктов и услуг страховыми компаниями, учитывающее интересы страхователей и направленное на интенсификацию развития спроса на страхование. Для увеличения количества страхователей страховые компании должны опираться на информацию страхового маркетинга, которая становится основой определения страховых ставок при привлечении как средних, так и бедных слоев населения. Стратегия диверсификации видов страховых услуг в сочетании с интенсификацией спроса на страховые услуги, ориентированная на интересы совокупного потребителя позволяет снизить ставки и увеличить приток денежных средств в страховых компаний их капитализацию большое влияние оказывают факторы работы риск-менеджмента. С целью повышения конкурентоспособности, влияющие на рост страховых поступлений, отечественные страховые компании стараются делить

риск, связанный со страховой деятельностью через договор перестрахования с первоклассными зарубежными страховыми организациями.

Большое значение в страховом бизнесе имеет правильная выработка стратегии управления страховой компанией. В качестве ключевой цели финансовой стратегии страховой компанией предлагается максимизация: зарплаты, дивидендов, рыночной стоимости фирмы, размер финансовых ресурсов, конкурентоспособности, страховых премий и т.д. основная задача состоит в разработке этой финансовой части бизнес – плана страховой компании, то есть потребности в финансовых ресурсах и источниках их формирования, образования и использования дохода компаний, взаимоотношения с бюджетами всех уровней.

На финансовую стратегию страховой компании влияют характеристики страхового портфеля: количество страховых договоров, размеры страховых сумм, отношение вновь заключаемых и заканчивающихся договоров, доля договоров, которая будет оплачена реальной страховой защитой, отношения старым портфелем и вновь заключенными договорами, между договорами с максимальными и минимальными страховыми суммами, между формами проведения страхования и т.д.

При формировании финансовой стратегии требуются сформулировать причины негативных или благоприятных тенденций в развитии страховой компании по рассмотренным направлениям, охарактеризовать положительные и отрицательные моменты его текущего финансового состояния и сформулировать предложения по преодолению негативных тенденций в развитии страховой компании и улучшению его финансового состояния.

Таким образом, разработка стратегии страховой компании включает: постановку финансовой цели, программу мероприятия для ее достижения, организацию выполнения программы, контроль выполнения, анализ и оценку возможных результатов.

В деятельности перестраховочных организаций используется большое число стратегий для увеличения уровня капитализации, включая увеличение доли на рынке через приобретение конкурентов или слияние компаний.

Большинство перестраховщиков по-прежнему не в состоянии сочетать соответствующий бизнес с реальными возможностями. Фирмы – перестраховщики, как и многие страховые компании придерживаются стратегии роста через покупку других компаний.

Цели финансовой стратегии перестраховочных организаций являются такими же, как и в обычной страховой компании: максимализация рыночной стоимости фирмы, минимизация риска банкротства, повышение конкурентоспособности и т.д. однако они имеют свои проблемы и особенности формирования финансовой стратегии. Так, первичные учетные документы, используемые в настоящее время в практике страховых организаций для отражения в учете перестраховочных операций не отвечают соответствующим требованиям, следовательно, не могут служить основой для совершения бухгалтерских записей, фиксирующих перестраховочные операции.

Отражение в бухучете перестраховочных операций производится методом начисления. Варианты отражения в учете и отчетности по перестрахованию зависят от условий договора перестрахования.

Түйін

Мақалада Қазақстан Республикасындағы сақтандыру қызметін бағдарлау мен басқару мәселелері қарастырылған. Сонымен қатар мемлекеттің сақтандыру қызметінің заңдық базасының талдау жасалған.

Summary

Мақалада Kazakhstan Respublikasyндағы сақтандыру қызметін бағдарлау мен басқару мәселелері қарастырылған. Сонымен қатар мемлекеттің сақтандыру қызметінің заңдық базасының талдау жасалған.

ФОРМИРОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНЫХ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ КОМАНД

Ш.Е.Шалбаева-

к.э.н., доцент КазНПУ имени Абая,

Го Джунсяо –

магистрант Института магистратуры и докторантуры

PhD КазНПУ имени Абая

Интерес к групповым формам работы (teamwork) в организации с каждым годом растет как на Западе, так и у нас в Казахстане. Причина такого пристального внимания к этой проблеме заключается в более высокой эффективности групповой работы по сравнению с индивидуальной. Особой место среди групп и команд занимает управленческая команда.

Эффективность деятельности управленческой команды является важной составляющей общеорганизационной эффективности. Критериями эффективности работы управленческой команды могут служить:

- Достижение целей стоящих перед управленческой командой
 - Успешное взаимодействие в команде
 - Удовлетворенность членов команды своим трудом, т.е. они чувствуют себя комфортно на работе, удовлетворены своей ролью и межличностными отношениями, намерены продолжать работать в команде
 - Индивидуальное развитие членов команды. Работа в команде ведет к развитию ее членов, повышению их творческого потенциала, инновационной активности, приобретению ими недостающего опыта, развитию их способностей.
- В результате функционирования эффективной управленческой команды растет ее сплоченность, накапливается опыт взаимодействия, развиваются навыки

совместной работы и межличностное общение. А это в свою очередь способствует укреплению и развитию самой управленческой команды, повышению эффективности ее деятельности. Названные критерии эффективности работы управленческой команды очень сильно взаимосвязаны. Так, удовлетворение трудом определяется, с одной стороны, успешным решением стоящих перед командой задач, а с другой – качеством взаимоотношений в команде, преимуществами коллективной формы выполнения командной работы, а так же возможностями развития своих способностей и навыков.

Эффективная управленческая команда вносит свой вклад в повышение формирования, бурление, нормирование, выполнения работы, расформирование. При целенаправленном формировании команд этот процесс можно ускорить, создавая необходимые условия для более быстрого прохождения командой первых трех стадий. Здесь крайне важна роль командного лидера.

На практике процесс формирования команд может происходить достаточно медленно. Вместе с тем реальный бизнес отличается динамизмом. Темп жизни таков, что скорость реакции на ее изменения становится сегодня фактором успеха в бизнесе. В этих условиях целесообразно использование командного подхода в организации, причем команды должны быть сформированы в сжатые сроки. В этом случае необходимо целенаправленное формирование команд и, в том числе, управленческих.

Управление процессами формирования команды – это в первую очередь, работа по созданию в ней условий, обеспечивающих деловое взаимодействие ее членов, нормальное течение групповых процессов, в результате чего формируется эффективно действующая команда.

Каковы же условия создания эффективных управленческих команд?

2. Наличие общей цели и необходимость совместной работы для ее достижения. При этом необходимо отталкиваться от основных целей, а не от желания создать команду.

3. Наличие достоверных знаний о людях. Все члены команды должны знать умения, способности и личные качества каждого. Способы сбора информации о способностях кандидата к исполнению командных работ могут быть различны: использование комплекса психометрических тестов, сбор информации во время найма людей на работу, проведение компанией тренингов, знание о кандидатах за время совместной работы.

4. Подбор в управленческую команду высококвалифицированных профессионалов. Их профессионализм необходимо постоянно поддерживать.

Подбор членов управленческой команды может осуществляться двумя путями:

- «выращивание» их в своем коллективе, в результате ее политики карьерного продвижения сотрудники внутри компании
- привлечение членов управленческой команды извне (2)

С одной стороны, «Свой» свой сотрудник знает компанию изнутри, предан ей. С другой стороны, развитие бизнеса требует новых знаний, опыта, новых технологий. «Чужак со стороны» может стать членом управленческой команды в

случае извне целесообразно в случае, если компания находится в сверх кризисной ситуации и требуется сменить модель управления.

Следует отметить, что при подборе членов управленческой команды следует придерживаться принципа добровольности включения в команду не все люди хотят и могут работать в команде. Некоторые не хотят, чтобы результаты их работы «растворились» в общей работе команды. Они амбициозны и стремятся к признанию и вознаграждению их личных заслуг.

5. У команды обязательно должен быть лидер. Хотя он может быть и не постоянным. На практике роль лидера может переходить от одного члена команды к другому – ведь команда развивается.

6. Оптимальный размер управленческой команды. По мнению большинства специалистов размер команды не должен превышать 7-10 человек. Увеличение числа команды ведет к увеличению количества коммуникаций, времени на их осуществление. Они могут не охватывать всех членов команды, достичь между ними консенсуса становится сложно и зачастую учитывается мнение лишь ведущих членов команды.. затрудняется процесс общения, совместного обсуждения проблем, а значит и передается эффективность деятельности команды.

7. Четкая постановка целей и задач в команде. Цели должны быть реальными, четкими, понятными, сфокусированными, вдохновляющими, гибкими, непротиворечивыми. Они должны создавать представление о методах работы и задачах, ведущих к их достижению. К их постановке следует привлекать самих участников управленческой командой тогда у членов команды разовьются навыки «целевого мышления», т.е. ориентация на результат.

Цели управленческой команды выступают связующим звеном между целями организации и индивидуальными целями. важно в управлении командами предупредить возможность конфликта или столкновения между командными и личными целями. Также важно добиться, чтобы члены команды пришли к единому видению целей.

8. Четкое распределение ролей, обязанностей ответственности в команде. Особенно это важно для управленческой команды при главном управляющим. Все члены команды должны четко представлять границы своих прав. Здесь возможно несколько вариантов.

а) Главный управляющий не входит в команду. Тогда надо решить вопрос, имеет ли команда право самостоятельно принимать решения или только давать советы главному управляющему.

б) Главный управляющий входит в команду. В этом случае может возникнуть проблема давления его авторитета при принятии решения что может привести к групповому единомыслию. А это серьезный недостаток всех групповых форм работы. Если главный управляющий окажется не прав, а команда благосклонно приняла его мнение, то на достижение цели будет затрачено больше сил, времени ресурсов, чем в случае, когда были бы определены конкретные полномочия. Здесь также важно определить полномочия команды. Возможны два варианта:

а. Обсуждение сообща, а принятие решений единолично

б. Обсуждение и принятие решений осуществляется коллективно. Четкость в определении ролей и обязанностей не означает жесткость и постоянство. Члены команды могут менять и функциональные, и социальные роли важно, чтобы все они исполнялись в команде. В команде должна присутствовать взаимозаменяемость.

При формировании команды, особенно управленческой, важно распределить сферы влияния или же ответственность за конкретную задачу. Для этого очень важно определить весь перечень целей и задач, которые необходимо решить, чтобы ни одна из них не выпала из сферы внимания членов команды. При этом может случиться, что задачи могут различаться по степени привлекательности для членов команды. И в результате от одних задач будут стараться увильнуть, а за другие – будут бороться. Инструментом, позволяющим решить эту проблему выступает, например, функциональная матрица.

Вместе с тем вся команда должна нести коллективную ответственность за достижение общих целей. Поэтому осознание того факта, что все делают одно общее дело и успех зависит от каждого – является главным условием эффективности команды.

8. Члены команды должны уметь работать в команде. У всех членов команды обязательно должна быть «социальная компетенция». Они должны уметь общаться и договариваться. Они должны находить общий язык. Их необходимо учить навыкам командной работы.

Специалисты выделяют пять навыков, которыми должны обладать члены управленческой команды;

- навыки участия (в совместной деятельности);
- навыки управления (планирование, организация, логистика и проведение встреч);
- навыки продумывание процесса навыки разрешения проблем;
- навыки представление результатов (презентаций).

9. Важным условием выступает психологическая совместимость членов Управленческой команды.

10. Создание благоприятной социально-психологической атмосферы для работы в команде, предполагающей взаимное доверие.

Причинами недоверия могут служить:

- отсутствие полной информации о членах команды; малое количество коммуникаций между ними;
- скрытность отдельных членов команды;
- додумывание или заполнение недостатка информации негативными предложениями лживыми слухами

Для успешного и более быстрого создания доверительной атмосферы членам команды необходимо:

- четко распределить задачи и роли; быть открытыми к общению, уметь слушать и слышать; уважать мнения коллег; говорить правду и сдерживать обещания;

совместно обсуждать и принимать решения; оказывать поддержку коллегам; призывать и одобрять успехи других;

- заботиться о потребностях членов команд и способность их удовлетворению.

11. обеспечение открытых коммуникации в команде. Необходимо определить и прописать правила деловых взаимодействий: совещаний, обмена информацией.

Причинами плохих коммуникаций, а так же нарушения обратной связи между членами команды могут послужить:

- недоверие: люди не уверены, можно ли сообщать всю информацию коллегам;

- желание обладать эксклюзивной информацией. Неслучайно в последнее время стали выделять новый тип власти - информационную, которая основана на возможности воздействовать на людей благодаря доступу к важной и нужной информации, умению использовать ее для принятия решений;

- амбициозность некоторых членов команды, сильная конкуренция между ними, как следствие и проявление ее - нежелание делиться информацией, желание быть самым информированным, значимым и т.п. По сути дела такие люди не хотят сотрудничать друг с другом.

12. Применение специальных процедур, приемов и методов, ускоряющих процесс формирования команды (тренинги, деловые игры) и др. Помимо этого специалисты считают важным осуществлять непрерывный мониторинг деятельности команд и проводить соответствующие оценки.

Литература:

1. Маслов Е.В. *Управление персоналом предприятия.* – М.: Инфра, 2006.
2. Егоршин А.П. *Управление персоналом.* – М.: НИМБ, 2007.
3. Самыгин С.И. *Менеджмент персонала.* – М.: изд. Дашков и К, 2006.

Түйін:

Басқару командасын қалыптастыруды ұйымды тиімді дамыту жолы ретінде қарастыру керек. Дербес ұйым тұрғысынан ұйым қызметінің барлық жақтарын жетілдірумен, ұйымдастырушылық даму жобаларын жасау, жүзеге асырумен байланысты идеяларды жасауға жауапты болатын стационарлық топ құруға болады. Бұл идеяларды, жаңалықтарды іздеуге және жүзеге асыруға бағытталған команданың өзіндік ұйытқысы. Басқару командасын құру қажеттілігі ұйым дамуының болашағы мен бағытын анықтау ғана емес, сонымен бірге ұйым даму бағдарламасынан ауытқуларды жою болып табылады.

Summary

The management team establishment is considered to be as one of the ways of an organization's effective development. A stationary group may be created within the framework of a separate organization which will be in charge of ideas development related to all spheres of an organization's improvement. This group

will deal with the organization's projects development and their implementation. Playing a role of a "core" of a team, it will be aimed at achieving results through the search of ideas and innovations and their practical execution. The necessity to establish such kind of management team is twofold. Main tasks of this team will include, among others, the problem solving and resolving the issues related to deviation elimination in the development programs of an organization.

ТАУАРДЫҢ БӘСЕКЕГЕ ҚАБІЛЕТТІЛІГІН АРТТЫРУДАҒЫ ТИІМДІ ТЕТІГІ - ФИРМАНЫҢ МАРКЕТИНГ ЖҮЙЕСІН ЖЕТІЛДІРУ

Н.Р. Жантасова -

Алматы қ. Абай атындағы ҚазҰПУ

« Экономика және бизнес » кафедрасының аға оқытушысы

Кәсіпкер тек қана әлеуетті инвесторлар тарту үшін ғана емес, сондай-ақ бірінші жұмыс күнінен бастап дұрыс маркетингтік саясат жүргізу үшін жақсы ойластырылған маркетингтік стратегияға ие болуы қажет. Басқаша айтқанда, негізгі маркетинг - жоспар мен жақсы қаржылық стратегия маркетингтік саясат жүргізуге таптырмайды. Өкінішке орай, көптеген кәсіпкерлер маркетингтік қызмет қажеттілігін елемейді. Олар көңілдерін өнімнің немесе қызметтің өзіне бөледі де, ол тауар немесе қызметтің нарыққа кіруін дәл осы маркетингтік белсенділік қамтамасыз ететіндігін назардан тыс қалдырады.

Маркетинг – бұл тауар мен қызметті сатушыдан сатып алушыға немесе тұтынушыға жылжытуға бағытталған кәсіпкерлік белсенділік[9]. Бұл анықтама жылжытуды және тауардың таралуын маркетингтің мәні ретінде қарастыратындығын ескере кетейік. Маркетингі жай тауар өткізу деп түсіндіретін басқа маркетингтік анықтамалар да бар. Өкінішке орай кәсіпкерлердің кейбіреулері осы көзқарасты ұстануда, ал шын мәнінде маркетинг әр түрлі қызмет түрлерін қамтиды, олардың көбі өнімнің өндіріліп, тарату мен сатуға дайын болуынан әлдеқайда ерте басталады. Ірі және шағын фирмалардың маркетингтік қызметтері ең алдымен осы қызметтің масштабтары бойынша айқындалады.

Тауар маркетингі – фирманың тауашасын анықтауға, нарық әлеуетін өлшеуге және сатып алушылардың қажеттіліктерін қанағаттандыру арқылы маркетингтік мақсаттарға жетуге бағытталған кәсіпкерлік қызмет. Тауар маркетингі 2 компоненттен тұрады: маркетинг талдау және маркетинг кешен. Маркетингтік талдау келесілерді қамтиды: нарықты сегменттеу, маркетингтік зерттеу жүргізу және сатылымдарды болжамдау. Маркетингтік кешен келесідей элементтерден тұрады: өнімде, бағалар және тауарларды жылжыту мен тарату. Тарихта маркетингтік тәсілдің 3 түрі бар:

1. өндіріске бағдарланған тәсіл;

2. сатылуға бағдарланған тәсіл;
3. сатып алушыға бағдарланған тәсіл.

Бізде жылдар бой өндіріске бағдарланған бірінші тәсіл бар болды, бұл бір жағынан тауар қоймаларының толып кетуіне, ал екінші жағынан тапшылықтың пайда болуына әкеп соқты. Дамыған нарықтық экономикасы бар елдер XIX ғасырдың аяғында-ақ бірінші тәсілден екіншісіне өтіп кеткен және қазіргі уақытта үшінші концепцияны ұстануда, бұл критерийдің мәні барлық маркетингтік күш салулар тұтынушыларға бағдарланудан басталып, сонымен аяқталу керек. Фирма өз мақсаттарына қол жеткізу үшін осы тәсілді пайдалану қажет екендігі сөзсіз. Маркетингтік философияны таңдауға әсер ететін факторларды қарастырайық.

Бәсекелестік жағдайы фирманың бағдарлануына әсер етеді. Егер бәсекелестік айтарлықтай емес не мүлдем жоқ болатын болса және сұраныс ұсыныстан жоғары болса, әдетте фирма өндіріске шоғырланады және тиімді болады. Дегенмен бұл қысқа мерзімді жағдай, нарық молыққан соң толық сәтсіздік пен күйреуге ұшырауы мүмкін.

Екінші фактордың мәні кәсіпкердің қабілеттілігі мен мүдделерінде. Мысалға кәсіпкер өндірісті жақсы білуі мүмкін, бірақ өткізу мәселесінде білікті болмауы мүмкін. Ол санасыз түрде өзі жақсы білетін өндіріске көбірек көңіл бөлетін болады.

Үшінші фактордың мәні кәсіпкердің мақсаттарында. Егер кәсіпкер қысқа мерзімді мақсаттар бойынша жүретін болса, онда ол сатуға бағдарланған тәсілді пайдаланады. Мұндай жағдайда тұтынушылардың мүдделеріне жиі зиян келеді, себебі мәселе кез-келген бағамен тауарды өткізуде. Бұл жағдай Қазақстанның заманға сай нарығына да тән, себебі көптеген кәсіпкерлер ол мезеттік мақсаттарға бағдарлана отырып, қалай болғанда да пайда табуға тырысады. Ал болашақ – бұл тұтынушыларға бағдарланған тәсілде, бұл жалғыз ғана ұзақ мерзімді стратегия, ол тұтынушылардың қажеттіліктерін қанағаттандыруға бағытталады.

Маркетингтік талдау элементтерін толығырақ қарастырайық.

Нарықты сегменттеу – бір нарықты қажеттіліктері бірдей тұтынушыларды біріктіретін бірнеше нарықтарға бөлу. Нарықты сегменттеудің 3 тәсілі бар:

- сегменттелмеген тәсіл;
- көп сегментті тәсіл;
- бір сегментті тәсіл.

Бизнес бүкіл нарықты бір нарық деп қарастырған кезде нарықтың сегменттелмеген тәсілі пайдаланылады, мұндай тәсіл жаппай маркетинг деп те аталады[7]. Егер барлық тұтынушылардың тауарға немесе қызметке деген талаптары бірдей болатын болса, мұндай стратегия табысты болуы мүмкін. Анағұрлым немесе азырақ қарапайым тауар өндірісінде осы стратегияны пайдалануға болады.

Көп сегментті тәсіл тұтынушылардың әр түрлі қалауларына қарай нарықты бірнеше сегменттерге бөлуді және әрбір сегмент үшін тиісті

маркетингтік саясат дайындауды қажет етеді. Мұнымен бірге фирма әрбір сегмент үшін маркетинг кешенін дайындау арқылы артықшылықтарға қол жеткізуі мүмкін, себебі әрбір сегментке маркетингтік кешен дайындау – бұл бағаны белгілеуде және алға жылжыту мен таратуда әр түрлі тәсілдерді пайдалану деген сөз. Фирма көп сегментті тәсілдің артықшылықтарына қарамастан бұл стратегияны өте сирек қолданады, себебі ресурстар мен маркетингтік күш жұмсаулардың әр түрлі сегменттер арасында ыдырап кету қаупі бар.

Бір сегментті тәсіл стратегияны дайындау кезінде нарықты бірнеше сегменттерге бөлуді, бірақ бизнес үшін ең тиімді болып есептелетін сегментте жұмыс істеуді ұйғарады. Фирма үшін әсіресе оның пайда болуының алғашқы сатысында, бір сегментті тәсіл ең оңтайлысы болып табылады, себебі ол барлық күшті бір өнімге шоғырландыру мен шектеулі ресурстарды жақсырақ пайдалануға мүмкіндік береді. Бір сегментте табысқа қол жеткізгеннен соң жаңа нарықтарға кіру оңай болады.

Нарықты сегменттерге бөлу кезінде кәсіпкер сегменттеу критерийлерін пайдалануы қажет. Сегменттеу критерийлерін көрсеткіштер ретінде қабылдау қажет, бұларға сай бір топ тұтынушылардың әрекеттері екінші топ тұтынушыларының әрекеттерінен ажыратылады. Нарықты сегменттеу кезінде, әдетте пайдалылық критерийлері мен демографиялық критерийі пайдаланылады. Пайдалылық критерийі – бір сегменттегі тұтынушылардың белгілі бір тауардан алатын пайдаларына қарай екінші сегмент тұтынушыларынан айыра білу критерийі. Мысалы, кейбір жанұялар компьютерді балаларының бос уақыттарын толтыру үшін, ал кейбіреулері жұмыс істеу үшін алады. Демографиялық критерийлер – тұтынушылар мен олардың сатып алу қабілеттіліктерін жасына, отбасылық жағдайына, жынысына және қызметіне қарай сипаттайтын көрсеткіш.

Сегменттеу стратегиясының тағы бір түрі – бұл нарық тауашасын табу. Нарық тауашасы деп, бәсекелестер тарапынан сатып алушылар қажеттіліктері жеткілікті түрде немесе қажетті деңгейде қанағаттандырылмайтын нарық сегментін немесе сегменттерін айтамыз. Нарық тауашасын пайдалана отырып, кәсіпкер өзін сыртқы нарық әсерінен оқшаулатуға тырысады, соның ішінде өз қызметін нарықтың белгілі бір мақсатты сегментіне шоғырландыру арқылы бәсекелестерінен де оқшаулануға ұмтылады. Бұл стратегия маркетингтің негізгі элементтерін пайдалану жолымен жүзеге асырылуы мүмкін, ол элементтер мыналар: өнімдердің бағасы, алға жылжыту және тарату. Қайта құрылған кәсіпорындардың көбісі нарықта өз орнын таба білмеу салдарынан сәтсіздікке ұшырайды. Тәуекелді азайту мен банкротқа ұшыраудың алдын алу мақсатымен кәсіпкерге нарық тауашасын таңдауда келесі ережелерді ұстану ұсынылады:

- бір сегмент таңдаумен шектелу;
- барлық күшті бір тауар немесе қызмет өндірісіне бағыттау;
- бір географиялық аймақпен шектелу;
- көңілді тауар мен қызметтің артықшылықтарына шоғырландыру.

Маркетингтік зерттеулер. Кез-келген бизнесті бастаудың алдында белгілі бір маркетингтік зерттеулер жүргізу қажет. Фирма талдау жүргізу олардың жаңа

өнімдер мен қызметтерді үйреніп, білуде әр түрлі тәсілдерді пайдаланатындығын көрсетті. Соның ішінде: тұтынушыларға ағымдағы сұрақтарды қою, әріптестеріне сұрақ қою, басқа кәсіпкерлерге сұрақ қою, белсенді сатып алушыларға сұрақ қою және жеке тәжірибелері.

Маркетингтік зерттеулерге маркетинг мәліметтерін жинау, өңдеу және талдап қорыту процесі деген анықтама беруге болады. Әдетте фирма ірі бизнеске қарағанда маркетингтік зерттеулермен аз дәрежеде шұғылданады. Бұл маркетингтік зерттеулерді жарым-жартылай немесе жеткіліксіз бағалау деп түсіндіріледі. Маркетингтік зерттеулерден бас тартудың екінші себебі- зерттеу қызметтерінің қымбатқа түсуі. Кәсіпкер зерттеулердің құны мен күтілетін пайданы салыстыруға мәжбүр болады. Дегенмен, кейбір жағдайларда маркетингтік зерттеулер шынында қажет, себебі несие беретін банктер мен басқа қаржы институттары несие беру үшін ұсынылып отырған бизнес-идеяны терең үйреніп, маркетингтік зерттеулердің нәтижесін пайдалануды талап етеді.

Маркетингтік зерттеулердің негізгі кезеңдерін қарастырайық.

1. Көрсетілген бизнеске қатысты ақпараттық қажеттіліктерді анықтау және ақпарат жинау (орналасқан жері, кәсіпкерлердің қалаулары).

2. Көрсетілген бизнеске қатысты жариялар мен баспасөзді үйреніп білу, былайша айтқанда екінші кезекті мәліметтерді саралау. Мұндай ақпарат көзі анағұрлым арзан және қол жетерлік. Ішкі ақпараттарға фирмадағы барлық мәліметтер жатады. Сыртқы ақпараттарға сауда қауымдастықтары мен ақпарат қызмет орындарының оқтын-оқтын шығарып тұратын, жария ететін ақпараттары мен мемлекеттік жарияланымдар жатады.

3. Алғашқы мәліметтерді жинау – бақылау мен сұрастыру әдістері арқылы жүзеге асырылады. Бақылау әдісі – зерттеу жүргізудің анағұрлым кең тараған әрі арзан әдісі болғандықтан фирма кең қолдануы әбден мүмкін. Сұрастыру әдісі респонденттермен пошта, телефон немесе тікелей әңгіме құру сияқты байланыс құралдары арқылы байланыс жасауға бағытталған.

4. Мәліметтерді өңдеу. Алынған мәліметтер кестелердің, карталардың, географиялық және статистикалық, тағы басқа да, әр түрлі талдап қорыту әдістерінің көмегімен өңделуі қажет. Қазіргі заманғы компьютер бағдарламалары бұл процесті айтарлықтай жеңілдетуге мүмкіндік береді.

Нарық әлеуетін бағаландыру. Фирма оның тауарлары мен қызметтеріне деген нарық потенциалы болған жағдайда ғана табысты деп саналады. Тұтынушылардың сұранысында жоқ өнімді таңдаған кәсіпкер сәтсіздікке душар болады, сондықтан ол алдын ала, белгілі уақыттан кейін ойның нақты сату көлемі қандай болатынын бағалай білуі қажет. Бұл зерттеуде нарықтық әлеует деп тұтынушылар тобын айтамыз, соның ішінде тек кез-келген өнім мен қызметке деген мұқтаждығы бар әлеуетті тұтынушылар ғана емес, сондай-ақ тиісті сатып алу қабілеті бар тұтынушылар да кіреді. Нарықтық әлеует көрсеткішінің тағы біреуі – белгілі уақыт аралығында осы нарықтағы болжамдалған сату көлемі, оны құндылық және натуралды түрде көрсетуге болады. Сонымен бірге сату көлемі қаншалықты дәл бағаландырылса, фирманың нарықтық әлеуеті соншалықты жақсы анықталады.

Сату көлемін болжамдауды қиындататын бірнеше себептер бар. Бірнеше жыл бойы жұмыс істеп келе жатқан және жыл сайынғы сату көлемі бойынша тәжірибесі бар кәсіпорындармен салыстарғанда жаңа кәсіпорын ашқан кезде сату көлемін жоспарлау әлдеқайда қиынырақ. Екінші себеп кәсіпкердің жеткілікті тәжірибесі мен болжамдаудың сандық әдістерін 20 пайдалану дағдыларының болмауы. Осындай шектеулерге қарамастан кәсіпорын сонау жоспарлау сатысында, болжамдалатын сату көлемін анықтауға тырысуы керек, себебі бұған тек пайданың көлемі ғана емес, сондай-ақ фирманың өмір сүру мәселесі де тәуелді.

Маркетинг-жоспардың негізгі бөлімдері келесі бөлімде қарастырылады, ал бұл жерде маркетинг жиынтығының өнім, баға, алға жылжу және тауарларды тарату сияқты элементтеріне толығырақ тоқталамыз.

Өнімдер. Өнім стратегиясын дұрыс дайындау үшін кәсіпкердің тұтынушы әрекетінің моделін жақсы білуі мен есте сақтауы өте маңызды. Өз тұтынушыларының іс-әрекетін бәрінен жақсы түсінетін кәсіпкерді немесе менеджерді ең көп табысқа жететін кәсіпкер деп есептеуге болады. Тұтынушы іс-әрекетінің негізгі кезеңдері мен оған ықпал ететін факторларды қарастырайық.

Қазіргі таңдағы теорияларға сәйкес, кәсіпкер белгілі бір тауарды алуға шешім қабылдаған кезде 4 сатыдан өтеді:

- Қажеттіліктерді ұғыну
- Ақпарат іздестіру және оны бағаландыру
- Тауар немесе қызмет алуға шешім қабылдау
- Тауар немесе қызметті алған соң қабылданған шешімді бағаландыру

Жоғарыда аталған сатылардың әрқайсысын толығырақ қарастырайық.

Қажеттіліктерді ұғыну. Тұтынушы алдымен белгілі бір өнімге деген қажеттілігінің бар екендігіне көз жеткізуі қажет, тек содан кейін барып сол тауарды немесе қызметті алу процесін бастауы керек. Кейбір тауарларға деген қажеттілік басқаларына қарағанда жиі туындайды. Бірақ бұл проблеманы анықтау сатысы кез-келген тұтынушы тәртібінде міндетті болып табылады. Өкінішке орай көптеген шағын фирмалар өздерінің маркетингтік стратегиясын шешім қабылдаудың анағұрлым кеш сатыларына бағдарлай отырып дайындайды, ал бұл уақытта тұтынушылар әлі қандай да бір тауарға немесе қызметке деген қажеттілікті сезіне қойған жоқ. Белгілі бір тауарға деген қажеттілікті ұғынуды жылдамдататын бір қатар факторлар бар, мысалы, қаржы жағдайының жақсаруы (еңбек ақының көбеюі); жан ұядағы жағдайлар (баланың дүниеге келуі); жаңа тауарлардың енгізілуі; тұтыну шамасына қарай тұрақты тауарлардың сатып алынуы (азық-түлік, жууға арналған заттар). Екінші жағынан бизнес тиісті маркетингтік саясат жүргізу арқылы қажеттілікті белгілеу мен анықтау процесінің жылдамдауына ықпал ете алады.

Ақпарат іздестіру және оны бағаландыру. Белгілі бір тауарды алуға шешім қабылдаудың екінші сатысы бұл сыртқы әрі ішкі көздерден тиісті ақпарат жинау және оны бағаландыру. Ақпарат іздестіру кезінде тұтынушы бағаландыру критерийлерін белгілейді, былайша айтқанда тауарды алу үшін ол қандай сапа

мен сипаттамаларға сай келуі қажет. Сондай-ақ кәсіпорындар, тұтынушылардың белгілі бір тауарды алу кезінде қандай критерийлерді ұстанатындықтарын білулері қажет.

Тауар немесе қызметті алған соң қабылданған шешімді бағаландыру. Тауар сатып алуға шешім қабылдау процессі сол тауардың алынуымен бітпейді. Тұтынушылардың осы кәсіпорын тауарларын одан әрі қарай сатып ала беруін қалайтын кәсіпорындар, тұтынушылардың тауарды сатып алғаннан кейінгі әрекеттерін саралаулары қажет. Егер сатып алушы алған затына қанағаттанбаса, оны қауіп-қорқыныш пен уайым сезімі жаулап алады, ол кейбір қолайсыздық жағдайын сезіне бастайды. Бұл жағдай алынған тауарларды бағаландыру мен тұтынушының келешектегі іс-әрекеттеріне кері әсер етеді. Мұндай жағдайда тұтынушы келесідей іс-әрекеттерге жол беруі мүмкін: сол тауарға қарсы жұрт алдында мәлімдеме жасау, жеке түрде шағым жасау, келешекте сол тауарды алудан бас тарту, жолдастары мен туыстарын сол тауарды немесе қызметті алудан алдын ала сақтандыру. Шағын фирмалар тұтынушылар тауарды алғаннан кейін де олардың әрекеттеріне баса көңіл бөлулері тиіс. Сондықтан жөндеу шеберханаларының бірінің менеджерінің күнделікті тұтынушыларына олардың алған қызметке қаншалықты қанағаттанғандықтарын білу мақсатында телефон соғуы кездейсоқтық емес.

Тауар немесе қызмет алуға шешім қабылдау. Тұтынушы қандай тауар алу қажет екендігін қорытып шығарғаннан соң сол тауарды қай жерден және қалай алу керектігін анықтауы қажет. Көптеген тауарлар каталогтар мен теледидар каналдарынан алынған ақпараттар арқылы таралады, басқалары сауда дүкендеріндегі бөлшек сауда торабы арқылы. Бұған қоса жүргізілген зерттеулер дүкендердегі тауарлардың 50 % кездейсоқ сатып алынатындығын көрсетіп отыр, былайша айтқанда тұтынушы дүкенге кірген кезде сол тауарды сатып алу мақсаты болмаған. Осы факторды ескере отырып, дүкен ішіндегі бөлім сатушыларының кәсіпке сай даярлануына және іштегі жабдықтауларға көп көңіл бөлу қажет.

Шешім қабылдау процессіне психологиялық әрі әлеуметтік факторлар әсер етеді. Алдымен психологиялық факторларды қарастырайық. Оларға қажеттілік, қабылдау, талап және қарым-қатынас сияқты түсініктер жатады.

Қажеттілік тұтынушы әрекетінің негізгі және жөнелту нүктесі болып табылады. Ол физиологиялық, әлеуметтік, психологиялық және рухани қажеттілік болып бөлінеді. Қажеттіліктің әрдайым туындауы бизнестің өмір сүруіне негіз болады. Сатып алушының іс-әрекетіне ықпал ететін қажеттіліктердің егжей-тегжейлі үйренілуі, маркетингтік стратегияны дайындауға ауадай қажет. Кейде адамдар әрдайым бір ғана тауар ала отырып, әр түрлі қажеттіліктерін қанағаттандырады. Мысалы, тұтынушы дүкеннен азық-түлік заттарын сатып ала отырып, тамаққа деген физиологиялық қажеттілігін қанағаттандырады. Бірақ тұтынушы сол тамақты ресторанның сатып алатын болса, ол әрі әлеуметтік әрі психологиялық қажеттілігін қанағаттандырады.

Қажеттіліктерді қабылдау - тұтынушының бір нәрсеге деген қажеттілігін ұғынуына ықпал ететін екінші бір психологиялық фактор. Тұтынушылардың

ұғынулары фирманың жұмсайтын күштерін ең төменгі шекке жеткізуі мүмкін. Егер тұтынушының белгілі бір тауарға деген нақты қалауы болатын болса, онда бұл кедергіні жеңу және оның қалауын басқа тауарға қарай бұру өте қиынға соғады.

Талап. Белгілі бір шекке жете отырып, қажеттіліктің қанағаттанбауы адамда уайым, ыңғайсыздық сезімін оятады және сол кері сезімдерді төмендетуге ұмтылдырады. Сонымен талап – адамды өз қажеттіліктерін қанағаттандыруға бағыттайтын мақсатты қозғаушы күш. Маркетинг қажеттіліктердің туындауына ықпал ете алмайды, бірақ оның көмегімен адамның талаптануына әсер етуге болады.

Қарым-қатынас адамның біліміне, сезіміне және жүріс-тұрысына негізделген, ұзақ уақыт бойы жалғасып келе жатқан пікір. Белгілі бір тауарға немесе қызметке немесе фирмаға деген қарым-қатынастың теріс болуы тауардың тұтынушыларға қарай жылжыуына маңызды кедергі болуы мүмкін, сондықтан әр бір нақты тұтынушының қарым-қатынасынан қаланатын фирма мәртебесіне кәсіпкерлер ерекше көңіл бөлулері қажет.

Тұтынушылардың іс-әрекеттеріне әсер ететін әлеуметтік факторларға әдет-ғұрып факторлары, белгілі бір қоғамдық тапқа жату және топтар мен жетекші адамдардың әсер ету факторлары жатады. Бірақ әрбір фактордың әр түрлі дәрежедегі агрегат болып табылатынын ескеру керек, олар: мәдениет көптеген адамды қамтиды; топтар мен әлеуметтік топтар – бұл адамдардың шағын бірлестіктері және соңғысы жетекші адамдар – бұл тұтынушы әрекетіне әсер ететін жекеленген адамдар.

Белгілі бір әлеуметтік тапқа жату тұрмыс деңгейі мен әлеуметтік бағдарлары бірдей адамдар тобын білдіреді. Негізінен тұрмыс қалпы табыс деңгейімен анықталады, бұл өз кезегінде белгілі тауарлардың белгілі тұрмыстық қалып рәмізіне айналуына алып келеді. Кейбір тауарлар үшін, мысалы, буып түйетін пакеттер үшін халықтың әлеуметтік топтарын талдау міндетті емес, бірақ автомобиль немесе таңдаулы мебель сатылатын болса, онда мұндай талдау жүргізу қажетті болып табылады. Себебі бұл аймақтағы қымбат тауарларды сатып алуға дайын, төлем қабілеті бар тұрғындар санын анықтауға мүмкіндік береді. Тұтынушыларды талдаған кезде мамандық, білім деңгейі, меншікке ие болу сияқты және т.б. критерийлер қолданылады.

Топтың әсер ету факторы әдетте жұмысшы ұжымдарында, оқу топтарында, қызметтес, әріптестер топтарында және осыған ұқсас басқа да бірлестіктерде пайда болды. Адамдардың әрекеттеріне топ әсерінің бар екендігі салыстырмалы түрде жақында белгіленді. Маркетингтік стратегияны жүргізу кезінде бұл әсер етудің неге болатындығын түсіну ғана емес, сонда-ақ оны тауар немесе қызметтің жылжуында пайдалану қажет. Топтың әсер етуі жекеленген индивидтің басқалар сияқты болуға, сол топта сұранысқа ие тауарларды алуға ұмтылуымен жиі түсіндіріледі. Осындай маркетингтік саясаттың тікелей жұмыс орындары мен еңбек ұжымдарында жүргізілуі ереже бойынша үлкен табыс әкеледі.

Идеяларды іздестіру және жинау. Фирманың техникалық бөлімі мен сату бөлімі; мемлекеттік және жеке патенттер; өнім мен бәсекелестердің жарнамасы;

тұтынушылардың қалаулары мен қажеттіліктері жаңа идеялардың көзі болуы мүмкін.

Бизнес-талдау өнімнің дамуының екінші сатысы болып табылады. Өнімнің дамуына немесе пайда болуына байланысты идеялардың әрбірі қаржылық көзқарас бойынша егжей-тегжейлі зерттелуі шарт. Шығындар мен табыстар, шығындалмау нүктесін талдау әдісін пайдалану арқылы белгіленіп, талдануы қажет. Пайда әкелмейтін кез келген идея әлі сонау бизнес-талдау сатысында-ақ алынып тасталуы керек. Бизнес-талдау жүргізуде ескерілетін 4 факторды қарастырайық.

Жаңа өнімнің қазіргі таңда бар өндіріс салаларымен қарым-қатынасы. Әдетте жаңа өнімдер қазіргі таңдағы өнімдерге қосымша ретінде дайындалады. Егер де өнім негізінен жаңа болатын болса, онда бұл технологиялық процеске айтарлықтай өзгерістер енгізіп, тарату мен жылжыту арналарына қозғалыс әкеледі.

Дамыту мен енгізу құны – жаңа өнімді енгізу кезіндегі екінші фактор болып табылады. Бұған өнімді жобалау қажеттілігі, маркетингтік зерттеулер және тауардың жылжуына сондай-ақ патент, құрал-жабдық, құрал сайман алуға кететін шығындарға байланысты барлық шығындар жатады. Өнімді дайындауды бастау мен оның пайда әкелуіне дейінгі уақыт орташа алғанда 1-ден 3 жылға дейін. Кадрлар мен Мамандар. Егер жаңа өнім жаңа құрал-жабдық сатып алуды және онымен жұмыс істейтін жаңа мамандарды қажет етпесе, оны енгізу анағұрлым оңай болады.

Бәсекелестік деңгейі жаңа өнімнің пайда болуы мақсатты нарықта бәсекелестіктің күшеюіне алып келуі мүмкін. Жүргізілген зерттеу жұмыстары бойынша енгізілген жаңа өнімнің нарықтағы жаулап алған үлесі 5%-дан көп болған жағдайда ғана табысқа жетеді деп есептелуде. Егер жаңа өнімнің тұтынушылық қасиеттері бәсекелестерінің шығарған өнімдерінің тұтынушылық қасиеттерінен асып түсетін болса немесе тауардың бағасы бәсекелестердің тауарларының бағасына қарағанда айтарлықтай арзан болатын болса, бұл жаңа өнім барынша қадырлі болмақ.

Жалпы өнімнің дамуы. Өнім дамуының бұл сатысында тауардың аты, буып-түюі, бағасы және тауардың алға жылжуы жоспарланады.

Өнімнің апробациясы. Бұл сатыда өнім лабораториялық тексеруден өтеді және сенімді болу үшін шектеулі маркетингтік зерттеулер жүргізіледі.

Жарнама – бұл бұқаралық ақпарат құралдарының көмегімен, соның ішінде теледидар, радио, газет, журнал, плакат және т.б. арқылы тауарлар мен қызметтердің таныстырылуы. Жарнама жасау қызметі – шағын бизнес маркетингінің ең маңызды компоненті болып табылады. Жарнамалық қызметтің 2 түрі бар: бірі – тауар мен қызметті жарнамалау, екіншісі – бизнестің өзін жарнамалау. Негізінен шағын бизнес тауар мен қызметтерін жарнамалауға тырысады. Бизнес жарнамасы оның төңірегінде қоғамдық пікірді қалыптастыру және бизнестің мәртебесін көтеру мақсатында жасалады. Жарнамалық қызметті жиі жүзеге асыру маңызды мәселелердің бірі болып табылады. Кәсіпорынның тауарлары мен қызметтеріне қызығушылықты әрдайым

қолдап отыру мақсатымен тұрақты түрде азды- көпті жарнама жасап тұрудың қажет екендігіне сөз жоқ. Бір-ақ рет қолданылатын жарнамалар алдын ала жоспарланған жылжыту бағдарламасының құрамына жатпайды, олардың тиімділігі аз, ал кейде мүлдем пайдасыз.

Маркетингтік бөлімді атқаратын қызметтеріне байланысты үш бағытқа бөліп қарастыруға болады. Бұл бағыттардың фирманың стратегиялық даму мақсаттарына сай болуын және оларды жүзеге асырудағы тиісті ықпалын басты назарда ұстаған жөн. Маркетингтік бөлім бастығына қарасты бұл қызмет жүйесінің бірінші бағыты маркетингтік зерттеулер мен фирманың дамуын болжауын жұмыстарымен байланысты болуы тиіс.

Тауарды жылжыту саясатын жүргізу кезінде жарнама құралын тандау да айтарлықтай маңызды фактор болып табылады. Бұл жерде бәрінен де, жарнамаға салынған қаражаттардың ең көп өтеулі принципін ұстанған дұрыс болады. Көбінесе кәсіпорындар жарнама жасау құралдарының бір ғана түрін емес, олардың комбинацияларын таңдауды қалайды, мысалы, теледидар мен газет; радио мен журнал және т.б. Кәсіпкер жарнама жасағанға дейін жарнама құралдарының әрбірінің артықшылықтары мен кемшіліктерін жақсы білетін болуы қажет. Бұл сұрақтардың бір бөлігіне жауап беруге көмектеседі. Сатуды ынталандыру да тауарды жылжыту бағыттарының бірі болып табылады және не тұтынушыларға тікелей қызмет көрсетуге, не жарнама құралдарына жатпайтын әдістерді қолдануды ұсынады. Сатуды ынталандыру әдістерінің кейбіреулеріне тоқталайық: тұтынушыларды тарту үшін арнайы тауарларды, бұқаралық ақпарат құралдарын және әр түрлі көрмелерді пайдалану.

Тауардың таратылуы, тауарды тұтынушыларға дейін жеткізуді білдіреді. Маркетинг теориясында тауардың таратылуы, тауардың тұтынушыларға дейін жылжытуы мен жеткізілуі ретінде қарастырылады және логистика деп аталады, ал тауарларды жеткізу жолдарын – тарату арналары деп атайды. Тарату арналарының тікелей және делдал торы арқылы тарату түрлері бар. Делдалдарға көтерме және бөлшек сауданы, агенттер мен брокерлерді жатқызуға болады. Фирма тауарларды жеткізіп салу жүйесін дайындау кезінде 3 факторды ескерулері қажет: жеткізіп салу құны, тұтынушыларды жаулап алу дәрежесі және тауардың өткізілуіне бақылау жасау деңгейі. Тікелей жеткізіп салулар көбірек қалаулы болып табылады. Деген пікір де айтылып жүр. Расында да олар үлкен бақылауды жүзеге асыруға және тұтынушылармен тығыз байланыс жасауға мүмкіндік береді. Алайда, делдалдар торы арқылы тарату кейде шығындарды төмендетуге және өнімді тұтынушылар санын айтарлықтай көбейтуге мүмкіндік береді.

Резюме

В статье рассматривается совершенствование системы маркетинга фирмы, а также решение для повышения конкурентоспособности товара. Указаны важнейшие знания моделей потребительского действия предпринимателя для правильной подготовки стратегии продукта.

Summary

In this article improvement marketing systems of the company – was discussed suitable decision for addition of competitiveness of goods. The most important keeping is shown Together with that in memories and good knowledge of the models of the consumer action of the businessman for correct preparing the product strategies.

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ПРЕОБРАЗОВАНИЯ НАУЧНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СФЕРЫ

К.Ж.Кадырова –

ст.препод.кафедры «Маркетинг» КазНПУ им. Абая

Институциональными преобразованиями в научно-образовательной сфере являются переход от государственной к многообразию форм собственности, переход на платное оказание образовательных услуг, введение кредитной технологии обучения, в том числе дистанционного обучения, переход к системе менеджмента качества, ЕНТ.

В 90-е годы приватизация национальной экономики Казахстана затронула и научно-образовательную сферу. Многие научные и образовательные структуры подверглись приватизации и стали частными. Например, практически все дошкольное образование, большая часть среднеспециального и высшего образования стало частным.

В общем количестве высших учебных заведений доля частных превышает количество государственных учреждений. Если 62% вузов являются частными, то 38% государственными.

Все высшие учебные заведения республики подразделяются на 3 вида, различающиеся в основном масштабами деятельности и направлениями специализациями : университет, академия, институт, а также приравненные к ним (консерватория, высшее училище).

Отечественные университеты имеют различную форму собственности, 6 из них за особый вклад в подготовке квалифицированных кадров имеют статус национального университета, в том числе КазНПУ им.Абая.

В то же время в высшем образовании произошла мода на «университетизацию» вузов. В республике оказывают образовательные услуги 84 университета или 58,3%. Практически две трети вузов приходится на университеты.

Это «серьезный» перекоп в структуре организационных форм вузов. Так, академик К.Нарибаев пишет, «что происходит слепое копирование зарубежного опыта. Казахстан идет по пути повсеместной университетизации потому, что за рубежом вузы называют университетами, и что там, якобы не будут признавать наши институты в качестве высшего учебного заведения. Были объединены институты самых разных, иногда самых несовместимых профилей и направлений.

Теперь эти многопрофильные университеты готовят по более чем на 100 специальностям. Прежние факультеты были сокращены до масштаба кафедры, а кафедры стали многопредметными (до 50-70 дисциплин). Один педагог ведет занятия по 5-7 предметам. Так происходит разрушение вузовских научных школ, создававшихся десятилетиями»/1/

Для решения проблемы диспропорциональности структуры организационных форм вузов следует провести их оптимизацию по критерию соответствия требованиям университетов. Рациональным видится количество университетов в Казахстане не более 10-15.

В Республике Казахстан имеется 23 академии, которые реализуют образовательные программы высшего профессионального образования для определенной области производственной, научной и научно-педагогической деятельности. Например, Академия гражданской авиации, Академия бизнеса моды «Сымбат».

На наш взгляд, понятие «академия» несет в себе не только педагогическое, но и в большей степени научное содержание. Поэтому академиями должны быть не только просто вузы, а являющиеся научно-образовательными центрами, выполняющие научные исследования преимущественно в одной из областей науки или культуры. В этом будет заключаться отличие академии от других организационных форм вузов. Это позволит поднять статус академии, как организационной формой вуза. Для решения поставленной задачи необходимо провести оптимизацию действующих академии по критерию «научности». Рациональным видится количество академии в Казахстане не более 5-10.

Действующее в республике 33 института, осуществляют образовательные программы высшего профессионального образования для определенных областей деятельности. Например, Алматинский институт энергетики и связи, Атырауский институт нефти и газа, Казахстанский институт менеджмента, экономики и прогнозирования.

В Республике Казахстан имеется ряд вузов в сфере культуры. Например, Казахская национальная консерватория им. Курмангазы, Казахская национальная академия музыки, Казахская национальная академия искусств им. Т.Жургенова, КазНПУ им. Абая.

Другими видами отечественных высших учебных заведений являются вузы оборонного характера. Например, Петропавловское высшее военное училище внутренних войск МВД РК (негражданское высшее учебное заведение).

Развитие конкуренции стимулирует повышение качества образовательных услуг, повышение активности учебных заведений. В частности, ряд учебных заведений осуществляет подготовку специалистов по программе «Двухдипломное образование»: Евразийский национальный университет им Л.Н.Гумилева, Казахский национальный университет им.Аль-Фараби, Казахский национальный технический университет им. К.Сатпаева, Казахский экономический университет им. Т.Рыскулова, Казахский гуманитарно-юридический университет, Международная академия бизнеса, Казахстанско-Американский свободный университет, Казахстанско-Немецкий университет.

Также ряд отечественных учебных заведений осуществляют обучение на иностранных языках в соответствии с современными требованиями международных стандартов к качеству выпускаемых специалистов. Например, Казахский национальный университет им.Аль-Фараби, Евразийский национальный университет им Л.Н.Гумилева, Казахский университет международных отношений и мировых языков им Абылайхана, Казахстанско-Британский технический университет, Казахстанско-Немецкий университет, Университет международного бизнеса, Казахстанско-Американский свободный университет.

Для привлечения внимания потребителей многие негосударственные вузы осуществляют различные поощрительные программы для студентов, имеющих отличную успеваемость, активное участие в учебной, общественной деятельности.

Наибольшее количество высших учебных заведений – 34%, располагается в г.Алматы. Это связано с особым статусом Алматы, как научно-образовательного центра.

В сфере образования произошел перекос в сторону рыночных принципов развития и ограничения участия государства. Например, государственные расходы на образование в Казахстане составляют всего лишь 3,8% ВВП.

Государственные расходы в Казахстане находятся на уровне Таджикистана и Азербайджана. Высшее образование в Казахстане в основном платное, т.к. удельный вес его составляет 81%.

Однако мировой опыт свидетельствует: рост вузовского сектора в сфере образования западноевропейских стран в основном обеспечивался за счет наращивания государственного финансирования и увеличения его доли в бюджетных отчислениях на всю систему образования (табл.1).

Поэтому целесообразна новая стратегия развития образования в Казахстане на базе роста роли государства: на увеличение государственных расходов до 6% ВВП, а доли бесплатного высшего образования до 40%.

Таблица 1 – Финансирование системы образования по странам мира

Страна	Государственное финансирование,%	Частное финансирование,%
Австрия	91	9
Великобритания	82	18
Германия	90	10
Дания	62	38
Испания	73	27
Италия	89	11
Португалия	80	20

Франция	75	25
Примечание: Основы кредитной системы обучения в Казахстане / С.А.Абдыгаппарова, Г.К.Ахметова, С.Р.Ибатуллин и др.; Под общ.ред. Ж.А.Кулекеева, Г.Н.Гамарника, Б.С.Абдрасилова – Алматы: Казак университеті, 2004 - 198с.		

В некоторых наиболее популярных казахстанских вузах в 2009 г. стоимость обучения повысилась в 1,5-2 раза и более по сравнению прошлым годом. Например, год обучения в Казахском национальном техническом университете (КазНТУ) им. Сатпаева с 2009г. составляет 455 тыс. тенге на любые специальности. В 2008г. цена держалась на уровне 200 тыс. тенге.

Несмотря на высокую долю платного образования, а также повышение цен за обучение в высших учебных заведениях, качество отечественного высшего образования не всегда соответствует уровню цены. С ценовой политикой казахстанских вузов не согласен исполнительный директор Центра гуманитарной и политической конъюнктуры Н. Еримбетов: «Мои дети учатся в ведущих московских вузах – МГУ и МГТУ им. Э.Н.Баумана. Цены в этих вузах идентичны нашим при безусловно более высоком уровне образования российских университетах... цены в казахстанских вузах сильно завышены»/2/.

Причиной несоответствия цены и качества видятся в отсталости нашего образования от современных реалий. Многие отечественные педагоги советского периода, у которых нет ни желания, ни посылы к повышению квалификации. В первую очередь необходимо говорить о переподготовке преподавательского состава за границей. Сегодня все соблюдают негласные правила игры, когда многим студентам просто необходимо получить диплом, а преподавателю сделать вид, что они его выдали.

По мнению руководителя общественного фонда «Ар.Рух.Хак» Б.Торегожиной/3/: «в соответствии с Законом «Об образовании» изменение цен должно согласовываться с Министерством образования и науки РК и объясняться обществу. Но на практике это не выполняется. Процедура согласования длительная, многое решается «под ковром» и зачастую МОН РК ставят перед фактом. Кризис заставил правительство пойти на уступки в 2007г. во избежание студенческих волнений. Однако выполняется все из рук вон плохо. В частности, программа льготного кредитования студентов, осуществляемая совместно Фондом «Самрук-Казына», Министерством образования и науки РК и «Альянс Банком». Идея заключалась в предоставлении студентам, не имеющим возможности оплатить обучение, кредит на обучение от государства. На деле условия кредитования оказались равнозначными ипотечным займам. Студенты за свой счет должны были страховать кредит, собирать необходимые документы, которых в общей сложности – 27. Причем деньги выделяют только по семестрам и после сдачи сессии снова необходимо оформлять кредит. Волокита и высокая процентная ставка многих оттолкнули».

В Казахстане 144 вуза, в них учатся 633814 человек. Это очень много для страны, в которой всего лишь 16 млн.человек. От такого количества вузов

страдает качество самого высшего образования. По мнению Н.Еримбетова: «При СССР у нас не было такого количества вузов и студентов, потому что высшее образование было доступно не для всех – порог при поступлении был очень высокий. Окончить вуз было престижно, поэтому люди получив диплом сразу трудоустраивались и работали по специальности. Сейчас же, получить диплом может любой у кого есть деньги. В итоге у нас масса людей с дипломами о высшем образовании, которые не обладают нужными знаниями и навыками, но нет специалистов среднего уровня. А в Казахстан привлекают на работу профессионалов со всего мира».

Однако, как заметил Р.Алшанов, «сейчас вузы находятся в невыгодном положении. При сегодняшней цене невозможно пригласить зарубежных и даже казахстанских ведущих преподавателей. Лучших выпускников забирают компаний, которые могут предложить оклад в 1000-2000 долл., в то время как в университете средняя зарплата 300-400 долл США»/4/.

Как обобщающий вывод можно привести мнение академика С.Пралиева, что создание высокоэффективной системы профессионального высшего образования в соответствии с государственными и международными стандартами - все эти задачи объективно актуализируют вопросы поиска и нахождения качественно новой образовательно-научной парадигмы/5/.

В ходе приватизации в Казахстане практически свернулся сектор науки – НИОКР. Абсолютно большая часть научно-исследовательских, проектных в конструкторских организаций закрылось. Поэтому расходы государства на науку низко упали. Например, расходы на науку в последние годы в Казахстане составляют всего лишь 0,22% ВВП (рис.1). в тоже время порог устойчивости развития отрасли составляет 1,5%, а для обеспечения прогресса экономики и общества рекомендуемый уровень составляет не менее 2,5%. Япония, Швеция и другие страны тратят на развитие науки до четырех процентов и более/6/.

На ближайшую перспективу в Казахстане расходы государства на науку желательно довести до 1,5% ВВП, а на среднесрочную перспективу – 2,5% ВВП, долгосрочную перспективу – 4% ВВП.

Примечание – Лаврова А. Спасти науку – значит спасти будущее // Фокус, 11 июля 2009, с 10-11

Рисунок 1 – Затраты на НИОКР к ВВП в 2001-2008гг., %

Происходит сильное старение казахстанской науки: возраст 48% лекторов составляет более 70 лет, только 25% кандидатов наук имеют возраст менее 40 лет. Старшее поколение ученых постепенно уходит, а приток молодых крайне мал. Одной из причин, по мнению академика О.Сабдена, является низкая зарплата.

До сих пор не принят Закон «О науке», который может изменить положение к лучшему.

Для решения существующих проблем Институт экономики МОН РК предлагает создание Национального научного фонда Республики Казахстан – государственной корпорации, подчиняющейся непосредственно правительству и отвечающей за формирование и реализацию научно-технической политики страны.

В 1999г. Казахстаном, наряду с другими странами, подписана Болонская декларация об создании единого образовательного пространства, принятии сопоставимых целей для обеспечения академического и профессионального признания курсов, степеней возможностей трудоустройства отечественных выпускников из зарубежных рынках.

В связи с этим в новой редакции Закона РК «Об образовании» закреплён переход к трехуровневой структуре подготовки кадров: «бакалавр – магистр – доктор».

Первый уровень обучения (бакалавриат) продолжается 3-4 года, по окончании которого выпускнику присваивается степень бакалавра.

Прохождение второго уровня (магистратуры) в течение 1-2 лет обеспечивает присвоение степени магистра.

Третий уровень продолжительностью 3-4 года (докторантура), степень: присвоением степени доктора.

Разработаны государственные общеобязательные стандарты образования, позволяющие усилить требования к уровню подготовки выпускников, к структуре и содержанию образовательных программ, к объёму учебной нагрузки обучающихся, к кадровому, учебно-методическому, материально-техническому обеспечению образовательного процесса.

Важным компонентом общеевропейской системы высшего образования являются кредиты и введение системы зачетных единиц EuropeanCredoTransferSystem (ECTS), которая обеспечивает накопительную функцию и гарантирует признание полученного образования за рубежом.

Для каждой учебной дисциплины, с учетом ее значимости, объём работы определяется кредитный балл. В процессе обучения студентом накапливается определенное количество кредитов, необходимое для получения степени бакалавра или магистра.

В результате внедрения кредитной системы обучения многие отечественные вузы активно развивают международные связи с зарубежными университетами, осуществляют обмен студентами, ППС.

Одним из первых отечественных вузов, изучающих и внедряющих кредитную технологию обучения является КазНПУ им. Абая. В процессе внедрения кредитной системы обучения отечественными вузами разработаны новые стандарты образования, типовые программы, пересмотрены содержания учебных планов в соответствии с новыми запросами рынка, введены новые учебные программы, учебные курсы.

Внедрение кредитной системы обучения приводит к повышению роли самостоятельной работы студентов, что способствует выработке необходимых навыков саморазвития и критического свободного мышления. Для повышения эффективности использования часов самостоятельной работы студентов (СРС) принято сопровождать их часами самостоятельной работы студентов под руководством преподавателя (СРСП).

Кроме того, многими отечественными вузами в процессе внедрения кредитной системы обучения рассматривались вопросы обеспечения

академической свободы выбора студентов, которые имеют возможность самостоятельно формировать свою образовательную траекторию, выбирая преподавателей и изучаемый курс. Соответственно разрабатываются элективные курсы или учебные курсы по выбору, каталоги элективных дисциплин.

Кредитная система обучения стимулирует по-новому организовать учебно-методическую работу. Прежде всего, от ППС требуется создание учебно-методических комплексов (УМК), соответствующих современным требованиям. Учебно-методический комплекс включает: syllabus, активный раздаточный материал, материалы для контроля знаний.

На основе накопленного за последние годы опыта к настоящему времени определены методические основы организации образовательного процесса на основе кредитной системы обучения, сформулированы научно-методические требования к учебно-методическому комплексу, содержанию и структуре УМК: определены формы проведения промежуточной и итоговой аттестации.

Также преимуществом кредитной системы обучения является обеспечение постоянного совершенствования профессионального мастерства ППС, организации учебного процесса, изучения передового зарубежного опыта.

Структура контингента обучающихся в высших заведениях Казахстана дана в табл. 8.

Как видно из табл. 8 в структуре контингента обучающихся в высших учебных заведениях Казахстана низко доля магистрантов (1,7%). Поэтому на перспективу необходимо поставить в качестве приоритетной задачи подготовку обучающихся в высших учебных заведениях по программе магистратуры.

Для дальнейшего повышения эффективности применения кредитной технологии обучения необходимо:

- пересмотр нормативно-правовой базы деятельности ППС и методического комплекса, обеспечивающего достижение индивидуальной образовательной траектории студентов,
- повышение уровня информатизации учебного процесса,
- проведение в соответствие с кредитной технологией обучения действующих нормативов обеспечения обучающихся учебной литературой,
- поддерживать необходимую логическую последовательность в изучении дисциплин, в том числе за счет введения понятий пререквизитов и постреквизитов, а также соответствующей подготовки эдвайзеров и тьюторов.

В Казахстане традиционным становится для выпускников средних школ ЕНТ (единое национальное тестирование). По данным МОН РК ЕНТ включает в себя функции:

- выпуск из школы,
- оценка ученика,
- работы классного руководителя и директора школы,
- деятельность районных и областных отделов образования.

В 2009 году средний балл ЕНТ по Республике составил 74,0. В тестировании приняли участие 106805 выпускников. Из них 64538 выпускников казахскоязычных школ, 42267 русскоязычных. Необходимое участие в ЕНТ

приняли школьники Алматы – 90,5%, Восточно-Казахстанской области – 89,2%, Павлодарской области – 87,6%, Костанайской – 69,6%, Кызылординской – 73,3%, Мангистауской – 71,9%.

Более 11 тыс. выпускников набрали свыше 100 баллов, 15476 не преодолели пороговый уровень в 45 баллов.

Практика ЕНТ показала ее недостатки, которые снижают уровень образования нашей молодежи. Разница значений между максимальным средним баллом лучшей школы и минимальным средним баллом худшей школы составляет 1,7 раза, что свидетельствует о существовании дифференциации в качестве преподавания учебных дисциплин. К ним относится так же, концентрирование внимания в школах только на предметах входящих в ЕНТ, в ущерб другим предметам.

Поэтому одной из решений проблем ЕНТ является разделение итоговой аттестации в школах и поступление в вуз. Однако, это потребует большую работу, т.к. поменяются программы. Надо будет разработать школьные программы для выпускников и вступительных в вуз. В идеале для проверки знаний абитуриентов необходимо проводить и тестирование, и устные ответы. Эксперты считают, что только в этом случае можно реально определить подготовку будущего студента. «Есть предметы, которые действительно подлежат тестированию, но некоторые предметы, особенно гуманитарные и экономические дисциплины, предлагают опрос в диалоговом режиме. Здесь необходимо понять мышление человека. Студент должен мыслить, а не угадывать», - считает А.Сатмурьев.

Удачная сдача тестирования дает возможность поступить на платной или грантовой основе в вуз. В 2009 г. 64 тыс. выпускников приняли участие в конкурсе на получение гранта. Кроме того, на гранты претендовали 11 тысяч выпускников прошлых лет, не сумевших поступить в вузы своевременно «по личным обстоятельствам». В 2009 г. государство выделило абитуриентам 33840 грантов (табл. 9), но заявок поступило почти вдвое больше – 75 тысяч, т.е. на один грант конкурс составляет 2,2 человека.

В 2009 г. по данным МОН РК, значительно сократился объем госзаказа по специальности «экономика» и «юриспруденция».

В то же время увеличен объем госфинансирования на технические, сельскохозяйственные, медицинские, ветеринарные специальности. Увеличен объем финансирования по группам специальностей «искусство», «услуги», «гуманитарные науки». Один образовательный грант теперь «стоит» 250 тыс. тенге в год.

В нынешнем году 11 тыс. грантов выделены специально по поручению Президента Н.А.Назарбаева для поощрения особо отличившихся абитуриентов: кроме того, это дополнительные мера для поддержки поступающих из малообеспеченных семей. По словам представителя МОН РК, студенты, обучающиеся на гранты, не только освобождаются от оплаты за обучение, но и получают стипендию в 10 тыс. тенге и право бесплатного проезда домой на каникулах.

Возросли шансы на бесплатное обучение и у тех будущих студентов, которые в стремлении получить знания решили отправиться в соседнюю Россию. Информационное агентство «Интерфакс Казахстан» сообщило, что правительство Российской Федерации в 1,5 раза увеличило прием иностранных граждан на бюджетные места в российских вузах. И это несмотря на мировой экономический кризис.

На сегодня в России по бесплатной квоте обучается около 200 студентов из Казахстана. Всего в российских вузах получают 16000 казахстанских студентов. При этом предпочтение неизменно отдается престижным вузам Москвы, Санкт-Петербурга и других крупных российских городов, таких как Новосибирск, Томск, Омск, Екатеринбург.

С 2009 г. действует новые правила – иностранцы могут попасть в вузы РФ со своими школьными аттестатами. Российские вузы и техникумы обязаны принимать школьные аттестаты прибывших из стран СНГ абитуриентов, не требуя документов о признании аттестатов в РФ.

Выросло и число студентов, получивших возможность обучаться по международной программе «Болашак». Из перечня приоритетных отдают предпочтение таким специальностям, как информатика, информационные системы, ГИС - технологии, экономика, телекоммуникации, энергетика, государственная политика, медицинские специальности, охрана окружающей среды, природопользование, экология, статистика. Большинство претендентов пожелали учиться в США, остальные – Канаде, Великобритании, Сингапуре, Малайзии, Китае, Чехии, Германии, Франции, Австралии, России, Японии, Швейцарии, Израиле.

Со дня учреждения программы «Болашак» обладателями этой стипендии стали около пяти тысяч человек.

Однако не является секретом, что часть молодежи, получившей образование на бюджетные деньги под различными предлогами остается за рубежом. Происходит оттек «мозгов», что наносит урок национальным интересом Казахстана.

Список используемой литературы:

1. *Нарибаев К.Н. Проблемы реформирования высшего образования в Казахстане в условиях глобализации / Под ред. О.Сабдена. – Алматы: Институт экономики МОН РК, 2007. – 30с.*
2. *Дмитриева Е. Постояли за ценой // Бизнес и власть. – 2009. – 26 июля. – С.7.*
3. *Ромашкина С. Наше образование – ширпотреб из Китая // Фокус. – 2009. – 28 июля. – С.11.*
4. *Дмитриева Е. Постояли за ценой // Бизнес и власть . – 2009. – 26 июля. – С.7*
5. *Пралиев С.Ж. Предисловие к международной научно-практической конференции «Модернизация высшего образования и науки: пути и перспективы инновационного развития». – Алматы: КазНПУ им.Абая, 2009. – С.3*

6. Лаврова А. *Спассти науку – значит спассти будущее* // Фокус. – 2009. – 11 июля. – С.10-11.

Түйін

Институционалдық өрнектеулермен ғылыми-білім беретін салаға жеке меншік түрлерінің мемлекеттік алуан түрлілігіне, білім беретін қызметтердің ақылы көрсетуіне өткел, үйренуді несие технологиясының кіріспесі өткелдер болып табылады, соның ішінде дистанциялық үйрену, сапаның менеджментінің жүйесіне өткел, ҰБТ.

Summary

Institutional transformations to scientifically – educational sphere are transition from state to variety of patterns of ownership, transition to paid rendering of educational services, introduction of credit technology of training, including remote training, transition to quality management system, EHT.

МАКРОЭКОНОМИКАЛЫҚ РЕТТЕУ

МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ

ОСНОВНЫЕ ПРИОРИТЕТЫ ВЫЖИВАНИЯ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

Ш.О. Момынкулова –

к.э.н., м.о. доцента кафедры «Экономика и бизнес» КазНПУ им.Абая

В любой стране мира легкая промышленность – это инновационной привлекательный сектор экономики, который по уровню потребления стоит на втором месте после промышленности продовольственных товаров, что определяет ее высокую значимость.

Ведущие мировые страны уделяют особое внимание развитию отрасли и оказывают ей существенную инвестиционную поддержку. Это определяет ее огромную роль в обеспечении экономической и стратегической безопасности, занятости трудоспособного населения и повышения его жизненного уровня в новых геополитических условиях. В этих странах реализуются программы поддержки, законодательно защищается внутренний рынок и интересы отечественного производителя. Это, прежде всего, потому, что отрасль связана со многими смежными отраслями и обслуживает весь хозяйственный комплекс страны, обеспечивает высокую занятость населения. Среди особенностей отрасли можно выделить быструю и высокоэффективную отдачу вложенных средств, традиционное использование женского труда.

Легкая промышленность в Казахстане представлена текстильной, швейной, трикотажной, кожевенно-меховой и обувной отраслями.

На сегодняшний день в этой отрасли более 80% предприятий – это субъекты малого и среднего бизнеса, при этом около 80% предприятий отрасли оснащены устаревшим оборудованием, загруженность которых составляет 40%.

Общая тенденция развития отрасли характеризуется снижением её доли в объёме промышленности страны, что сопряжено с сокращением рабочих мест, вытеснением отечественного товаропроизводителя с внутреннего рынка зарубежными производителями, что приняло катастрофический характер.

На сегодняшний день в структуре выпускников продукции, наряду с производством тканей, одежды, обуви, трикотажных, чулочно-носочных и меховых изделий, головных уборов, высок удельный вес производства хлопка волокна, вещевого имущества для силовых ведомств. Отрасль обеспечивает также потребности населения в изделиях медицинского назначения и хозяйствующих субъектов в специальной, рабочей одежде и обуви, средствах индивидуальной защиты.

Доля Казахстана на мировом рынке текстиля, одежды и трикотажа очень низка. Внутренний рынок формируется за счет импорта, возможно «челагоками» или контрабандным путем. В ресурсах потребительских товаров легкой промышленности доля отечественной продукции на импорта, недостаток оборотных средств, нарастающие долги предприятий перед бюджетом и поставщиками, низкий уровень технического состояния оборудования, его моральный и физический износ, отсутствие интереса предпринимателей вкладывать инвестиции в легкую промышленность тормозят развитие отрасли. Высокие ставки кредитования не позволяют предприятиям пользоваться кредитами банков, в свою очередь банки не идут на кредитование предприятий отрасли, осыпаясь на риски.

Сегодня финансирование развития легкой промышленности, являющейся основой экономического благополучия страны, не производится в достаточной мере. Так, например, вложения инвестиций в основной капитал имеют тенденцию к снижению с 2006 года. Это наглядно можно продемонстрировать в таблице 1.

Таблица 1 – Инвестиция в основной капитал, млн. тенге

№	Виды деятельности	2004	2005	2006	2007	2008
1	Текстильное производство	6873	7692	6256	3116	359
2	Производство одежды, выделка и крашение меха	255	168	435	437	179
3	Производство кожи, изделий из кожи и производство обуви	169	645	1669	1273	116

Источник: Агентство Республики Казахстан по статистике (Статистический ежегодник «Казахстан в 2008 году»)

Крайне остро стоит вопрос с обеспечением занятости населения. Если в 2005 году число работающих в легкой промышленности составляло 20,0 тыс. человек, то по состоянию на 1 января 2010 года сократилось до 13,7 тыс. человек, что обуславливает рост социальной напряженности.

Затянувшийся кризис, который можно охарактеризовать ситуацию в легкой промышленности, сопровождается падением объемов производства. Только за период с 2005 по 2009 годы доля отрасли в структуре промышленности республики снизилась с 2,2% до 0,8%, при этом доля промышленности во внутреннем валовом продукте снизилась с 0,62% в 2005 году до 0,27% в 2009 году.

Объем промышленного производства в текстильной и швейной промышленности с 2006 до 2009 года снизился с 39,5 млрд. тенге до 22,9 млрд. тенге. В производстве кожи, изделий из кожи и в производстве обуви наблюдается увеличение объемов производства до 2008 года, а затем опять снижение (см. таблицу №2).

Таблица 2 Объем промышленного производства по видам экономической деятельности (млрд. тенге)

№	Отрасли промышленности	2005	2006	2007	2008	2009
1	Текстильная и швейная	39,759	39,564	28,548	24,720	22,7

	промышленность					
2	Производство кожи, изделий из кожи и производство обуви	1,78	2,13	2,58	2,96	2,60

Источник: Агентство Республики Казахстан по статистике (Статистический ежегодник «Казахстан в 2009 году»)

В то же время товарооборот различной торговли по отдельным торговым группам представленным в таблице 3 показывает увеличение объемов потребления:

- Одежды на 20,4 млрд. Тенге или 17% в 2008г. По сравнению с 2007г.
- Текстильных изделий на 9,1 млрд. Тенге или 27%
- Обуви на 6,7 млрд. тенге или 9%

Таблица 3 – Товарооборот различной торговли по отдельным товарным группам (млрд. тенге)

№	Товарные группы	2005	2006	2007	2008	2009
1	Одежда	104,3	111,8	116,9	137,3	122,0
2	Текстильные изделия	28,4	31,1	33,0	42,1	31,0
3	Обувь	49,2	50,0	56,7	62,2	63,0

Источник: Агентство Республики Казахстан по статистике (Статистический ежегодник «Казахстан в 2009 году»)

В 2005-2008 годах наблюдается изменение удельного веса производства легкой промышленности в структуре обрабатывающей промышленности (таблица 4).

Таблица 4 – Удельный вес производства легкой промышленности (%)

№	Отрасли промышленности	2005	2006	2007	2008
1	Обрабатывающая промышленность	35,2	37	37,8	33,6
2	Текстильная и швейная промышленность	0,8	0,6	0,4	0,2
3	Производство кожи, изделий из кожи и производство обуви	0,03	0,03	0,03	0,03

Источник: Агентство Республики Казахстан по статистике (Статистический ежегодник «Казахстан в 2008 году»)

По состоянию на 1 января 2010 года в легкой промышленности страны зарегистрировано 1591 предприятий, из них активно действуют 526, в том числе 449 малых, 60 средних и 17 крупных.

Из общего количества действующих предприятий 54% составляют предприятия по производству одежды, 31% предприятий текстильной и швейной промышленности (производящие текстильные и швейные изделия, кроме одежды), предприятий по производству кожи и обуви составляют 9%, по производству одежды из кожи и меха – 6% /3/.

В основном предприятия легкой промышленности размещены в ЮКО 22%, Алматы – 21%, Алматинской области – 13%, в Астане - 6%.

Проведение исследование экономической ситуации в республике показало, что в отрасли имеются следующие проблемы и барьеры, мешающие развитию отрасли:

1) *Значительный износ оборудования и дефицит финансовых ресурсов.*

Одной из главных проблем является значительный износ основных фондов (до 80%) на предприятиях легкой промышленности. Вследствие отсутствия государственной поддержки, отраслевые предприятия не имеют достаточных средств для обновления основных фондов и продолжают работать на устаревшем оборудовании производя неконкурентоспособную продукцию. Из-за низкого технического уровня производственной базы ткацкого и прядильного производства в структуре производства хлопкового волокна, шкур животных. Немытая шерсть по бросовым ценам, в основном, нелегальная вывозится за пределы страны. Необходимо отметить, что при преобладании первичной переработки создается минимальная добавочная стоимость. Продукции первого передела, не находя местного сбыта, экспортируется по низким ценам. Второму переделу подвергается не более 3% сырья. Даже небольшие объемы производства продукции второго передела (ткани, пряжа, кожевенные товары) не имеют достаточного сбыта на внутреннем рынке из-за её неконкурентоспособности либо по качеству, либо по цене. Все это влияет на отставание отрасли в развитии третьего передела или конечного потребления. Налаживание полного цикла переработки сырья позволят в разы увеличить объем валовой продукции по сравнению с первичной переработкой.

2) *Высокий удельный вес импорта, ставший причиной усиления стратегической и товарной зависимости государства.*

Наличие большого количества импортной продукции из стран ближнего и дальнего зарубежья ставит отечественных товаропроизводителей в уязвимое положение. Импортируемая продукция, в основном из стран Юго-Восточной Азии и Китая, значительно ниже по цене и качеству, но при этом отвечает современным тенденциям моды и потому более конкурентоспособна.

Слабая протекционистская политика по поддержке отечественных товаропроизводителей со стороны государства, что способствует их вытеснению с внутренних товарных рынков.

3) *Кадровое обеспечение отрасли.*

Одной из потенциальных угроз будущему росту практически все компании называют дефицит квалификационных кадров. В настоящее время в стране снижается количества обучающихся студентов по инженерно-техническому направлению для отраслей легкой промышленности в высших и среднеспециальных учебных заведениях, так как в условиях Казахстана данные специальности не востребованы.

Другая причина – слабая подготовка рабочих кадров, в связи с тем, что оборудование, на котором обучаются студенты, морально устарело.

Производители предлагают улучшить подготовку кадров в этой области и сделать финансирование подготовки за рубежом одним из национальных приоритетов.

4) *Низкая конкурентоспособность выпускаемых продукции.*

Наличие на большинстве предприятий физически и морально устаревшего оборудования, для обновления которого необходимы огромные инвестиции, в связи с чем, предприятий не могут производить конкурентоспособные товары даже для внутреннего рынка.

5) *Недостаточный опыт в сфере разработки торговых марок, их регистрации и продвижения на внешние рынки.*

В Казахстане недостаточная поддержка национальных марок, создание которых требует большой трудоемкости, более высокой доли интеллектуального труда, нежели торговля импортными изделиями. При этом существует дефицит финансовых и кадровых ресурсов, нет быстрой реакции на технологические нововведения и грамотной систематической работы по развитию отечественного брендинга.

6) *Отсутствие гарантированных рынков сбыта продукции.*

Предприятия сталкиваются с проблемой сбыта своей готовой продукции, поскольку ее реализации. Перебивает импорт, причем нередко контрабандный.

Для развития отечественных производителей, организации современных предприятий и привлечения инвесторов, отсутствует система долгосрочных гарантированных заказов со стороны государства и соответствующих возврата инвестиций. Кроме того, имеющиеся правила проведения государственных закупок позволяют посредническим фирмам оказываться победителями, деятельность которых, как правило, вызывает сомнения вследствие отсутствия производственных мощностей и соответствующих инфраструктуры.

7) *Отсутствие интегрированной информации о тенденциях развития внутреннего и внешних рынков, о системах сертификации стран дальнего зарубежья, недостаточное информационное обеспечение малого предпринимательства.*

Учитывая современные тенденции в сфере информационных технологий и СМИ, процесс получение информации в мире является легкодоступным, что создает условия для устарелого распространения информации о последних изменениях на мировом рынке.

Однако в настоящее время получение информации является, по мнению предпринимателей, весьма затруднительный. Так, для получения стратегических данных по производству необходимо зайти на один сайт, по экспорту-импорту – на другой, нормативно-правовой информации – на третий, при этом это сопровождается большим количеством ссылок на дополнительные сайты.

В целях предоставления комплексной информации, пропаганды достижений науки в сфере создания новых технологий и материалов, а также обучение методикам использования и конкретных адресов получения необходима оперативная и значительная поддержка субъектов предпринимательства через

Ассоциации, в том числе, отраслевые и Интернет – сайт торгово-промышленной палаты Казахстана.

В сложившихся условиях реальный выход видится только в подъеме отрасли собственными силами на основе имеющихся производственных, трудовых и природных ресурсов, насыщения внутреннего рынка отечественными товарами и услугами. При этом, в первую очередь, следует восстановить и развить легкую промышленность на базе глубокой переработки продукции животноводства и земледелия на инновационно -технологической основе и с помощью кластерных имуществ.

Проблема возрождения и развития легкой промышленности заключается в восстановлении взаимосвязи между сырьевой базой и обрабатывающими предприятиями, которые на сегодняшний момент представлены в основном малыми предприятиями, занимающиеся индивидуальным пошивом одежды и обуви, преимущественно из ввозимых материалов.

Как было предусмотрено в Государственной программе по форсированному индустриально-инновационному развитию Республики Казахстан на 2010 – 2014 годы: «Для успешного развития легкой промышленности в Казахстане имеются благоприятные факторы и предпосылки – в Южно – Казахстанской области ежегодно собирают 400 – 450 тыс. тони хлопка-сырца, производство в стране натурального сырья – хлопкового волокна (130-170 тыс. тн/год), шерсть (15-20 тыс. тн/год) и более 7,5 млн. штук кожевенного сырья, возможность экспорта тканей и пряжи, одежды на мировые товарные рынки, где есть спрос на указанную продукцию из натурального сырья» /1/.

В программе также определены основные направления развития отрасли, которые состоят в следующем:

1) В предстоящий период основные направления развития отрасли связаны с созданием стимулов для модернизации и диверсификации производств по переработке местного сырья (хлопок, шерсть, кожа) в текстильной, швейной, кожевенной и обувной промышленности.

2) В целях создания продуктов с высокой добавленной стоимостью будут предусмотрены меры поддержки:

- подотрасли по производству шерстяных изделий для модернизации предприятий по первичной обработке шерсти в Актюбинской, Жамбылской, Алматинской и Восточно-Казахстанской областях, а в Алматинской области – создания шерстяного кластера для организации полного технического цикла по переработке шерсти;

- производства изделий из хлопка на территориях СЭЗ «Оңтүстік»(ЮКО), для организации данного технологического цикла производства кэдро и гребенной хлопчатобумажной пряжи, тканей и готовых текстильных изделий, крашения и отделки пряжи и тканей, а также готовых изделий, в том числе за счет расширения видов деятельности СЭЗ «Оңтүстік» (производство шелковых тканей, производство истканых текстильных материалов, ковровых изделий и гобеленов, хлопковой целлюлозы и ее производных, высококачественной бумаги из хлопковой сырья и изделий из кожи);

- кожевенной и обувной подотрасли для организации глубокой переработки шкур сельскохозяйственных животных и выпуска конкурентоспособной товарной кожи, шубно-меховой изделий и обуви на базе кожевенно-меховой производств в городах Тараз и Семей;

- швейной подотрасли, для осуществления модернизации предприятий по организации контрактного производства на примере выпуска брендовой продукции (изделия для велоспорта).

3) Предусматривается реализация следующих инвестиционных проектов:

Восточно-Казахстанская область – «Реконструкция и модернизация кожевенного производства»;

Южно-Казахстанская область – «Организация современного текстильного производства в СЭЗ «Оңтүстік»;

Южно-Казахстанская область – «Выпуск гигроскопичной ваты и целлюлозы»;

Южно-Казахстанская область – «Организация современного производства по выпуску гребенной и кардной хлопчатобумажной пряжи».

4) Потребность в кадрах по 20 специальностям легкой промышленности будет покрыта за счет их подготовки в вузах и в 89 учебных заведениях ТиПО в Алматинской, Жамбылской, Восточно-Казахстанской, Южно-Казахстанской областях. В 2011 году будет начато строительство Межрегионального центра по подготовке и переподготовке кадров для обрабатывающей отрасли на 700 ученических мест в г. Шымкент.

5) Снятие административных барьеров рассмотрения вопроса об исключении из лицензируемых видов деятельности первичной переработки хлопка – сырья в хлопковое волокно и снятие запрета для хлопко-перерабатывающих организаций на осуществление предпринимательской деятельности, не относящейся к первичной переработке хлопка сырца путем внесения изменения в Закон Республики Казахстан «О развитии хлопковой отрасли».

6) Для обеспечения надлежащего уровня качества будут разработаны в внедрены 2 технических регламента и 50 национальных стандарта по производству продукции легкой промышленности для силовых структур и национальных компаний.

7) В сфере развития инноваций и науки и содействие модернизация при Алматинском технологическом университете будет проработаны вопрос создания инженерного центра по проведению научно-исследовательских работ и лаборатории по оценке качества продукции.

Таким образом, 2014 году мы должны прийти к следующим целевым индикатором:

1. Увеличение валовой добавленной стоимости отрасли в 2014 году на 50% по сравнению с 2008 годом.

2. Удовлетворение потребности внутреннего рынка в продукции легкой промышленности к 2014 году до уровня 30%.

3. Увеличение производительности труда в полтора раза до 4,9 млн. тенге/чел (33 тыс. USD)/1/.

К этому можно дополнительно добавить следующие предложения по развитию отрасли:

1) С целью выравнивания экономических условий для производителей и импортеров продукции легкой промышленности предусмотреть меры таможенного и таможенно-тарифного регулирования в части защиты внутреннего рынка от импорта товаров легкой промышленности. Здесь потребуются внесение изменений в постановление Правительства о перемещения товаров физическими лицами части исключения их из весомых и стоимостных категорий по ввозу в упрощенном порядке, либо предусмотреть отмену действия постановления.

2) снижение налоговой нагрузки (на переходный период) для создания равных условий на внутреннем рынке для легальных товаропроизводителей с «теневым» производством и «челночным» импортом, облегчения налогового бремени:

- снижение ставки НДС до 0% на продукцию текстильной, швейной, трикотажной, кожевенно-обувной и меховой отраслей промышленности сроком на 5 лет.

- освобождение от налога на прибыль предприятий легкой промышленности на 5 лет при условии, что весь объем налогооблагаемой прибыли будет рефинансироваться в развитие производства.

В случае оказания государственной поддержки легкая промышленность Казахстана имеет возможность провести технологическую модернизацию предприятий и на той основе обеспечить к 2014 году инновационное развитие отрасли:

- увеличить долю отечественных товаров на внутреннем рынке с 8% до 30%.
- увеличить в 2,5 раза объемы производства легкой промышленности.
- увеличить до 70% долю казахстанского содержания товаров легкой промышленности в государственных закупках.
- увеличить объем производства в текстильной и швейной отрасли до 91 млрд. тенге, а в кожевенно-меховой и обувной промышленности до 7 млрд. тенге.
- увеличить неиспользуемые производственные мощности с 30% ДО 50% за счет сокращения доли импорта «челноков» и контрабанды, подпольной продукции в продаже производимых товаров.

3) введение налоговой преференций для отраслей

- внесение изменений в Кодекс Республики Казахстан «О налогах и других обязательных платежах в бюджет» (Налоговый кодекс), в части уменьшения платы НДС с специальным порядке на продукты переработки шкур, шерсти сельскохозяйственных животных и хлопка.

4) нормативное регулирование, устраняющее барьеры в отрасли:

- внесение изменений в Закон Республики Казахстан «О развитии хлопковой отрасли» в части исключения из лицензируемых видов деятельности первичную переработку хлопка сырца в хлопковые волокна; снятие запрета на осуществление предпринимательской деятельности, не относящейся к первичной переработке хлопка-сырца.

- осуществлять государственный закуп у отечественных производителей путем долгосрочного договора на поставку продукции.

5) финансовое обеспечение отрасли:

- обеспечить финансирование предприятий легкой промышленности со льготной ставкой кредитования 5-7%

- обеспечить финансирование льготой лизинговой программе для предприятий легкой промышленности.

6) выход на зарубежные рынки создания контрактных производств:

- предусмотреть финансирование мероприятий по участию производителей в специализированных выставках, включение в официальные справочники производителей.

7) для защиты внутреннего рынка от недобросовестной конкуренции, демпинга на основе действующего законодательства:

- принять действенные меры по пресечению «теневых» импорта товаров, «карго-перевозки» и создать равные конкурентные условия в стране для всех участников внешнеэкономической деятельности.

- разработать меры по защите потребительского рынка от фальсифицированной продукции, и ее нелегального оборота.

- наметить конкретные меры по пресечению реализации товаров на рынках без наличия сертификата происхождения и сертификата безопасности продукции.

- упорядочить «челночную» торговлю, за счет обеспечения таможенного и администрирования импорта.

- снизить нормы разового ввоза товаров легкой промышленности без взимания пошлин.

Для Казахстана легкая промышленность является стратегически важной отраслью, как с точки зрения наполнения внутреннего рынка импортозамещающей продукцией, так и с позиции развития экспорта готовой продукции. Следовательно, на этапе перехода к индустриально-инновационному развитию становление отрасли остается одним из ключевых направлений подъема экономики, так как защита собственного рынка – это объективная необходимость, обеспечивающая экономическую безопасность страны.

Использованная литература:

1. Государственная программа по форсированному индустриально – инновационному развитию Республики Казахстан на 2010-2014 году/Указ Президента от 19 марта 2010 года. №958.

2. Кудайбергенова Л, Головацкая С/Отчет Ассоциации предприятий легкой промышленности Казахстана в рамках грантной программы Проекта (USAID) «Исследования проблем малого и среднего бизнеса в секторе легкой промышленности РК»

3. Стратегические ежегодники « Казахстан в 2008 году» и Казахстан в 2009 году Агентства Республики Казахстан по статистике¹.

Түйін

Бұл мақалада қазіргі уақытта Қазақстан Республикасының жеңіл өнер кәсібіне әсер ететін факторлар қарастырылған және саланың қазіргі жағдайы талданған. Талдаудың нәтижелері негізінде және мемлекеттің 2010 ө 2014 жылдарға арналған индустриалды – инновациялдық бағдарламасы бойынша жеңіл өнеркәсіпті дамытуға нақты ұсыныстар берілген

Summary

The article gives a deely of the Republe analysis of the current stste of Light Industry of the Republe of Kazakhstan.on the basis of the identified problems and barriers to industry development. In sccordanct with the state program of forced industrial-innovative development of Kazakhstan for 2010-2014 fnd sa a result of the study suggested measures for development of the industry.

РЕСЕЙ, БЕЛАРУСЬ, ҚАЗАҚСТАН МЕМЛЕКЕТТЕРІНІҢ КЕДЕН ОДАҒЫНҚҰРУДАҒЫ ЕУРООДАҚТЫ ҚАЛЫПТАСТЫРУ ТӘЖІРБИЕСІНІҢ АЛАТЫН ОРНЫ

Г.А. Пернеева

э.ғ.к., доцент

Бүгінгі таңда Ресей, Беларусь, Қазақстан арасында кеден одағының құрылып ТМД кеңестігіне экономикалық ықпалдылыққа қадам жасап қол жеткізген интеграциялық қауымдастықтың бірі деуге болады. Посткеңестік мемлекеттер арасында өуатты экономикалық одақ құруы, үш ел басшылары Кеден кодексіне және бірінғай кеден тарифы келісіміне қол қойып бірлескен мәлімдеме жасауымен іске асырылды. Бұл қадамның нәтижесінде Одақ бойынша бірінғай кеден тарифы енгізіледі, бірінғай кеден кодексі іске асып, мемлекеттер арасындағы кедендік бақылау алынып тасталынады. Кеден одағын құрудың келесі кезеңі үш ел арасында біртұтас кедендіктерритория құру болып табылады.

Бұл қадам келешек бірінғай шаруашылық ережемен валюта енгізуді, біртұтас экономикалық кеңестіктің қалыптасуын коздейді. Ортақ экономикалық кеңәістиктен бөлініп шыққан ТМД мемлекеттерінің арасында бүгінгі таңға дейін кеден тарифын енгізу мәселесін реттеу де ортақ шешімге келу де ортақ кедендік жүе қалыптастыру киынға соқты.

Бірқатар ТМД мемлекеттері Кеден одағы негізінде құрылған Еуропалық экономикалық қауымдастықтың қармағында мүше болып келді. Кейбір ТМД мемлекеттері тек бақылаушы ретінде саясатты қсынды. Бірінғай қаржы, транспорт, энергетикалық нарық қалыптастыру, еркін тауар тасымалдау сияқты қарым-қатнас шешілмеген қиындықтар, Еуразиялық қауымдастық интеграциялық нәтижеге жетпейді.

Жаңа кеден одағы құру үдерісі үш мемлекет арасындағы бірқатар кезкндө өтеуді алғышарттарын коздейді. Біріншісі - еркін сауда аймағы, екіншісі – ортақ нарық, үшіншісі – біртұтас кеңесті құруға қол жеткізу болып табылады.

ТМД мемлекеттерінің Кеден одағы қосылуға тілек білдірген елдерге ең алдымен кеден саясатының, оның қағидалары мен нормалары келісіп алуын талап етеді.

Интеграциялық бірігудің шынайы алғашқы қадамы ретінде халықаралық құқықтыққатнастарының субъектісі болып, Кеден одағы ТМД кеңестігінде үш мемлекеттің арасында 2010 жылдың басында құрылды. Бұл одақтың Еуропа қауымдастықтың тәжірбиесін ескере отырып, құрылуы, оның әрі қарай дамуының нәтижелі болуына ұлғайып жүзеге асыруына қосатын үлесі мол.

Кеден одағы халықаралық экономикалық бірігудің еркін экономикалық сауданың құрылуынан кейінгі екінші деңгейі болып саналады. Кеден одағына мүше мемлекеттердің алғашқылардың бірі болып алты еуропалық елдер (ГФР, Франция, Италия, Белгия, Недерланды, және Лизсенбург) болып табылады.

Кеден одағын құру үшін және сыртқы аспектілерен тұрады. Ішкісіне - тауар қозғалысының еркіндігіне жағдай жасау, сыртқысына – ұлттық тарифтердің одаққа мүше мемлекеттер арасында ортақ кедке тарифтерімен алмастыруды одаққа мүше емес басқа мемлекеттер алдында қорғауды айтамыз.

Ортақ кеден тарифтерін енгізгеннен бастап Еуропа елді қауымдастыққа мүше мемлекеттерден тарифтік реттеу қауымдастық ұйымдарының құқығына берілді. Сондықтан, бұл ұйым, одаққа мүше емес елдермен өз бетінше келісім жүргізіп, жеңілдіктер беру мәселесін де өз қолына алды.

Еуропалық қауымдастықтың кеден жүйесінің тағы да бір ерекшелігі ұлттық кеден заңдарының орнына ортақ нормалар және тәртіптерді енгізудің жүзеге асырылуы болып табылады (тауарларды кедендік бағалау, тауарды өндірген мемлекетті анықтау тәртібі, тауарды сырттан енгізу мен сыртқа шығарудың ерекше режимін анықтау). Мұндай нормалар мен тәртіпті қолданбай, барлық одаққа мүше қауымдастықтың мемлекеттер арқылы, бірінғай ортақ кеден тарифын қолдануды қамтамасыз ету мүмкнн емес. Сондықтан бұл Еуропа қауымдастығына мүше мемлекеттердің тәжірбиесін ЕврАзЭк негізінде құрылған. Кеден одағына мүше мемлекеттердің қолдануына қосатын үлесі мол. Кедендік тарифке байланысты шешілетін мәселелерді тек қауымдастық ұйымдар арқылы қарастыруы керек. Кеден одағының ортақ кеден тарифтерін қабылдауының және жалпы сауда, оның ішінде тарифтік саясаттың тиімді жақтарын қолдана отырып одаққа мүше мемлекеттер өздерінің ішкі нарығын қорғап, сыртқы нарыққа өз компанияларына жол ашып, басқа елдерге қолайлы жағдай жасауға мүкіндіктер бар.

Мемлекеттік ұйымдардың қол қойған құжаттары, әлі де тәжірбие жүзінде коптеген қиындықтарды тудырып отыр. Кеден одағын құру кезінде, осы одаққа мүше мемлекеттер арасында өзара қолайлы жағдай жасау арқылы, бұл одақ тиімді қызмет атқара алады. Кеден одағын құру – біріншіден, одақ шаруашылық жүргізуші субъектілердің экономикалық кеңестікке сауда немесе инвестиция және еңбек қозғалысына шектеулер мен кедергілерді азайту мүміндік береді.

Екіншіден, бәсекелестің жоғары деңгейі Кеден одағына мүше елдерді сыртқы экономикалық қатнастарды дамытып, сенімді болуына өол жеткіздірді.

ЕуроОдақтық қауымдастықтың Кеден одағына мүше елдердің арасында қолданатын тәжірбиесін үйреніп және ескеру, ішкі қарым – қатнастың кедендік бақылауын ұйымдастырудың келесі қағидаларын анықтауға мүмкіндік береді:

- Жауапкершілік және құқықтық теңдігін:

Тауар тасымалдауға тұхсат берілген жеке тұлғаларға жекеленген талаптардың қабылдануы;

- Нақты және кедергісіз талаптардың кеден ұйымдарының алдындағы міндеттерді анықтауға байланысты ішкі кедендік тасымалдауға иесінің тауарды тұтынушының алуы.

- Өзара қарым – қатнастарды мойындау:

Кеден одағының мүше мемлекеттік кеден ұйымдары бекітілген заңға сәйкес өзара қабылданған шешімдерін мойындау:

- «Жалпы» тәуекелді ескерту кедендік заңдарды сақтамайтын жағдайдағы тәуекелге (өз елінде ғана емес, басқа елдерде де) байланысты мәселелерді кеден ұйымдары шешім қабылдау кезінде ескередә.

Халықаралық экономикалық бірігудің жоғары дамыған формасы ретінде ЕуроОдақтық қауымдастықтың жартығасырлық тәжірбиесі Кеден одағын құру кезінде қолдануға пайдалы болып, Ресей, Беларусь, Қазақстан мемлекеттерінің ұлттық сыртқы сауда және кедендік құндылықтардың бейімделуі кезінде ескеруді талап етеді.

Жалпы, интеграциялық қауымдастықтың құрылуының бірнеше кезеңі бар. Еркін сауда аймағы, кеден аймағы, жалпы нарық және ең соңғысы экономикалық одақ. Бүгінгі күні ЕуроОдақ мемлекеттері осы кезеңдердің барлығынан өтіп, экономикалық одақ құрып отыр. Мәселен, валютасы бір, саяси ұстанымы бір, сондай-ақ, үшінші бір мемлекетпен қандайда бір байланысқа келгенде олардың көзқарасы бірдей. Ал, осындай Кедендік одақ АҚШ, Канада және Мексика елдерінде де бар – NEFTA (Солтүстік Америка еркін сауда келісімі). Бұл мемлекеттер кедендік одаққа кіру үшін жиырма жылға астам уақыт дайындады, соғағ жұмыс істеді.

Кеден одағы деңгейінде әртүрлі келісreушілік орын алған жағдайда 57,50 пайызы Ресейдің дауысы, 21 пайыз Қазақстан, 21 пайыз Белорустің дауысыме шешілетін болып келісілді. Алайда, ЕуроОдақ пен NEFTA – да олай емес. Бұл мемлекеттерде барлығы теңдей қарастырылады. Соңғы құрылған ТМД кеңістігіндегі Кеден одағының бір ұтымды жері көлік шығындары, электр энергиясы, тасымал тарифы барлық жаққа бірдей. Сонымен қатар, Одаққа мүше елдердің ішінде бірыңғай тарифы жасалады. Осы арқылы сырттан келетін жүк, бизнес тауарлар, жаңа технологияларға, барлық жеңілдіктерге мүмкіндік жасалады. ҚР Президенті «Кеден кодексiне» өзгерістер енгізу жөнінде қол қойды. Бұрынғы кедендік кедергілер жойылып, тексерісті тек шекара және кеден қызмет бүргізеді. Бізде осы уақытқа дейін кеденде ұлттық қауыпсіздік шекара әсері, санитарлық – карантиндік, ветеринарлық қызмет, фитосанитарлық қызмет,

кедендік және көліктік өызмет тексеретін. Өйткені біздің кеденде әлемдік деңгейдегі автоматтандырылған жабдықтар жетіспейді.

Бүгінгі кезге дейін ТМД кеңестігінде құрылған интеграциялық одақтардың (ОлтаАзиялық қауымдастық, Ортақ экономикалық кеңістік, Кеден одағы) бірігуі нәтиже берген жоқ. Бұл жағдай да интеграциялық мақсатқа қол жеткізу үшін, ЕуроОдақтың құрлуының жартығасырлық тарихын зетреп, оның қалыптасу тәжірбиесін, даму жолында кездескен қиындықтарын жеңген әдістерін қолданудың мәні зор екенін дәлелдейді.

Экономикалық қауымдастықтардың қатарындағы ең ілгері дамып, бәрқатар мемлекеттердің арасында бірігудің жоғары деңгейінде экономикалық қарым – қатнас нәтижелі болып, басқаларымен салыстырғанда ЕуроОдақ саналады. Нақты интеграциялық жоғары деңгейге жеткен корсеткіштеріне: ортақ валюта – евро, ортақ ұлттық деңгейден жоғары Орталық банк, ортақ нарықтық кеңестік, ортақ монополияға қарсы саясат, және нарықтық бәсеке саясат және т.б. жатады. Еуроодақ барлық кезде пайда болған қиындықтарды және дағдарыстарды жене біліп, тиімді дамып отырды. ЕуроОдақтың құрамына кіретін елдердің қатарының ұлғаюы оларға қоятын талаптары мен принциптеріне ынғайланып, ұлттық деңгейден жоғары Еуропалық институттардың ұлттық үкіметпен өзара қарым – қатнастарын қамтамасыз ету үшін реформа жүргізуді талап етті.

Қазіргі уақыт ағынында және кеңестікте ЕуроОдақ(тауар, қызмет және капитал) жұмысшы күшінің қозғалысының ортақ нарығы ретінде қабылданады. Бұл қозғалыстың еркіндігі біркелкі заңдардың ұлттық деңгейден жоғарғы институттардың іс әрекетімен (Еуропалық комиссия, Еуропалық орталық банк) және құралдарды қолданумен қамтамасыз етеді. ТМД кеңестігінде тиімді интеграцияның модулін іздестіруде ЕуроОдақтың тәжірбиесін ең бағалы, және нақты бағыт беретін деп санауға болады.

Тек, саяси плюрализм мен демократиялық реформалар аймақтық ерекшеліктердің өзгеріссіз қалумен келешекте экономикалық бірігудің, осы мемлекеттердің халықтарының көзқарасын жақтайтын нақты базасын құруы мүмкін. Интеграциялық модульді құру үшін ЕуроОдақтың көпжылдық тәжірбиесін пайдаланудың ТМД кеңестігіндегі мемлекеттерді өркениетті экономикалық қарым – қатнастардың жоғары деңгейіне көтеруге және қауіп қатерге өарағанда, қоғамдық өмірді барлық кеңістіктерге көп пайда келтіруге жол ашатыны сөзсіз.

Қолданылған әдебиет тізімі:

1. Бровка Н.А Проблемы формирования нового качества постсоветского пространства макроэкономика: целостный комплекс нескольких государств. *Международная экономика – 2010.* - №2
2. Панькова Н.А Значения опыта Европейского союза и ЕАСТ для становления, развития и расширения Таможенного союза ЕурФзЭС.// *Международная экономика.* -2010 №4
3. Паньков В.С Таможенный союз «Трех и ВТО» смена приоритетов?// *Международная экономика – 2010 №2*

Резюме

В статье рассматриваются вопросы создания нового Таможенного союза трех государств, а также внутренние и внешние аспекты созданных Таможенного союза.

Summary

In the article are examined questions, crsetion of the new Customs union of three states, and similiary internal and exsternal aspocpts of createon of the Customs union.

БІЛІМ БЕРУ БАҒДАРЛАМАЛАРЫ МЕН ӨНДІРІСТІ ҚАЙТА ҚҰРЫЛЫМДАУ

А.Е. Кушербаева –

Абай атындағы ҚазҰПУ –ның э.э.к. аға оқытушы

Корпоративтік мәдениет орнықты қағидаларға негізделеді және оған басқа кез – келген ресми іднстермен әсер етіп оны өзгерту екі талай. Көбінесе ол белгіленген бренд төңірегінде сипатталып жасалыналы. Бизнес – үрдістерді ұйымдастырудың шетелдік дәстүрлері осы қағидаға негізделеді. Яғни нарықта белгілі бір қажеттіліктер пайда болып және сол қажеттіліктер төңірегінде бренд құрылады да тек содан кейіннесие алып өндіріс алып ұйымдастырылады. Нәтижесінде өндіріс құрылымын қызметкерлер іс қимылдарының айқын бір түрін ұсынады және ол корпаративтік мәдениет деп аталады.

Діл ерекшеліктері елдегі бизнес-үдерістері дамуының қыр-сырын білдіреді. Ең бастысы бұл бренд негізінде ұйымның стратегиялық дамуының мәселелері. Сыртқы нарықта белгіленген бренд көбінесе компания ішінде корпаративтік мәдениет дамуына жеткілікті жағдай болып табылмайды. Басқаша айтқанда, нарық сұранысы мен компания ішіндегі белгіленген бренд және компания қызметкерлерінің жеке өмірлері арасында баланстың үйлесімсіздігін орнатады.

Бизнес – топ өызметкерлерінің жеке тәжірбиесі кәсіби дағдыларымен ғана шектелмейді және ол өткен уақиғалар мен сол уақиғалар қатысқан адамдар туралы көріністерді де қамтиды. Бұл жағдайлар шиеленістер мен аңдуларда көрініс табады. Бірақ, барлығына қатысты шынайы белгілермен қайта қарастырылған және бизнес - топтың ішкі тәртібіне біріктірілген мұндай тәжірбие әрбір қызметкерлердің ындалығы мен материалды емес мативациясының көзқайнары болып табылады.

Биснес үрдістер дамуының бірден бір мәселесә оның бөлімшелерінің ескіріп тозуы.

Өндірістік үрдістер технологиясының екпінді дамуымен байланысты бөлімшелер деңгейінде адам ресурстарын ұйымдастырудың табиғи артқа қалу байқалады. Яғни ерекше технолагия бойынша құрылған және өндірістік циклды қамтамасыз ететін бөлімшелер жана технологиялық енгізімдерге салғырттық білдіртеді.

Америкалық және еуропалық кәсіпорындарда бұл мәселені артта қалушы бөлімшелерді таратып, қызметкерлерді жұмыстан шығарып тастаумен шешеді. Мұндай жағдайда фирма білікті мамандарының көбісінен айрылады жіне олар бәсекелес коипанияларға ауысып кетуі мүмкін.

Ұлтаралық корпорацияларда қолданылатын бизнесті ұйымдастырудың дәстүрлі түрлері корпорация құрлымына енгізілген білім беру бағдарламаларына сүйенеді – education provider. Мұндай бағдарламалар, бір жағынан білікті мамандарды сақтап қалады, екінші жағынан – жаңа технологиялар тұрғысынан олардың деңгейін көтереді.

Білім беру бағдарламалар құрамына керекті екі жағдай кіреді: кәсіби және жеке бас өсуі. Білім беру бағдарламалар пакетін құру адам қызметінің әр түрлі салаларындағы мамандарын күрделі координациясын және жаһандық нарық нарық мәселелерән білуді қажет етеді. Яғни, «білім беру бағдарламалар пакетін» құру қте қымбат және куш қуатты көп қажет ететін өнім болып табылады.

Ұлтаралық корпорациялар білім беру бағдарламасына сүйене отырып жеке бөлімшелерді таратады және болаған мамандарды өндірістің басқа бөлімшелеріне ауыстырады. Компания қайта құрылымдау кезінде білім беру бағдарламалары адамресурсының банкі қызметін атқарады. Компания өндіріс құрал - жабдықтарын ауыстырып болғанша қатарлы қызметкерлер өз кәсіби деңгейлерін көтереді. Мұндай жағдайда бизнес үрдісінің екіге бөлінуін байқаймыз.

Компания қайта құрылымдаудың мұндай формасы бизнес – үрдістердің ұйымдастырудың пирамидалық түрін білдіреді. Ол 1776 жылы ұсынылған А. Смиттің еңбек бөлінісімен мамандандыру идеясына негізделеді. XVIII ғасырда ревалюциялық болып табылған бұл идея өазіргі кезде де орта бизнес кәсіпорындарының көбісінде ңске асырылады. Ал ірі корпорацияда бұл жағдайға кері тенденция, яғни бизнес – үдерістің қайта инжинерингі байқалады.

Корпорацияды қайта инжинерингтеу іс – әрекетін ескерген, тиімсыз түрлерін қиратуға бағытталады. Ол өндірістік үрдістің бқлек буындарын өзгерту мен қалықтатуға ғана бағытталып қоймай, сонымен бірге бизнес – үдерістің қағидаларын өзгертуге мүмкіндік береді. Компанияны қайта инжинерингтеу үрдісін жүргізу басқарманың компания ішінде өзгерістер енгізу керкетігін түсінуден басталады. Осы сенім негізінде бизнес – үрдіске қатысты оқшауланған позитивті ұстанымдары бар команда пайда болады. Бұл команда бизнес – үдесіске жаңа идеялар енгізеді. Мұндай идеялар компания қызметкерлерінің тәртібін белгілейтін корпаративті мәдениетті қзгеруі бизнес – үдерістің өзгеруіне алып келеді, ал ол кезегінде компания тиімділігінің сапалы түрде өсуіне әсер етеді. Сонымен бірге керек емес қызметкерлер құрамы жұмыстан босатылуы мүмкіе.

Жапандық кәсіпорындарда бизнес – үрдіске жаңа технологияларды енгізу мәселесі қткір қойылмайды: бірінші орынға қолда бар өнімді технологияларды жоғарғы деңгейге дейін жеткізу мәселесі қойылады. Рулық қауымдардың ғасырлар бойы қалыптасқан дәстүрлеріне сәйкес қызметкерлердің мінез – құлықтарын ұйымдастыруға аса көгіл бөлінеді.

Батыс елдерінің компанияларында қызметтің нақты түрінде кәсіби біліктілікті таныту қызметкерлердің артықшылығы болып табылады және бұл оларды бизнес – үдерістің бір буынынан екіншісіне оңай ауыстыруға немесе жұмыстан шығаруға мүмкіншілігі береді. Шығыс елдерінің компанияларында ұызметкерлердің бизнес – үрдістің бірнеше буынында мамандануына аса көңіл бөлінеді. Яғни әрбір адам бірегей тұлға ретінде қарастырылып, ал компания – әрбір қызметкерлердің туған уйі болып саналады.

Дегенмен соңғы ғасырлардың мәдени – техникалық тәжірбиесі мен корпаративтік мәдениеті шығыс адамының мінез – құлығын ұйымдастырудың болмашы элементі ғана болып табылады. Яғни деңгейі жоғары қызметкердің атқаратын функциялары төменгі деңгейдегі қызметкерлермен оңай орын алады. Компания ішінде атқарылатын функциялардың қайта бөлінуі, бір жағынан, қазіргі заманғы бизнес – үрдістер арқылы қауымдық сабақтастықты сақтауға, екінші жағынан – компания ішіндегі қатарлы қызмет атқарушылар деңгейінде өндірістік тәжірбиені шоғырландыруға мүмкіндік береді.

Бірінші басшы өз өндірісінің кейбір саласын жақсы білмеуі мүмкін, бірақ жетік білетін кеңесшілерінің арқасында сыртқы нарықта өз қызметін сауатты жүргізуі мүмкін. Батыс компанияларында (өндірісті қайта инженерингтеу) жеке акция ретінде өткізілетін іс әрекеттер шығыс консервдерінде күнделікті тәжірбие болып табылады. Бірақ батыс компанияларына қарағанда шығыс компанияларындағы қайта инженерингтеу корпаративті мәдениетке ықпалын тигізбейді.

Шығыс және батыс қызметкерлерінің психологиясы да бір-бірінен ерекше. Шығыста жұмысқа өмірлік жалдану жағдайында төменгі дәрежедегі қызметкер басқарушы қызметкерге қарағанда едәуір білікті болуы мүмкін, бірақ өз-өзінің жеке бас маңыздылығын мойындауын талап етпейді. Ал батыс компанияларында маман өзінің кісіби дағдысы үшін материалдық компенсация талап етеді. Егер батыста қызметкер алатын жалақы көлеміне байланысты корпаративтік мәдениеттің қалаған түрін қабылдауына ерікті болса, ал шығыс компанияларында корпаративтік мәдениет олардың туыстық-қауымдастық қарам-қатынастарының органикалық жалғасы болып табылады.

Нарық қажеттілігі мен брендтен ажаратылған ұйымның корпаративтік мәдениеті компания ішіндегі бизнес-үрдіске негативті ықпалын тигізіп қана қоймай, сонымен бірге қоғамда ол компания және оның өнімі туралы да негативті имидж қалыптастырылады.

Компания басшылығының корпаративтік мәдениет мәселесіне енjarлықпен қарауы кәсіпорынды құлдырау мен дағдарысқа алып келеді. Дағдарыс компания ішіндегі қызметтерді бөлу мен бақылау мәселелерінде ғана емес, сонымен бирге сыртқы нарықтағы компания ұстанымында да корініс табады. Міндеттерін кәсіби түрде орындайтын қатарды қызметкерлерді өз еңбектерінің нәтижесін сезіне алмайды. Мұндай жағдай олардың көңіл күйлеріне әсер етіп, компаниядан тыс жерде олардың туғандарымен, таныстарымен қарым-қатынасына әсерін тигізеді. ИСО9001;2000 стандарттарындағы ережеде:”Егер сіздің ішкі тұтынушыларды да

канағаттандыра алмайсыз. Бұл пікір кез-келген компания дамуы үшін қажетті шарт болып табылады.”

1. Яновская О.А, Никифорова Н.В, Корпорациялық басқару Оқулық-Алматы: Экономика 2006.
2. Принципы корпоративного управления ОЭСР. 1999.
3. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность, экономика, стратегия, управления.-М.:ИНФРА-М.2000.
4. Управления человеческими ресурсами / Под ред М.Пусто. М.Уорнера-СПб:Питер.2002.
5. Тепман.Л.Н. Корпоративное управление: учебное пособие-М.Юнитти-ДАНА.2009.

Резюме

В статье рассматриваются вопросы, связанные с применением образовательных программ при реструктуризации производства.

Summary

The question associated with the use of educational programs in the restructuring of production were considered in the article.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ

Ш.Ж.Туебекова-
КазНПУ им.Абая

Сфера услуг в сегодняшних экономических условиях играет важнейшую роль в удовлетворении общества. По мере формирования в нашей стране постиндустриального информационного общества, роль сферы услуг будет неуклонно возрастать, поскольку потребности населения постоянно растут, а их разнообразие расширяется.

Сфера услуг в мире представляет мощную и разнообразную систему, включающую в себя самые разнообразные сферы деятельности человека: бытовые услуги, финансовые услуги, науки и научные обслуживание физкультуру и спорт, гостиничные, туристические услуги, услуги здравоохранения, образования и транспорта, торговлю, страхование, консультационные услуги и т.д.

На протяжении двух последних десятилетий наблюдается тенденция повышения роли услуг в экономике стран мира. Ускоренные развития сферы услуг для воздействия на экономический рост- главная задача как для развитых, так и для развивающихся стран. Важнейшей закономерностью последних десятилетий является трансформация индустриальной экономики в постиндустриальную, или экономику услуг. В основе этого объективного процесса лежит поступательное движение производительных сил, что в свою очередь влечет за собой рост производительности труда и других факторов производства.

Не менее важной причиной развития сферы услуг - глубокие преобразования в системе общественных потребностей. Усложнение техники, технологий, структуры производства, рост жизненного уровня населения и его социальной активности, а так же совершенствование самого человека (повышение образовательного и культурного уровня и т.д.) последовательно расширяли спектр потребностей производства и населения.

Становление экономики услуг - универсальный процесс, свойственный всем странам. Но реализуется он в каждой из них по мере вызревания внутренних предпосылок, в прямой зависимости от уровня экономического развития. В странах экономически слабо развитых хозяйственной деятельностью сводится преимущественно в производству внешней продукции. Чем выше уровень развития хозяйства, производительности труда, тем выше в структуре экономики трудовой деятельности, направленной на производство не материальных, не осязаемых видов продукции, выраженных в форме услуги. В результате длительной эволюции к концу XX в. Доля услуг в мировом ВВП достигла 68%.

Несомненным лидером становления сферы услуг и прогрессе является США. Сосредоточив более 1/3 мирового производства услуг (доля США в ВВП вещной сферы составляет 30%), эта страна прокладывает путь для стран - последователей, задает ориентиры по многим направлениям общего поступательного движения в области структурных тенденций, воспроизводственных пропорций, социальных отношений, глобализаций держит первенство в сфере технологий. Вслед за лидером идет Великобритания и с несколько большим основанием следует Франция, Канада, Италия. В Германии и в Японии в большой степени сохраняются черты индустриальной экономики и это обстоятельство расценивается экспортерами так немаловажная причина экономических проблем этих стран. Но и здесь развитие услуг последние годы явно ускоряется.

За прошедшие сто лет сама сфера услуг кардинально преобразилась. В начале XX века круг предоставляемых услуг был ограничен, а в общей структуре преобладали торговля, транспорт, бытовые услуги и крупный массив домашней прислуги. Ныне насчитывается более 160 видов услуг (по классификации ВТО) / от научных исследований до ремонтных услуг от образования престарелых инвалидов, и на первый план выдвинулись отрасли, основанные на использовании сложного интеллектуального труда.

Важнейшая закономерность эволюции сферы услуг заключается в том, что она развивается не в изоляции от материального производства, а в интеграции этих видов деятельности, и от глубины интеграций во многом зависит эффективность современного хозяйства. Рост взаимодействия и взаимопроникновения вещной продукции и услуг идет по нескольким направлениям. В промышленности умножаются функции, выраженные в техническом, административном и другом персонале и степень его участия в производстве вещного продукта. По мере роста производства товаров и услуг многократно разветвляются и усложняются межотраслевые связи этих секторов: в услугах повышается уровень и качества материального оснащения и

обеспечения в (вещном производстве расходы на услуги становится все более крупной статьей общих производственных издержек.) В последнее десятилетие XX века взаимосвязь двух типов хозяйственной деятельности поднимается на новый ступень: в новых технологиях универсального применения услуги и вещный продукт практически не разделимый, сливается воедино. Наиболее явно это взаимопроникновение выражено в отраслях услуг информационно-коммуникационного комплекса. Медиабизнеса, издательском деле.

Трансформация производства и общества в направлении услуг исследователи часто определяют как «тихую революцию», подчеркивая тем самым не только фундаментальный характер и общественную значимость этого сдвига, но и постепенный ход изменений, а так же отсутствие каких-либо катаклизмов, разрушительных форм и последствий «вырастания» нематериальных видов деятельности в общую хозяйственную систему.

Главные факторы развития сферы услуг.

Динамику сферы услуг определяет ряд долговременных основополагающих факторов экономического характера. Формирование в системе общественного разделения труда самостоятельных звеньев, специализирующихся на производстве услуг потребительного назначения, вызвано требованиями закона возвышения потребностей. В составе потребительских расходов населения увеличивается доля расходов на услуги и особенно быстро – на услуги высокого класса.

Еще более динамично росли потребности в услугах со стороны производства, и расходы такого рода стали во всех отраслях крупной статьей общих издержек бизнеса. Традиционные виды затрат на сырье, материалы, транспорт и связь существенно дополняются расходами на маркетинг, рекламу, менеджмент, информационно-компьютерные услуги, консалтинг разного профиля, страхование, услуги по связи с общественностью и т.д. Общественно велики расходы на услуги в высокотехнологичных промышленных отраслях и в самых отраслях этой сырье.

Стимулирующее влияние на услуги базовых экономических факторов веса дополнялось в тот или иной период рядом других – социальных структурных. Дополнительные потребности в услугах, прежде всего бытовые и социальных, породил непрерывный процесс урбанизации. В результате систематического перемещения населения в городе подрывали принципы самообеспечения, самодостаточности, свойственный сельскому образу жизни, а функция ранее выполнявшиеся в рамках домашнего хозяйства, передавались, специализированным структурам общественного производства. Сильно подтолкнуло динамику услуг и массовое вовлечение женщин в производство после второй мировой войны. С этим обстоятельством прямо связано развертывание системы общественного питания, услуг прачечных и химчисток, учреждений дошкольного воспитания детей и других услуг. Крупный по размерам и разнообразный по назначению комплекс услуг вызвала к жизни массовая автомобилизация: ускоренно развивался автомобильный транспорт, территории западных стран покрылись сетью станции автосервиса, бензоколонок,

паркингов, мотелей и других предприятий, обслуживающих широкий круг потребностей автомобилистов (кофетерий кинотеатры и т.д)

Глубочайшее и многоплановое воздействие на сферу услуг оказала крупномасштабная структурно-технологическая перестройка материального производства в развитых странах в 70-80-х гг. Экономический кризис, с наибольшей силой поразивший традиционные отрасли промышленности, по существу знаменовал собой переход от индустриальной модели к постиндустриальной, во главе которой стоят высокотехнологичные отрасли промышленности и сфера услуг. На этой волне особенно энергично стали выдвигаться на передовые позиции в хозяйственной структуре продвинутые, наукоинтенсивные виды услуг.

В кризисной ситуации к тому же резко возросли потребности промышленных компаний в высококачественных деловых услугах, способствующих решению многочисленных проблем реструктуризации,- сбытовых, организационно управленческих, структурных внедрения технологических инноваций и повышения эффективности.

В последние два десятилетия на мировом рынке услуг четко появились следующие тенденции в развитии его отдельных сегментов.

Снизилась доля транспортных услуг, что связано с уменьшением удельного веса сырья в международной торговле.

Увеличилась доля туризма в экспорте услуг, что обусловлено ростом доходов населения, совершенствованием средств транспорта, развитием инфраструктуры туризма.

По темпам абсолютного роста и по значимости в общем объеме мирового экспорта услуг основным и наиболее динамично развивающимся стал сегмент «особые частные услуги» куда входят финансовые страховые аудиторские консалтинговые и прочие услуги.

Воздействие на сферу услуг научно-технического прогресса.

Исторически большинство услуг, за исключением транспорта и связи, длительное время развивались как бы в стороне от технолаческого прогресса, опираясь в основном на использование трудовых ресурсов и несложных, иногда даже примитивных технологий, и эта ситуация до последнего времени менялась довольно медленно. Новая волна научно-технического прогресса захватило и эту сферу, и услуги стаои широчайщим полем для применения его последних достижений прежде всего электронники и информационно –коммуникативных технологий.

Не менее сильным ускорительным интеграции услуг в мировое хозяйственное пространство послужила научно-техническая революция. С позиций глобализации услуг принципиальное значение имеет такой результат новых технологий, как децентрализация производства услуг, в результате чего многие услуги отрываются от национальной почвы, приобретают способность участвовать в торговых сделках на внешних рынках.

Процесс глобализаций услуг получает новое мощное ускорение с появлением Интернета, изначально ориентированного на наднационального потока реализации товаров и услуг.

В последние два- три десятилетия XX в. Начале нового века активизируется и такой канал глобализации услуг, как межстрановое перемещение их потребителей и производителей. Стабильно высокими темпами растут потоки туристов, а также лиц, выезжающих за рубеж с деловыми и иными целями. Все более популярной становится практика получения за рубежом образования медицинской помощи, и мировой рынок этих услуг формируется стремительными темпами. Масштабы международной миграций существенно увеличиваются за счет производителей услуг- физических лиц, выезжающих за рубеж в поисках выгодной работы.

Несмотря на явное ускорение и умножение форм глобализации услуг, по степени интеграции в мирохозяйственное пространство эта сфера пока уступает материальному производству. И барьеры в трансграничной торговле и других каналах перемещение услуг остаются сравнительно более высокими и разнообразными. В новом столетии можно ожидать большего прогресса, в преодолении существующих препятствий и дальнейшего обогащения системы международного обмена за счет растущих потоков нематериальной продукции, в том числе и с высоким научным содержанием. Вместе с XX в. Окончательно ушли в прошлое довольно распространенные в свое время представления об услугах как о вспомогательных видах деятельности, отвлекающих ресурсы от материального производства.

Не вызывают сомнения дальнейшего усложнение технологического уровня и отраслевой структуры сферы услуг, повышение качества и разнообразия продукта, опережающее развитие наукоинтенсивных отраслей услуг производству и социальной и гуманитарной направленности дальнейшего повышение действие услуг на эффективность и конкурентоспособность хозяйств качество жизни населения. В наступившем веке, по всей вероятности, усилятся тенденции к интеграции вещных компонентов производства и услуг в единых технологических процессах, хозяйственных комплексах и структурах. Границы между двумя секторами хозяйства будут все более размываться , их разделение становиться условным а каждая общественная потребность удовлетворяться при самых различных комбинациях вещной продукции и услуг.

Түйін

Әлемдегі экономиканың дамуының ең негізгі заңдылығы бұл ұлттық экономияның көтерілуі мен қызмет көрсетуді жетілдіру арақатынасы арқылы дамиды. Осыған орай қызмет көрсетуортасының даму тенденцияларын зерттеу қазіргі таңда қызуғышылық танытып қана қоймай өзекті болып табылады.

Бұл мақалада қызмет көрсету экономикасының келесідей мәселелері қарастырылған: қалыптасу үрдісі, шығыс мәліметтері және де қызмет көрсету орталығының дамуының бастапқыфакторлары, ғылыми-техникалық прогресстің қызмет көрсету орталығына әсері , қызмет көрсету орталығының

даму серпіні мен сала құрылымы.

Summary

One of the major patterns of economic development around the world is the relationship of economic growth and increasing role of services in national economy. In this regard, the study of trends in the service sector is of interest and is relevant.

This article discusses the process of becoming a service economy: the premises and the main factors of development of services, the impact of scientific and technological progress in services, Industry structure and dynamics of the service sector.

ЖАС ҒАЛЫМДАРДЫҢ МІНБЕСІ ТРИБУНА МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ

САҚТАНДЫРУ НАРЫҒЫ

А.К.Адельбаева –
“Қаржы” кафедрасының оқытушысы

Адам ертеден мүлікке ие бола бастағаннан бері оның сақтығын, ұрлануынан, отпен жайылуынан басқа да табиғат апаттарынан қауіптен бастады. Қазіргі кезде сақтандырусыз ешбір шаруашылық және ұйымдық шаралар іске асырылмайды.

Сақтандыру қаржы саласының маңызды бір саласы болып табылатындықтан, оның дамуы еліміз үшін елеулі орынға ие.

Еліміз тәуелсіздік алып, егемендікке қол жеткізгеннен кейін басқа да салалар сияқты сақтандыру саласы да түбегейлі өзгеріске ұшырады. КСРО кезеңінен Госстрах түріндегі мемлекеттік мекеме ретінде қызмет еткен сақтандыру саласы тәуелсіз мемлекет болып, нарықтық қатынастарға өткеннен кейін бәсекелестік ортада қалыптаса бастады. Заңнама тарапынан кеткен көптеген қателіктердің нәтижесінде бұл сала құлдырауға дейін жеткен. Себебі, сақтандыру қызметі жаңадан қалыптаса бастағаннан кейін сақтандыру ісін лицензиялау, салықтық жеңілдіктердің көптеп берілуі, сақтандырудан басқа қызмет түрімен айналысуға рұқсат етілуі сияқты шаралар бұл нарықтың дамуына кері әсерін тигізді. Сақтандыру компанияларының саны 600 жетті.

Алайда 1994 жылы қабылданған жаңа заң бұл кемшіліктерді түзетуге бағытталған, яғни сақтандыру нарығына кіру талаптары күшейтілді. Жарғылық капиталдың деңгейі 2 миллион теңгеге дейін көтерілді, сақтандыру қызметін лицензиялау міндетті болды, сондай-ақ сақтандыру ұйымдарына сақтандырудан басқа қызмет түрімен айналысуға тиым салынды. Нәтижесінде бір жыл ішінде сақтандыру компанияларының саны қысқарып 22 компанияны құрады.

1999-2003 жылдары аралығында сақтандырудың барлық түрлері бойынша сақтандыру премияларының өсуі байқалды.

Сақтандыру түсімдерінің ең көп үлесі автокөлік құралдарын сақтандыруға келеді (90%-дан астам), ал ең аз үлесі ауыл шаруашылық өнімдерін сақтандыруға келеді.

Сонымен, ҚР-ғы сақтандыру нарығының құрылуын мына этаптармен көрсетеміз.

1-этапта 1991-1993 жыл, яғни пайда болуы.

2-этапта 1994-1999 жыл қалыптасуы.

3-этапта 2000 жыл дамуы.

Сақтандыру нарығының дамуына сақтандыру заңдылықтарының қалыптасуы елеулі әсер етті.

Аталып өткен “Сақтандыру туралы” ҚР-ның Заңы 1992 жыл шілдеде күшіне енді. Бұл заң осы саланы заңды түрде реттеудің алғашқы жалпы бастауы болды. Онда сақтандыру ісін дұрыс дамыту үшін қажетті талаптар болмады, яғни сақтандырушылардың қаржылық тұрақтылығын қамтамасыз ету мен оның төлем қабілеттілігінің кепілдігі, сақтандыру ісін лицензиялау мен мемлекеттік бақылауды жүзеге асыру сияқты шаралар қолданылмаған.

Бұл кемшіліктерді жою үшін “Сақтандыру нарығының қалыптасуы мен дамуындағы ұйымдастырушылық-құқықтық шаралар туралы” Заңы 1994 жылдың 16 сәуірінде қабылданды. Ол прогрессивті сипат алды. Осы заң негізінде Қазақстанда сақтандыру нарығы нақты қалыптаса бастады. Алайда бұл құжат сақтандыру қатынастарының жүйесінің дамуына тірек болатындай негізгі түсініктерді анықтамады.

Сақтандыру нарығының даму барысында елдегі сақтандыру реформалауды, сақтандыру қызметі саласын кеңейтуге тежейтін тенденцияларды пайда бола бастады, яғни сақтандыру заңдылығының құқықтық негізі дұрыс жетілмеген. Бұл жағдайда сақтандырудың құқықтық негізін қалыптастырудың қажеттілігін ескере отырып 1995 жылы 3 қазанда ҚР-ң «Сақтандыру туралы» Заңы шықты. Бұл заңның қабылдануы сақтандыру компанияларының сапалы түрде өсуіне септігін тигізді. Жарғылық капиталын қалыптастыру, лицензиялауға байланысты және сақтандыру терминдерін нақтылау бойынша талаптар күшейді.

Бүгінгі таңда Қазақстанда сақтандыру ісінің заңдылық базасы қалыптасып, сақтандыру ісін ұйымдастыру бойынша мәселелерге Азаматтық кодекстің арнайы бөлімі арналған.

2000 жылы желтоқсанда ҚР-ның «Сақтандыру қызметі туралы» заңы қабылданды. Ол сақтандырудың халықаралық тәжірибеде стандарттарды есепке ала отырып жасалған.

Сақтандыру нарығының қатысушыларының қызметі ҚР Конституциясына, ҚР Азаматтық кодексіне, «Сақтандыру қызметі туралы» Заңға және басқа ҚР нормативті-құқықтық актілерге негізделген нормативтік-құқықтық актілермен реттелген.

“Сақтандыру қызметі туралы” Заңға сәйкес сақтандыру (қайта сақтандыру) ұйымы, сақтандыру брокері, сақтандыру агенті, сақтандырушы, сақтандырылушы, пайда көруші, актуарий, өкілетті аудиторлық ұйым (өкілетті аудитор), өзара сақтандыру қоғамы, сақтандыруға байланысты кәсіпкерлік қызметті жүзеге асыратын заңды және жеке тұлғалар ҚР сақтандыру нарығының қатысушылары болып табылады.

Қазақстан Республикасында сақтандыру екі үлкен саладан тұрады: өмір сақтандыру және жалпы сақтандыру. Онымен қоса, сақтандыру келесідей сыныптарға бөлінеді.

1.Салалық құрылымы бойынша

- өмірдің сақтандыру нарығы (бұған барлық ұзақ уақыттылықсақтандыру түрлері жатады: зейнетақы, денсаулық, неке, және т.б)

- мүліктік сақтандыру нарығы

- жауапкершілікті сақтандыру

- кәсіпкерлік тәуекелді сақтандыру

2.Масштабтық тұрғыдан

- ұлттық
- аймақтық
- халықаралық

3.Құрылымдық құқықтық сақтандыру түрі бойынша

- мемлекеттік сақтандыру
- акционерлік қоғамда жүргізілетін сақтандыру
- екі жақты сақтандыру, өзара сақтандыру

4.Іске асу құрылымы бойынша

- міндетті түрде
- ерікті түрде

5. Объектісі бойынша

- жеке
- мүліктік

6. Өмірлік сақтандыру бөлігі келесі ерікті сақтандыру құрылымдардан тұрады

- өмірлік сақтандыру
- аннуитеттік сақтандыру

Қазақстандық сақтандыру нарығының құрылымын оның қатысушылары мен сақтандыру салалары танытады. Бүгінгі таңда сақтандырудың келесідей түрлері бар:

- Өмірді сақтандыру;
- Аннуитеттік сақтандыру;
- Мүлікті сақтандыру;
- Автокөлікті сақтандыру;
- Кездейсоқ оқиғалар мен жазатайым жағдайлардан сақтандыру;
- Кәсіпкерлік тәуекелді сақтандыру, оның ішінде валюталық, қаржылық т.с.с. тәуекелдер;

Азаматтық-құқықтық жауапкершілікті сақтандыру, оның ішінде көлік жүргізушілердің, жолаушы тасымалдаушылардың, аудиторлық ұйымдардың, турагенттіктердің, нотариустардың жауапкершіліктерін сақтандыру.

Еліміздің сақтандыру нарығында бүгінгі таңда сақтандыру компаниялары, брокерлері, актуарий және өзара сақтандыру ұйымдары өз жұмыстарын жүзеге асыруда.

Резюме

В статье рассматривается страховой рынок РК.

Summary

The article discusses the insurance market of Kazakhstan.

ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ МЕНЕДЖМЕНТА И ЕГО РОЛЬ В ОБЩЕСТВЕ

Т.А.Сагындыкова -

*магистрант 2 курса, специальность 6N0507 - Менеджмент
Институт Магистратуры и Докторантуры РМ, КазНПУ им. Абая*

В настоящее время трудно назвать более важную и многогранную сферу деятельности, чем управление, или менеджмент, от которого в значительной мере зависят и эффективность производства, и качество обслуживания населения.

Сегодня наше общество осуществляет исключительно трудную, во многом противоречивую, но исторически неизбежную и необратимую перестройку. В социально-политической жизни это переход от тоталитаризма к демократии, в экономике - от административно-командной системы к рынку. Такие изменения в обществе, в экономике, во всем нашем жизненном укладе сложны тем, что они требуют изменения нас самих.

Важная часть этого изменения, как показывает мировой опыт - постижение науки и искусства менеджмента.

На сегодняшний день в Казахстане пока еще не достигнуты значительные успехи в теоретическом и практическом освоении менеджмента. Поэтому вопрос о том что такое вообще менеджмент и откуда он берет свое начало имеет крайнюю актуальность.

Давайте определимся что такое вообще менеджмент? Что включает в себя данное понятие?

В науке управление в условиях рынка получило название менеджмента. Отличительные особенности менеджмента заключаются в том, что он ориентирует фирмы на удовлетворение потребностей рынка на постоянное повышение эффективности производства (получение оптимальных результатов с наименьшими затратами), на свободу в принятии решений, на разработку стратегических целей и программ и их постоянную корректировку в зависимости от состояния рынка.

Менеджмент — это умение добиваться поставленных целей - труд, интеллект, мотивы поведения других людей.

Система менеджмента - это совокупность различных составляющих элементов:

принципов управления, функций, методов, технологий информационного обеспечения, материального, технического обеспечения в условиях АСУ, а также правового обеспечения.

Процесс управления (менеджмент) имеет четыре взаимосвязанные функции: планирование, организация, мотивация и контроль.

Подготовка современных менеджеров-профессионалов невозможна без знания истории развития менеджмента.

Менеджмент развивался на протяжении веков, прежде чем превратился в самостоятельную отрасль знания, науку.

Если взглянуть на предысторию науки менеджмента, то можно заметить что данное понятие появилось не сразу. Как нам стало известно ни одна организация ни одно предприятие не может добиться успеха без управления. Однако управление как вид деятельности и как наука в таком виде, в котором мы имеем его в настоящее время, появилось не сразу.

История менеджмента начинается с «предыстории» (от древних цивилизации до новой истории) зарождения менеджмента как особого научного знания и вида деятельности.

Этапы и концепции развития менеджмента подразумевает под собой единым сложных процесс формирования менеджмента, как составляющего экономических отношений, производства, торговли и жизни вообще.

Идеи управления не всегда были такими, какими мы видим сегодня, хотя проблемы природы и принципов справедливого управления волновали мыслителей на протяжении многих веков.

В этой связи представляет интерес приводимый Бенгтом Карлом, шведским профессионалом-практиком в своей работе «Деловая стратегия» управленческий континуум, составленной Клодом Ст. Джоржем, в котором содержится описание развития менеджмента с 5000 г. до нашей эры. Данная таблица полностью показывает полное развитие менеджмента, то есть показывает все этапы и концепции формирования.

Как только доисторические люди стали жить организованными группами, у них появилась необходимость управления. На первом этапе, когда группы людей были невелики, управление во всех сферах осуществлялось одним человеком - вождем этой группы. В дальнейшем, по мере разрастания групп и усложнения выполняемых ими функций, появилась необходимость разделения труда и дифференциации функций. Но на это потребовались века. У Сократа дается понимание управления как особой сферы человеческой деятельности. Он говорил о том, что главным в управлении является поставить нужного человека на нужное место добиться выполнения поставленных перед ним задач.

Переворот в производственных отношениях связан с промышленной революцией, начавшейся в середине XVIII в.

С промышленной революцией связано выделение трех уровней управления верхнего, среднего и нижнего. На производстве появился мастер, который вскоре стал ненавистен для рабочих. На этом этапе развития управления только наметилась тенденция перехода от принципа надзора за работниками к принципу организации труда на научных основах.

Промышленная революция дала толчок развитию теоретических исследований и практики управления. Большой вклад в формирование науки управления внесли английские политэкономы Уильям Петти, Адам Смит и Давид Рикардо.

Нельзя не отметить огромного вклада английского социалиста-утописта Роберта Оуэна в развитие управленческой мысли и практики управления. Ранее других он заметил и оценил роль человеческого фактора производстве, к необходимости учета которого другие исследователи пришли только через 100

лет. На формирование теории управления в социалистическом обществе большое влияние оказали труды К Маркса и Ф Энгельса. Не снимаясь исследованиями природы и сущности управления, они внесли свой вклад в формирование этой науки с помощью созданных ими методов исследования. К Маркс выводит необходимость разделения труда из развития кооперации: капиталист часто не в состоянии самостоятельно управлять своей фабрикой. Кроме того, в этом нет необходимости, так как труд по надзору, совершенно отделенный от собственности на капитал, всегда предлагался в избытке. Поэтому сделалось необязательным, чтобы этот труд по надзору выполнялся капиталистом.

Таким образом, результатом разделения труда явилось обособление управления, которое стало рассматриваться в качестве особой функции любого совместного труда.

В этот же период времени Ф. Энгельс указал на то, что следует различать управление вещами и управление людьми. От этого тезиса в дальнейшем будут отталкиваться многие ученые в своих исследованиях.

Однако до эпохи империализма функция управления осуществлялась самим капиталистом и небольшой группой приближенных к нему лиц. Роль специально подготовленных управляющих особенно усиливается в эпоху развития монополистического капитализма. Столкнувшись с конкуренцией, изменчивой внешней средой, управляющие развивали систему знаний о том, как лучше использовать ресурсы.

На протяжении всей истории развития менеджмента ученые и исследователи управленческих проблем предпринимали попытки разработать универсальную классификацию школ менеджмента.

Значительное влияние на формирование менеджмента оказали: школа научного управления, классическая (административная) школа, школа психологии и человеческих отношений, школа науки управления (количественная школа), а также выдающиеся представители этих школ, такие как Ф.Тейлор, А. Файоль, Э. Мэйо и др.

В настоящее время известны четыре важнейших подхода, которые позволили выделить четыре школы управления, каждая из которых базируется на своих позициях и взглядах:

Подход с точки зрения научного управления	→	Школа научного управления
Административный подход	→	Классическая (административная) школа в управлении
Подход с точки зрения человеческих отношений и подход с точки зрения науки о поведении	→	Школа психологии и человеческих отношений
Подход с точки зрения количественных методов	→	Школа науки управления (Количественная)

ШКОЛА НАУЧНОГО УПРАВЛЕНИЯ

Возникновение современной науки управления относится к началу XXв. И связано с именами Ф.У. Тейлора, Френка и Лилии Гилбрет и Генри Гантта. Важной заслугой этой школы было положение о том, что управлять можно «научно», опираясь на экономический, технический и социальный эксперимент, а так же на научный анализ явлений и фактов управленческого процесса и их обобщение.

Метод исследования Тейлора заключался в расчленении процесса физического труда и его организации на составные части (труд исполнительский и труд распорядительский) и последующем анализе этих частей. Целью Тейлора было создание системы научной организации труда, базирующейся на основе экспериментальных данных и анализе процессов физического труда и его организации.

Важным вкладом Тейлора было признание того, что работа по управлению - это определенная специальность. Основной задачей предложенной им системы Тейлор считал сближение интересов всего персонала предприятия.

КЛАССИЧЕСКАЯ (АДМИНИСТРАТИВНАЯ) ШКОЛА В УПРАВЛЕНИИ

Классическая или административная школа в управлении занимает отрезок времени с 1920 по 1950 гг. Родоначальником этой школы считается Анри Файоль, французский горный инженер, выдающийся менеджер практик, один из основоположников теории управления.

В отличие от школы научного управления, которая занималась и основным вопросами рациональной организации труда отдельного рабочего и повышением эффективности производства, представители классической школы занялись разработкой подходов к совершенствованию управления организацией в целом.

Целью классической школы было создание универсальных принципов управления. Файоль и другие относились к администрации организаций, поэтому часто классическую школу называют административной. Заслуга Файоля заключается в том, что он разделил все функции управления на общие, относящиеся к любой сфере деятельности, и специфические, относящиеся непосредственно к управлению промышленным предприятием.

Последователями Файоля, развившими и углубившими основные положения его доктрины, являются Линдал Урвик, Л. Гьюлик, М. Вебер, Д. Муни, Алфред П. Слоун, Г Черч.

На основе разработок Файоля и его последователей сформировалась классическая модель организации, базирующаяся на четырех главных принципах:

- четкое функциональное разделение труда;
- передача команд и распоряжений сверху вниз;
- единство распорядительства («никто не работает более чем на одного босса»);
- соблюдение «диапазона контроля» (осуществление руководства ограниченным числом подчиненных).

ШКОЛА ПСИХОЛОГИИ И ЧЕЛОВЕЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ

Одним из недостатков школы научного управления и классической школы было то, что они до конца не осознавали роли и значения человеческого фактора, который в конечном счете является основным элементом эффективности организации. Поэтому школу психологии и человеческих отношений, которая устранила недостатки классической школы, часто называют неоклассической школой.

Первая попытка применить психологический анализ к практическим задачам производства была предпринята профессором Гарвардского университета США Г. Мюнстербергом.

В 20—30-е годы нашего столетия зародилась школа человеческих отношений, в центре внимания которой находится человек.

Одним из главных отличий школы психологии и человеческих отношений является внесение в нее бихевиоризма, т. е. теории человеческого поведения.

Одним из основателей школы психологии и человеческих отношений является профессор Школы бизнеса Гарвардского университета Элтон Мэйо. Большое место в исследованиях ученых, примыкающих к школе психологии и человеческих отношений, занимают проблемы мотивации людей в организации.

ШКОЛА НАУКИ УПРАВЛЕНИЯ (КОЛИЧЕСТВЕННАЯ ШКОЛА)

Становление школы науки управления связано с развитием математики, статистики, инженерных наук и других смежных с ними областей знаний. Наиболее известными представителями этой школы являются Р. Акофф, Л. Берталанфи, С. Бир, А. Гольдбергер, Д. Фосрестер, Р.Люс, Л. Клейн, Н. Джорджеску-Реган.

Школа науки управления сформировалась в начале 50-х гг. и успешно функционирует и в настоящее время. В школе науки управления различают два главных направления:

1. Рассмотрение производства как «социальной системы» с использованием системного, процессного и ситуационного подходов,
2. Исследование проблем управления на основе системного анализа и использования кибернетического подхода, включая применение математических методов и ЭВМ.

Заслуга школы науки управления заключается в том, что она сумела определить, основные внутренние и внешние переменные (факторы) влияющие на организацию.

Второе направление школы науки управления связано с развитием точных наук и, прежде всего, математики. В современных условиях многие ученые называют это направление новой школой.

Начало применения математических в экономических исследованиях в XIX в. связывают с именем французского экономиста А.Каунота (1801—1877).

Таким образом Управление зародилось примерно семь тысяч лет назад, но только с конца XIX века и особенно в XX-м, с развитием социального рыночного хозяйства, менеджмент выделился в самостоятельную область знания, т.е. в науку.

XX в. характеризуются формированием нового этапа в развитии управленческой мысли. На основе синтеза идей, выдвинутых в предшествующие периоды, исследователи пришли к пониманию необходимости комплексного подхода к управлению. Кроме того, была сформулирована идея, о том, что управление – это не только наука, но и искусство.

Западный менеджмент - это, прежде всего, особая субкультура со своими ценностями, нормами и законами. С другой стороны – это совокупность технических процедур и методов, сумма неких практических действий по планированию, организации, мотивации и контролю, необходимых для достижения поставленных целей.

Сегодня рыночная экономика требует адекватной ей системы управления, которая должна претерпеть радикальные преобразования вместе со всем обществом. В условиях перехода к рыночным отношениям важнейшим фактором успеха становится непрерывное совершенствование теории и практики управления.

Большое значение приобретает изучение передового и прогрессивного опыта управления зарубежных стран и использование его при анализе собственных управленческих проблем. Поэтому изучение истории развития теории и практики зарубежного менеджмента крайне актуально.

В современных условиях перестройки экономики на основе рыночных отношений одним из приоритетных ее направлений является выработка основных теоретических и методологических позиции по использованию менеджмента в практической деятельности наших отечественных организаций. Основной особенностью управленческой мысли становится поиск новых конкретных и реальных путей совершенствования системы управления, выработка позиции по различным проблемам управления применительно к рыночным условиям и на основе творческого осмысления передового зарубежного опыта.

Список использованной литературы.

1. Семенова И. И *История менеджмента: учебное пособие для вузов* – М.: Юнти- Дана, 2000. – 222с.
2. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. *Основы менеджмента/ Пер. с англ.* – М.: Дело, 2000 – 704 с.
3. *Менеджмент/Под ред. Максимцова М.М., Игнатъевой А.В.* – М., 1998.
4. Белоусов В.М *История развития концепций менеджмента* - М.: Знание, 2001.
5. www.google.kz

Түйін

Бұл статьяда менеджменттің дамуы және оның қоғамдағы маңыздылығы қарастырылған.

Summary

This article inform about the peculiarities and the development of the management in the society.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ РОЛИ СУЩНОСТИ ИНВЕСТИЦИЙ В НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

Дин Хуэй-

*магистрант 2 курса специальность 6М050600-Экономика
Имид PhD, КазНПУ им.Абая*

Определение роли и возможностей проведения инвестиционной политики на современном этапе национальной экономики продолжает оставаться достаточно актуальной. Объявив привлечение иностранного капитала в качестве одной из приоритетных стратегических задач, Казахстан последовательно осуществляет целенаправленные меры к созданию цивилизованной законодательной базы для дальнейшей интеграции в мировое хозяйство и развитию открытой экономической системы в стране.

Необходимость исследования роли и значения инвестиционной составляющей не вызывает сомнения. Инвестиционная деятельность в Казахстане направлена на активизацию процесса производства за счет внутренних и внешних источников финансирования. Государство держит курс на всемерное привлечение иностранного капитала, создание для этого комплекса привлекательных факторов. Помимо богатых природных ресурсов, аграрного и промышленного потенциала, квалифицированных специалистов и грамотной дешевой рабочей силы, выгодного геополитического положения особо отмечают стабильность политической системы, межнациональных отношений.

Общеизвестно, что инвестиции являются важнейшей экономической категорией и играют исключительную роль как на макро- так и на мезо-, микроуровне, и в первую очередь для простого и расширенного воспроизводства, ускорения НТП, структурных преобразований и решения социальных проблем. Эффективность использования инвестиций в значительной степени зависит от их сущности, форм и структуры.

Структурные преобразования экономики в нашей стране, активное движение к рынку и радикальное обновление отношений собственности обусловили необходимость теоретического переосмысления сущности категории *инвестиций* и связанных с ней понятий. Более точным для современных условий является определение Пола Хейне: «Инвестировать- значить купить какие-то блага ради того дохода, который мы от него ожидаем в будущем. Следовательно, фирма инвестирует, когда покупает станки, точно также как вы инвестируете, покупая акции»[1].

Анализируя многие варианты определения сущности категории *инвестиции*, выделим некоторые из них:

1. В рамках централизованной плановой системы понятий инвестиции отождествляется с понятием капитальные вложения и считается важнейшим экономическим показателем, характеризующим деятельность строительного комплекса. Капитальные вложения рассматриваются как экономическая категория, отражающая стоимость ресурсов совокупного общественного труда

(живого и овеществленного), направляемых в плановом порядке на воспроизводство производственного аппарата, мощностей и сооружений производственного назначения, а также объектов непроектной сферы [2].

2. С развитием основ рыночных отношений изменяются и научные подходы к оценке форм, методов и принципов осуществления инвестиций. Так в частности, Л.Дж.Гитман, М.Д. Джонк под инвестициями понимают «способ помещения капитала, который должен обеспечить сохранение или возрастание стоимости капитала и (или) принести положительную величину дохода» [3].

3. Ю.А. Маткин- под инвестициями вложение финансовых и материально-технических средств как в рамках страны, так и за ее пределами с целью получения социального, экономического и экологического эффекта[4]. Данное определение соответствует интерпретациям инвестиций, используемых в западной экономической литературе, как набор благ, ценностей, вкладываемых в предпринимательскую деятельность с целью максимизации эффекта в перспективе.

4. Существует отличное от приведенных выше понимание инвестиций. Так, В.Д. Миловидов считает, что инвестиции- это вложение свободных денежных средств в различные формы финансового или материального богатства, т.е. активы [5]. Приведенное определение подразумевает процесс перераспределения денежных средств от тех, кто ими располагает к тем, кто в них нуждается. Можно говорить о наличии спроса и предложения, о периоде, в котором аккумулируются данные средства.

5. Закон РК от 8 января 2003 г. № 373 – II «Об инвестициях» приводит следующее определение: «Инвестиции - все виды имущества (кроме товаров, предназначенных для личного потребления), включая предметы лизинга с момента заключения договора лизинга, а также права на них, вкладываемые инвестором в уставной капитал юридического лица или увеличения фиксированных активов, используемых для предпринимательской деятельности» [6].

6. По мнению Н.К. Нурлановой, «инвестиции- ресурсы, вкладываемые в материальное богатство и нематериальные общественные ценности как непосредственно , так и опосредовано – через финансовые инструменты, инновационную и социальную сферы» [7].

На наш взгляд, термин «инвестиции» имеет два аспекта - финансовый и экономический. Как финансовая категория, инвестиции представляют собой все виды активов (средств), вкладываемых в хозяйственную деятельность в целях получения дохода. Как экономическая категория инвестиции - расходы на создание, расширение, реконструкцию и техническое перевооружение основного капитала, а также не связанные с этим изменения оборотного капитала, поскольку изменения в товарно-материальных запасах во многом объясняются движением расходов на основной капитал.

Основываясь на необходимости выделения целевой направленности инвестиций и рассмотрев существующие его определения, более развернутую характеристику данное понятие, по нашему мнению, можно выразить следующим

образом: под инвестициями необходимо понимать денежные средства, имущественные и интеллектуальные ценности государства, юридических и физических лиц, направляемые на создание предприятий, обновление основных фондов, расширение, реконструкцию и техническое перевооружение действующих предприятий, приобретение недвижимости, на решение социальных проблем, а так же на приобретение акций, облигаций, и других ценных бумаг и активов, в результате чего создается прибыль (доход) или достигается социальный эффект.

Для учета, анализа и повышения эффективности использования инвестиций необходимо разработать научно обоснованную классификацию как на макро-, так и на микро уровне. Продуманная и обоснованная классификация инвестиций позволяет не только грамотно учитывать, но и анализировать со всех сторон, получая объективную информацию для выполнения эффективной инвестиционной политики.

По нашему мнению представляют научный и практический интерес классификации инвестиций, которые описываются в иностранных источниках, а так же их обобщение с целью выявления возможностей использования в отечественной практике. Так, например, немецкий профессор Вайнрих предложил следующую классификацию инвестиций по объектам их приложения [8].

1. Инвестиции в имущество (материальные инвестиции) – это инвестиции в здания, сооружения, оборудование, запасы материалов.
2. Финансовые инвестиции (приобретение акций, облигаций и других ценных бумаг).
3. Нематериальные инвестиции (инвестиции в подготовку кадров, исследования и разработку, рекламу).

Кроме того, классифицируются инвестиции в зависимости направленности действий на :

- основании проекта (начальные инвестиции) или нетто;
- формирования или покупку предприятия;
- расширение (экстенсивные инвестиции), увеличение производственного потенциала;
- реинвестиции, т.е. связывание свободных инвестиционных средств на приобретение или изготовление новых средств производства с целью поддержания состава основных фондов предприятия (инвестиции на замену, рационализацию; инвестиции на изменение программы выпуска; инвестиции на диверсификацию; инвестиции на обеспечение выживания предприятия в перспективе);
- брутто-инвестиции, состоящие из нетто-инвестиций и реинвестиций.

Эта классификация интересна в том плане, что она позволяет и помогает руководящему звену предприятия разрабатывать более эффективную инвестиционную политику.

Необходима также классификация инвестиций на уровне предприятия, которое, по сути, характеризует инвестиционный портфель предприятия.

Оптимизация этого портфеля по минимуму риска и максимуму получения экономической выгоды является одной из важнейших проблем на предприятии.

Нам представляется, что все классификации позволяют детально представить виды и формы инвестиций и проводить более глубокий анализ их использования с целью повышения эффективности. Однако в современных условиях этих классификаций явно недостаточно. Нам представляется, что на макроуровне должно быть классификация, дающая реальное представление о целях расходования инвестиций.

Обобщая вышесказанное, необходимо отметить, что инвестиции являются важнейшей экономической категорией и играют исключительную роль как на макро- и на мезо-, микроуровне, и в первую очередь для простого и расширенного воспроизводства, ускорения НТП, структурных преобразований и решения социальных проблем.

Под структурой инвестиций понимается их состав по видам, направлению использования и их доли в общих инвестициях.

Подготовка и анализ инвестиций находятся в зависимости от того, какую из стоящих перед экономикой задач необходимо решить с их помощью. С этих позиций все возможные разновидности инвестиций можно разделить на следующие основные группы [9]:

1. Вынужденные инвестиции – для соблюдения законодательных норм по охране окружающей среды, охраны труда, безопасности товаров, либо иных условий деятельности, которые не могут быть обеспечены только за счет совершенствования управления.
2. Инвестиции для повышения эффективности (создание условий для снижения затрат фирмы за счет замены оборудования, обучения персонала или перемещения производственных мощностей в регионы с более выгодными условиями производства).
3. Инвестиции в расширение производства (расширение возможностей выпуска товаров для ранее сформировавшихся рынков в рамках существующих производств).
4. Инвестиции в создание новых производств (создание новых предприятий, которые будут выпускать ранее не изготавливавшиеся предприятием товары, т.е. оказывать новый тип услуг, либо с ранее уже выпускавшимися товарами на новые для него рынки).
5. Инвестиции в исследования и инновации.

Нами представлены технологическая, воспроизводственная, отраслевая и территориальная структура инвестиций.

Экономическая эффективность достигается и за счет повышения уровня механизации и автоматизации труда и снижения условно-постоянных затрат на единицу продукции.

Воспроизводственная структура инвестиций также оказывает существенное влияние на эффективность их использования. Под воспроизводственной структурой инвестиций понимается их распределение и соотношение в общей сметной стоимости по формам воспроизводства основных производственных

фондов. То есть, какая доля инвестиций в из общей величине направляется на : новое строительство; реконструкцию и техническое перевооружение действующего производства; расширение действующего производства; модернизацию. Совершенствование воспроизводственной структуры подразумевает повышение доли инвестиций, направляемых на реконструкцию и техническое перевооружение действующего производства. Теория и практика инвестирования свидетельствуют о том, что реконструкция и техническое перевооружение производства намного выгоднее, чем новое строительство по многим причинам:

Во-первых, сокращается срок ввода в действие дополнительных производственных мощностей.

Во-вторых, в значительной мере сокращаются удельные капитальные вложения.

Экономическая эффективность инвестиций на уровне народного хозяйства существенно зависит и от их отраслевой и территориальной (региональной) структур.

Отраслевая структура предусматривает распределение соотношение инвестиций по отраслям промышленности и народного хозяйства в целом. Её совершенствование заключается в обеспечении пропорциональности и в более быстром развитии тех отраслей, которые обеспечивают ускорение научно-технического прогресса (НТП) во всем народном хозяйстве.

Территориальная структура инвестиций предусматривает их распределение и соотношение в общей совокупности по отдельным экономическим районам, областям республики. Смысл совершенствования территориальной структуры капитальных вложений заключается в том, чтобы она позволяла получить максимум экономического и социального эффекта в зависимости от региональных особенностей.

Важное значение для эффективности инвестиций и экономики страны имеет структура инвестиций по источникам финансирования, формам собственности.

По формам собственности, т.е.в зависимости от принадлежности – государству, местным органам, частным юридическим или физическим лицам, или к смешанной форме собственности. Существует мнение, что повышение доли частных инвестиций в общей их сумме положительно влияет на уровень их использования, а, следовательно, и на экономику страны.

По источникам финансирования, причем совершенствование этой структуры инвестиций заключается в повышении доли внебюджетных средств до оптимального уровня.

Немаловажное значение имеет и эффективность использования инвестиций на предприятии, поскольку его финансовое положение также в значительной мере зависит от их структуры на предприятии.

Анализ структуры инвестиций по различным направлениям имеет важное научное и практическое значение. Практическая значимость состоит в том, что этот анализ позволяет определить тенденцию изменения структуры инвестиций и на этой основе разрабатывать более действенную и эффективную

инвестиционную политику. Теоретическая значимость состоит в том, что на основе этого анализа выявляются новые факторы, ранее неизвестные, влияющие на инвестиционную деятельность и эффективность использования инвестиций.

Совершенствование реальных и портфельных инвестиций заключается в том, чтобы получить от них максимум отдачи, т.е. доля инвестиций в наиболее эффективные проекты должна быть максимальной. Важное значение для предприятий имеет структура и реальных, и портфельных инвестиций. Портфельные инвестиции – распределение и соотношение по видам ценных бумаг, приобретаемых предприятием, а также по вложениям в активы других предприятий. В современных условиях, когда доля государственных инвестиций резко снижается, а доля инвестиций предприятий увеличивается, общая эффективность инвестиций все в большей мере зависит от эффективности использования инвестиций непосредственно на предприятиях, а по сути, от общей структуры инвестиций на предприятии.

Таким образом, отношение к инвестициям в стране зависит от целей, которые она при этом ставит. Инвестиции иностранных фирм рассматриваются не только как дополнительный источник для внутренних капиталовложений, но и как способ получения доступа к системе сбыта на внешних рынках и к новым источникам финансирования.

Литература:

1. Хейне П. *Экономический образ мышления*. Пер. с англ. – М.: Дело, 1993. – С.574.
2. *Экономика строительства: Справочник* // И.Г.Галкин, В.А.Балакин, Ю.Г.Болтянский и др./Под ред. И.Г.Галкина. – М.: Стройиздат, 1989. – С.71-78
3. Гитман Л.Дж., Джонс М.Д. *Основы инвестирования*./Пер. с англ.-М.: Дело, 1997. –С.93.
4. Матюкин Ю.А. *Инвестиционная деятельность в условиях перехода к регулируемой рыночной экономике в СССР* // *Экономика строительства*. -1990.- №11.-С.20.
5. Миловидов В.Д. *Паевые инвестиционные фонды*. – М.: Анкил, ИНФРА – М, 1996.-С.7
6. Закон РК от 8 января 2003г. №373- II «Об инвестициях».
7. Нурланова Н.К. *Формирование и использование инвестиций в экономике Казахстана: стратегии и механизм*. – Алматы: Гылым, 1998.-192с.
8. Gunter, Weinrich, Ulrich, Hoffman, *Investitions- analyse, Munchen; Wien; Hauser, 1989*
9. Кульман А. *Экономические механизмы: Пер. с фр. // общ. ред. Н.И.Хрустальной*. – М.: А/О Издательская группа «Прогресс», «Универс», 1993. – С.56.

Түйін

Ұлттық экономиканың инвестициялық құрамдасының ролі мен мәнін зерттеу қажеттілігі күмән туғызбайды. Қазақстандағы инвестициялық қызмет ішкі және сыртқы қаржыландыру көздерінің есебінен өндіріс үрдісін белсендіруге

бағытталған. Мемлекет шетелдік капиталды бүкілөшемді тартуға, бұл үшін тартымды факторлардың кешенін құруға бағыт ұстап отыр. Осыған байланысты, инвестициялық қызметтің ролін, маңыздылығын және экономикалық мазмұнын негіздеу күмәнсіз өзекті және қажетті болып табылады.

Summary

The necessity of researching of role and meaning of investment forming part of national economy has no doubt. Investment activity in Kazakhstan is directed to activation of production process with the help of internal and external sources of financing. The state has a direction to whole attraction of foreign capital, formation of attractive factors complex for this. Relatively to this, basing of role, meaning and economical content of investment activity is purely actual and necessary.

О ПОДХОДАХ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ КАЧЕСТВА И ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ В ОРГАНАХ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ

Ма Юйчунь

*магистрант Института магистратуры и
докторантуры PhDKазНПУ имени Абая*

Человек в течение своей жизни принимает множество решений, но в организациях процесс принятия решений тракт более существенную роль, чем в частной жизни индивида. Решения, принимаемые в органах местного самоуправления, оказывают влияние на жизнь многих людей и отличаются значительной сложностью. От того, насколько качественно разработано управленческое решение, и от того, насколько оно окажется эффективным, зависит уровень жизни населения, комфортность проживания в муниципальном образовании, довольство населения работой органами местного самоуправления.

Сегодня деятельность органов местного самоуправления вызывает многочисленные нарекания граждан. Тезис о его большей эффективности по сравнению с уровнями государственной власти встретит возражения со стороны многих управленцев и экспертов. Самоуправление играет в системе общественного управления немаловажную роль. Оно является одновременно и мерой развития, и инструментом становления гражданского общества. Самоуправление необходимо для устойчивого развития общества.

В деятельности органов местного самоуправления разработка управленческого решения играет одну из главных ролей, так как она в основном и определяет эффективность деятельности органов местного самоуправления.

В настоящее время существует потребность в существенном повышении эффективности муниципального управления. Коммерческие организации более мобильны, обладают большей самостоятельностью, нежели органы

муниципальной власти, а кроме того (и это самое главное), они познали реальную стоимость неэффективного управления.

Рассуждая о качестве и эффективности управленческих решений, многие авторы смешивают эти понятия, рассматривая их как идентичные (В.И. Варфоломеев, С.Н. Воробьев, Дж.К., Лафта и др.). Однако эффективность невозможно определить во время разработки управленческого решения. Например, В.В.Ременников предлагает качество относить к теоретически найденному управленческому решению, а эффективность – к практически реализованному.

Исторически управление качеством возникло как статистический контроль качества при массовом производстве продукции, направленный на стабилизацию качества в процессе производства. Другими словами, понятие «качество» позволяло дать объемную характеристику производимого товара. Однако качество принятия управленческих решений необходимо рассматривать в несколько другом разрезе.

В литературе по управлению под качеством управленческих решений понимается совокупность параметров решений, обеспечивающих их успешное выполнение. Качество управленческих решений в основном определяют следующие параметры:

- *Научная обоснованность* как необходимость учета всей совокупности факторов и условий, связанных с разработкой решения. Это его всесторонняя сбалансированность по срокам, ресурсам и целям: если выбраны неверно цели, ошибка проявится быстро и коррективы внести легко; когда же решение не обеспечено достаточными ресурсами, оно «умирает долго и мучительно». Обоснованным может быть лишь то решение, которое принято на основе достоверной, систематизированной и научно обработанной информации, что достигается использованием научных методов разработки и оптимизации решений.
- *Непротиворечивость*. Единство управления современными сложными организациями, осуществляемого специализированным аппаратом, не может достигаться иначе, чем последовательностью взаимодополняющих, непротиворечивых частных решений, носящих целеполагающий, организующий, мотивирующий, контролирующий и регулирующий характер.
- *Своевременность* как необходимость преодоления, устранения, смягчения возникающего противоречия. Своевременность решения определяется тем, на какой стадии оно принимается: в самом начале, когда конфликт только еще зарождается, и его можно устранить без больших хлопот и затрат; в период, когда он вызрел и приобрел острые, открытые формы и когда уже неизбежны крупные потери и издержки, или на стадии, когда уже ничего не изменить и остается только подсчитать убытки и наказать «стрелочников». Если необходимость обоснованности к непротиворечивости решения увеличивает время, затрачиваемое на его разработку, то требование своевременности, оперативности, напротив, существенно ограничивает этот период.
- Фактор времени, существенно влияющий на процесс принятия решений, диктует необходимость выполнения еще одного условия, определяющего

качество управленческого решения, *-адаптивности*. Не следует забывать, что решение всегда носит временный характер. Срок его эффективного действия может считаться равным периоду относительной стабильности проблемной ситуации, на разрешение которой оно направлено, и за пределами этого периода решение может превратиться в свою противоположность – не способствовать разрешению проблемы, а обострять ее. В связи с этим окончательное разрешение проблемы «раз и навсегда» не представляется возможным, и качество выбранной альтернативы следует оценивать с учетом того, что через некоторое время, возможно, придется корректировать действующее или принимать новое решение. Управлять нужно так, чтобы оставалась определенная свобода выбора решений в будущем, когда ситуация изменится и будет разрабатываться новое решение. Между тем недостаток многих решений в том и заключается, что они не учитывают необходимости подобной адаптации и носят излишне «жесткий» характер.

- *Реальность*. Решение должно разрабатываться и приниматься с учетом объективных возможностей организации, ее потенциала. Другими словами, материальные возможности, ресурсы организации должны быть достаточны для эффективной реализации выбранной альтернативы [2].

Итак, управленческое решение может считаться качественным, если оно отвечает всем перечисленным выше требованиям. Причем речь идет именно о системе условий, поскольку несоблюдение хотя бы одного из них приводит к дефектам качества решения и, следовательно, к некоторым трудностям или даже невозможности его реализации. Таким образом, после разработки управленческого решения при его оценке можно определить то, насколько данное решение оказалось качественным. А как же определить его эффективность?

Эффективность управленческих решений оценивается с позиции соотношения результата (или эффекта) и затрат. Эффективность должна быть присуща любому виду человеческой деятельности – это парадигма XXI века, в котором, главным образом, умом и трудом можно приращивать благополучие [1]. Но особенно актуальна эффективность для муниципального управления, которое распоряжается большими ресурсами и определяет стратегию развития муниципального образования. В управленческой деятельности муниципального образования эффект может наступить только в тот момент, когда население муниципального образования «оценит» разработанное управленческое решение. Кроме этого, для муниципального управления принципиально важным является оценка явлений с точки зрения социальной эффективности управления, то есть реального и позитивного влияния на общественные процессы, сознание, поведение и деятельность людей [1].

Предположим, что в процессе разработки управленческого решения были соблюдены все требования, предъявляемые к качественным управленческим решениям, но после воплощения этого решения в жизнь оно оказалось неэффективным. И если рассматривать «качество» и «эффективность» как идентичные понятия, то возникает вопрос: «Почему при соблюдении всех требований, которые должны гарантировать качество и эффективность

управленческого решения, на практике оно оказалось неэффективным?» Рассмотренная ситуация доказывает, что эффективность управленческого решения далеко не то же самое, что качество.

Эффективность принятых управленческих решений в муниципальном управлении является весьма сложной и малоизученной проблемой. Оценка эффективности имеет важное значение для его совершенствования. Отсутствие теоретико-методологических основ оценки эффективности принятых управленческих решений в муниципальном управлении является одним из существенных факторов, сдерживающих процессы совершенствования управления.

Существует множество подходов к оценке эффективности управленческого решения, где она определяется как:

- эффективность разработки и эффективность реализации решения;
- раздельный расчет экономической и социальной эффективности;
- идентичность эффективности управленческого решения и ресурсной результативности;
- расчет по каждому решению организационной, экономической, социальной, технологической, психологической правовой, этической, политической эффективности как факт достижения соответствующих целей [2].

Но ни один из этих подходов в полной мере не позволяет оценить степень эффективности управленческого решения. Сравнив параметры, определяющие качество управленческих решений, наглядно видно, что в обоих случаях присутствуют одинаковые элементы, например, качество определяется необходимыми ресурсами, а под эффективностью понимают ресурсную результативность; экономичность решения характеризует качество, но и эффективность соотносят с экономичностью, предлагая множество формул по расчету различных видов эффективности: ресурсной, затратной, экономической.

Безусловно, в коммерческой организации рассмотренные подходы актуальны, и с их помощью можно рассчитать эффективность решения, потому что результат деятельности коммерческой организации отражается в объеме сбыта продукции или предоставления услуг, которые также рассматриваются как товар (составление различной документации, представительство и др.). За полученный товар, услугу люди платят деньги. Работая над повышением реализации производимого товара, предоставляемой услуги, менеджеры коммерческой организации в процессе разработки управленческого решения, конечно, применяют различные расчеты, чтобы определить оптимальный вариант решения из всех возможных.

Но в органах местного самоуправления рассмотренные методы не дают возможности оценить то, насколько население довольны их работой. В природе нет и не может быть такой формулы, с помощью которой можно было бы рассчитать ожидаемое удовлетворение населения работой органов местного самоуправления перед реализацией разработанного управленческого решения.

Наиболее точно эффективность охарактеризовал профессор Г.В. Атаманчук, предложив комплекс показателей, характеризующих эффективность организации

и функционирования субъектов государственного управления. К таким показателям он относит:

- целеориентированность;
- затраты времени на осуществление определенного объема управленческих операций;
- стиль функционирования государственно-управленческой системы, оцениваемый по реальной практике;
- организационную сложность субъекта государственного управления;
- экономические, социальные, кадровые, технические издержки на содержание и обеспечение функционирования государственно-управленческой системы, рассматриваемые в соотнесении с социальными результатами деятельности управляемых объектов [1].

В отличие от органов местного самоуправления деятельность органов государственного управления направлена на решение более глобальных проблем (повышение экономического роста страны, защита прав человека и гражданина, охрана окружающей среды, налаживание международных связей и др.). Цель органов местного самоуправления более конкретна –повышение уровня жизни населения муниципального образования, в том числе увеличение доходов жителей. Поэтому авторы предлагают следующие параметры, определяющие эффективность управленческого решения в органах местного самоуправления:

- Степень «удовлетворенности» населения работой органов местного самоуправления. Реализуя разработанное управленческое решение, любой менеджер ожидает определенной реакции от населения. Поэтому если население «довольно», удовлетворено принятым решением, это является наивысшей оценкой работы органов местного самоуправления.

- Достижение цели, ради которой было разработано управленческое решение.

При

разработке управленческого решения в первую очередь определяются цели. Даже незначительное отклонение от «намеченного курса» может провалить решение и работа в заданном направлении будет загублена.

- Период времени, за который реализованное управленческое решение принесло результат. Не всегда управленческое решение начинает работать сразу. Задержка решения во времени может обернуться большими издержками, даже если в дальнейшем оно окажется эффективным. Но это в лучшем случае, а в худшем такое решение может «зависнуть» и так и не воплотиться в жизнь.

- Издержки, понесенные органами местного самоуправления после реализации управленческого решения. Во время разработки управленческого решения обязательно учитываются все затраты, которые понесут органы местного самоуправления во время разработки и реализации управленческого решения. Любой расчет может быть только приблизительным (особенно касающийся реализации управленческого решения). Нельзя с точностью до копейки рассчитать затраты, поэтому риск непредвиденных расходов существует всегда.

В случае, если управленческое решение отвечает указанным параметрам одновременно, можно говорить о высокой эффективности управленческого решения.

Ещё одна из особенностей эффективности управленческих решений заключается в том, что эффективное сегодня управленческое решение может завтра оказаться негативным. Времена меняются, жизнь не стоит на месте, вместе с развитием технологического прогресса растут потребности населения, и с каждым годом ожидания населения, связанные с результатами работы органов местного самоуправления, возрастают. В быстро изменяющейся среде просто необходимо умение менеджера своевременно реагировать на происходящие изменения, т.е. одним из главных требований к муниципальным менеджерам является умение своевременно разработать качественное управленческое решение. Это значительно увеличивает вероятность того, что решение будет эффективным.

Список литературы

1. Атамнчук Г.В. *Модернизация государственного управления (теоретико-методологические основания)*. –М.: Изд-во РАГС, 2001.
2. Кузнецова Л.А. *Разработка управленческого решения*. –М.: ИНФРА, 2006.
3. Лафта Дж.К. *Управленческие решения*. –М.: Центр экономики и маркетинга, 2005.
4. Ременников В.Б. *Разработка управленческого решения*. –М.: ЮНИТИ ДАНА, 2006.

Түйін

Берілген мақала басқару шешімдерінің «сапасы» мен «тиімділігі» түсініктерін анықтаудағы көзқарастарды талдауға арналады. Муниципалды басқарудағы қабылданатын басқару шешімдерінің тиімділік мәселесі өте күрделі және аз зерттелген болып табылады. Оны жетілдіруде тиімділікті бағалау маңызды мәнге ие. Муниципалды басқарудағы қабылданған басқару шешімдерінің тиімділігін бағалаудың теориялық-әдістемелік негізінің жоқтығы басқаруды жетілдіру үрдісін тежейтін маңызды фактор болып табылады. Жұмыста жергілікті өзін-өзі басқару органдарындағы басқару шешімдерінің тиімділігін бағалаудың негізгі параметрлері қарастырылған.

Summary

This article is devoted to the analysis of such terms in managerial decision-making as “quality” and “effectiveness”. This type of analysis is necessary in order to differentiate one term from another. The effectiveness of managerial decisions in the municipal governance is a complicated and not enough researched problem due to lack of theoretical and methodological bases for that. It is important to improve the evaluation of effectiveness of managerial decisions in the municipal governance for it is considered to be as one of the driving forces that suppress successful management

processes. This work for dwells on main parameters and approaches in managerial decision making effectiveness evaluation in the local municipalities.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ВАЛЮТНЫХ ОПЕРАЦИЙ И РОЛЬ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ НА ВАЛЮТНОМ РЫНКЕ

А.Г.Дильмухамедова –
магистрант 2 курса «ФРиББ» НПМ,
научный руководитель: д.э.н., профессор К.Ж.Бертаева

Валютные операции коммерческих банков относится к числу важнейших направлений банковской деятельности и находится в сложной взаимозависимой связи с трансграничным движением товаров, капиталов и услуг. На сегодняшний день развитию и совершенствованию валютных операций коммерческих банков следует уделить особое значение так как, именно благодаря их развитому спектру возможны наиболее продуктивные контакты со странами с развитой рыночной экономикой, что в свою очередь благоприятно влияет на оздоровление экономической ситуации страны в целом.

Поправки и изменения в законодательстве Республики Казахстан по вопросам валютного регулирования происходит довольно часто и свидетельствует тому – желание дальнейшего совершенствования системы валютного регулирования и валютного контроля в Казахстане. Так, законопроект « О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты республики Казахстан по вопросам валютного регулирования и валютного контроля» осуществляется по следующим направлениям: смягчение режимов валютного регулирования и упрощение, связанных с ними административных процедур; уточнение и упрощение требований репатриации валютной выручки; предусматривается расширение спектра мер валютного регулирования.

Отсутствие валютных ограничений на международные операции является одним из основных условий для дальнейшей интеграции Казахстана в мировую экономику и повышения международной конкурентоспособности страны. При этом, стоит отметить, что с учетом того, что для казахстанской экономики экспорт товаров является важнейшим источником поступления иностранной валюты в страну, в валютном законодательстве сохранено требование репатриации – возврата в страну средств, полученных в результате внешнеторговых операций.

При осуществлении международных сделок встает вопрос о валютных операциях как форме банковского участия в них. Многие коммерческие банки, получив лицензию на проведение валютных операций, столкнулись с трудностями по их проведению. В этой связи возникает необходимость изучения

и использования опыта работы ведущих банков развитых стран на валютных рынках и механизма проведения валютных операций на нем.

Отметим также что, расширяющиеся международные связи, возрастающая интернационализация хозяйственной жизни вызывает объективную необходимость изучения обмена одних национальных денежных единиц на другие.

Реализация этой необходимости происходит через особый валютный рынок, где под влиянием спроса и предложения стихийно формируется валютный курс, а валютные операции становятся одними из основных операций коммерческих банков. Поэтому несколько слов о валютном рынке. Валютный рынок, в узком смысле слова – особый конституционный механизм, опосредующий отношения по поводу купли и продажи иностранной валюты, где большинство сделок заключается между банками (а также при участии брокеров и других финансовых институтов). Роль валютного рынка определяется в экономике его функциями:

- обслуживание международного оборота товаров и услуг, капиталов;
- формирование валютного курса под влиянием спроса и предложения;
- механизм защиты от валютных рисков и приложения спекулятивных капиталов;
- инструменты государства для целей денежно-кредитной и экономической политики.

Далее рассмотрим основные понятия, связанные с валютными операциями банков второго уровня и виды валютных операций банков. Но вначале изучим законодательную базу, регулирующую валютные операции в стране. Валютное законодательство Республики Казахстан основывается на Конституции Республики Казахстан и состоит из Закона Республики Казахстан «О валютном регулировании и валютном контроле» и иных нормативных правовых актов Республики Казахстан.

Согласно вышеприведенного закона «валюта» -денежные единицы, принятые государствами как законное платежное средство, или официальные стандарты стоимости в наличной и безналичной формах, в виде банкнот, казначейских билетов и монет, в том числе из драгоценных металлов (включая изъятые или изымаемые из обращения, но подлежащие обмену на находящиеся в обращении денежные знаки), а также средства на счетах, в том числе в международных денежных или в расчетных единицах.

При этом, валютные операции – это :

- операции, связанные с переходом права собственности и иных прав на валютные ценности, а также использование валютных ценностей в качестве средства платежа;
- ввоз, пересылка и перевод в Республику Казахстан, а также вывоз, пересылка и перевод из Республики Казахстан валютных ценностей, национальной валюты, ценных бумаг и платежных документов, номинал которых выражен в национальной валюте, не имеющих номинала ценных бумаг, выпущенных резидентами.

К валютным ценностям относятся:

- иностранная валюта;
- ценные бумаги в иностранной валюте – платежные документы (чеки, векселя, аккредитивы и др.), фондовые ценности (акции, облигации) и другие долговые обязательства, выраженные в иностранной валюте;
- драгоценные металлы – золото, серебро, платина и металлы платиновой группы в любом виде и состоянии, за исключением ювелирных и других бытовых изделий;
- природные драгоценные камни.

Основным органом валютного регулирования в Республике Казахстан является Национальный Банк Республики Казахстан. В сферу его деятельности входит:

- 1) порядок и требования к осуществлению деятельности по организации обменных операций с иностранной валютой;
- 2) порядок осуществления мониторинга валютных операций нерезидентов, осуществляющих деятельность на территории Республики Казахстан (валютный мониторинг);
- 3) формы учета и отчетности по валютным операциям, обязательные для исполнения всеми резидентами и нерезидентами, по согласованию с уполномоченными государственными органами в соответствии с их компетенцией.

Банковские операции могут осуществляться уполномоченными банками, то есть коммерческими банками, получившими лицензии Национального банка Казахстана на проведение операций в иностранной валюте, включая банки с участием иностранного капитала и банки, капитал которых полностью принадлежит иностранным участникам.

В процессе совершения сделок с валютой банк получает одну валюту на другую. Соотношение требований и обязательств банка в иностранной валюте определяет его валютную позицию. Если требование и обязательства совпадают, валютная позиция считается закрытой. При несовпадении – открытой. Открытая позиция может быть двух видов: короткая и длинная. Позиция, при которой обязательства по проданной валюте превышают требования, называется короткой, а если требования превышают обязательства – длинной.

Стоит отметить, что валютные операции чреватые рисками. Банки стремятся ликвидировать валютный риск. Существуют два способа – технический и административный. Для страхования от валютного риска первым методом банк получает валюту на условиях наличной сделки и одновременно продает ее на срок. При втором, административном способе, вводятся лимиты на открытую валютную позицию. При установлении лимитов на открытую валютную позицию в течение дня учитываются среднесуточные колебания курса валют за последние несколько месяцев. Исходя из этого, определяются сумма дневного лимита открытой позиции, ограничения возможных убытков и прибыли. Валютный отдел банка осуществляет постоянный контроль за позициями в различных валютах путем введения всех совершаемых валютных операций в компьютер.

Теперь рассмотрим виды валютных операции коммерческих банков. К ним относятся:

1. Операции по международным расчетам, связанные с экспортом и импортом товаров и услуг.

В расчетах по форме Документарное инкассо – банк – эмитент принимает на себя обязательство предъявить предоставленные доверителем документы плательщику (импортеру) для акцепта и получения денег.

При применении банковских переводов в расчетах вся валютная выручка зачисляется на транзитные счета в уполномоченных банках. После поступления ее на транзитный валютный счет в поручение о переводе поступившей суммы или части ее на текущий счет указывается и продажа части экспортной выручки на внутреннем валютном рынке в порядке обязательной продажи.

Документарный аккредитив – обязательство банка, открывшего аккредитив (банка-эмитента) по просьбе своего клиента-приказодателя (импортера), производить платежи в пользу экспортера (бенефициара) против документов, указанных в аккредитиве.

При расчетах по экспорту в форме документарного аккредитива иностранный банк открывает его у себя по поручению фирмы-экспортера и посылает банку об этом аккредитивное письмо, в котором указывается вид аккредитива и порядок выплат по нему.

2. Корреспондентские отношения с иностранными банками.

Эта операция является необходимым условием проведения банком международных расчетов. Принятие решения об установлении корреспондентских отношений с тем или иным зарубежным банком должен быть основано на реальной потребности в обслуживании регулярных экспортно-импортных операций клиентуры.

Для осуществления международных расчетов банк открывает в иностранных банках и у себя корреспондентские счета ‘Ностро’ и ‘Лоро’. Счет ‘Ностро’ – это текущий счет, открытый на имя коммерческого банка у банка-корреспондента. Счет ‘Лоро’ – это текущий счет, открытый в коммерческом банке на имя банка – корреспондента.

3. Операции по привлечению и размещению банком валютных средств.

Эти операции включают в себя следующие виды:

- 1) привлечение депозитов (как физических лиц, так и юридических лиц, в том числе межбанковские депозиты)
- 2) выдача кредитов (физическим лицам и юридическим лицам)
- 3) размещение кредитов на межбанковском рынке.

Эти операции являются основными для коммерческих банков РК и по доходности,

и по значимости в обслуживании клиентов банка.

4. Неторговые операции коммерческого банка.

Уполномоченные банки могут совершать следующие операции неторгового характера:

- покупку и продажу наличной иностранной валюты и платежных документов в иностранной валюте;
- инкассо иностранной валюты и платежных документов в валюте;

- осуществлять выпуск и обслуживание пластиковых карточек клиентов банка;
- производить покупку (оплату) дорожных чеков иностранных банков;
- оплату денежных аккредитивов и выставление аналогичных аккредитивов.

5. Конверсионные операции.

Конверсионные операции представляют собой сделки покупки и продажи наличной и безналичной иностранной валюты. Основная масса операций – сделки с немедленной поставкой. Особенностью этих сделок является то, что дата заключения сделки практически совпадает с датой ее исполнения.

Сделки с немедленной поставкой бывают трех видов:

Под сделкой типа ‘TODAY’ понимается конверсионная операция, при которой дата валютирования совпадает с днем заключения сделки.

Сделка типа ‘TOMORROW’ представляет собой операцию с датой валютирования на следующий за днем заключения рабочий банковский день.

Под сделкой типа ‘SPOT’ понимается конверсионная операция, осуществляемая по согласованному сегодня курсу, когда одна валюта используется для покупки другой валюты со сроком окончательного расчета на второй рабочий день, не считая дня заключения сделки.

Срочная форвардная сделка – это контракт, который заключается в настоящий момент времени по покупке одной валюты в обмен на другую по обусловленному курсу, с совершением сделки в определенный день в будущем. Срочные биржевые операции (типа фьючерс, опцион, своп и проч.) не являются конверсионной операцией.

В свою очередь операция ‘форвард’ подразделяется на:

- сделки с ‘аутрайтом’ - с условием поставки валюты на определенную дату;
- сделки с ‘опционом’ - с условием нефиксированной даты поставки валюты.

Сделка своп (swap) – это банковская сделка, состоящая из двух противоположных конверсионных операций на одинаковую сумму, заключаемых в один и тот же день. При этом одна из указанных сделок является срочной, а вторая – сделкой с немедленной поставкой. То есть сделка ‘своп’, сочетает покупку или продажу валюты на условиях наличной сделки ‘спот’ с одновременной продажей или покупкой той же валюты на срок по курсу ‘форвард’ ее покупкой на условиях ‘форвард’, а сделка ‘дерепорт’ наоборот – покупка валюты на условиях ‘спот’ и одновременная продажа ее на условиях ‘форвард’. В настоящее время осуществляется покупка – продажа контрактов на условиях ‘форвард’, а также покупка – продажа фьючерсных контрактов.

Валютный арбитраж – осуществление операций по покупке иностранной валюты с одновременной продажей ее в целях получения прибыли от разницы именно валютных курсов.

Валютные операции коммерческих банков, в разрезе отдельных видов, получили широкое распространение для предоставления клиентам более широкого спектра банковских услуг, что является немаловажным в конкурентной борьбе коммерческих банков за привлечение клиентуры. Без операций, а именно,

выпуска пластиковых карт, осуществления переводов за границу, оплаты и выставления аккредитивов, покупки дорожных чеков и многих других практически невозможна повседневная работа с клиентами.

Операция покупки и продажи наличной валюты является одной из основных операций неторгового характера. Деятельность обменных пунктов коммерческих банков служит рекламой банка, средством привлечения клиентов в банк, и, самое главное, приносит реальный доход коммерческому банку.

Таким образом, основная цель статьи – раскрытие основных понятий связанных с валютными операциями и рассмотрение видов и механизмов проведения валютных операций коммерческих банков Республики Казахстан.

Коммерческие банки играют существенную роль на валютном рынке, в принципе, являясь его основными игроками. Банки второго уровня Казахстана осуществляют различные операции с валютой: спекулятивные, конверсионные, расчетные и другие, кроме того, в связи с либерализацией законодательства они получают более широкие возможности действия на рынке.

Список использованных источников

1. Поправки Нацбанка относительно валютного регулирования и валютного контроля от 29.10.2008 <http://www.nomad.ru/?a=3-200810290123>
2. Закон Республики Казахстан « О валютном регулировании и валютном контроле» от 13 июня 2005 года № 57 (с изменениями и дополнениями по состоянию на 12.01.2007г.)
3. Профессиональный финансист. Валютные операции коммерческих банков http://www.pro-financier.kz/bank_service/val_operations.html
4. Проект Концепции развития финансового сектора Республики Казахстан в посткризисный период (июль 2009 года).
5. Бертаева К.Ж. Валютный рынок и валютные операции: Учебное пособие. -Алматы: Экономика, 2000.

Түйін

Мақалада валюталық операциялармен байланысты түсініктер, олардың түрлері және екінші деңгейлі Қазақстан банктерінің валюталық операцияларды жүргізу механизмдері қарастырылған. Сонымен қатар валюталық нарықтағы коммерциялық банктердің маңызы анықталған.

Summary

In this article there have been overviewed the main meaning about currency operations, kinds and ways of dealing with currency operations kazakhstan's commercial banks and have been illustrated the role of kazakhstan's commercial banks in the currency market.

ШАҒЫН БИЗНЕС СУБЪЕКТІЛЕРІНЕ САЛЫҚ САЛУ

Н.П. Исаев-

Экономиканың ғаламдары ұлттық сипатпен шектелмейтін, барлық бизнес салығы сияқты әлемдік саудаға, шетелдік кәсіпкерлікке және ғылыми-техникалық айырбасқа қатысу арқылы халықаралық аренаға шыққан шағын бизнес субъектілерін де қамтиды. Қазіргі жағдайларда кәсіпкерлікті белсендіру нақыы бәсекеге қабілеттілікті қамтамасыз ететін экономиканың құрамдас элементі болып табылады. Кәсіпкерлік қызмет экономиканы ынталандыруға және тиімді нарықтық механизмді қалыптастыруға қадам жасауға мүмкіндік береді.

Нарықтық экономикадағы шағын бизнес –экономикалық өсу қарқының, жалпы ұлттық өнімнің құрылымы мен сапасын анықтайтын жетекші сала. Кәсіпкерліктің барлық нысанын қолдау және ынталандыру бүгінгі күні Қазақстанның тұрақты әлеуметтік –экономикалық дамуының маңызды факторы болып табылады және де елдің экономикасы дағдарыс жағдайынан шығаратын тетік ретінде қарастырылады. Сонымен қатар, шағын бизнестің дамуы еліміздің «Қазақстан-2030» ұзақ мерзімді стратегиясының басымдығы және Қазақстан Республикасының Президенті Нұрсұлтан Әбішұлы Назарбаевтың алдағы жылдарға арналған шағын және орта бизнесті дамыту бағдарламасының маңызды бағыттарының бірі болып табылады.

Шағын бизнес- бұл серпінділік, икемділік өнім номенклатурасын қарқынды ауыстыра бәлу, технология және басқа да қызмет көрсету салаларында жаңалықтардың енгізілуін тез қабылдай білу қабілеттілігі бар сала. Басты ерекшілік –ұжымдық еңбекке, жұмысқа ынталану, пайда мен жұмысбастылықты сақтап қалу сияқты жұмыстың максималды нәтижесінде жаппай қызығушылығы. Шағын кәсіпорындардың негізгі ерекшілік бағыттары;

- жоғары мөлшердегі капитал салымдарын қажет етпейді;
- тұтыну тауарлары мен қызмет көрсету өндірісін кеңейтеді;
- тұрғындардың өмір сүру деңгейін теңестіруге көмек көрсетеді;
- өндіріске еңбек, материал және қаржы ресурстарын тартады;
- өндіріс демонополизациясын жеделдетеді;
- бәсекені дамытады;
- қоғамның орта табысының негізі болып табылады;
- тұрақтылықтың кепілі ретіндегі меншік иелері табысының құрылуының базасы болады;
- бюджеттік түсімдердің көзі ретінде қарастырылады;

2009 жылдың мәліметі бойынша жалпы Қазақстан Республикасы бойынша шағын бизнес субъектілерінің саны 621114 құрады, жалпы жұмыспен қамтылғандардың саны 1726170 адамды, ал өнімді шығарылымы 2182200 теңгені құрады.

Шағын бизнестің өспелі дамуы дұрыс қаражаттармен қамтамасыз етуді қажет етеді, атап айтқанда, экономиканың осы саласына бағытталған несиелер ресурстарының ағымын күшейту, олардың тиімділігін жоғарылату және де шағын бизнес субъектілеріне салық салу ауыртпалығын төмендету.

Қазақстан Республикасының 2009 жылдың 1 қаңтарынан бастап енгізілген салықтар және бюджетке төленетін басқа да төлемдер туралы Кодексіне сәйкес шағын бизнес субъектілеріне оңайлатылынған және жеңілдетілген салық режимдері қолданылады. Осы заңдылық нормативтік актінің 18 бөлімі арнаулы салық режимдеріне арналған.

Арнаулы салық режимдері мынандай түрлерге бөлінеді;

-патент негізінде арнаулы салық режимі

- оңайлатылған декларация негізінде арнаулы салық режимі

2) шаруа немесе фермер қожалықтары үшін арнаулы салық режимі

3) ауыл шаруашылығы өнімдерін өндіруші заңды тұлғалар және селолық тұтыну кооперативті үшін арнаулы салық режимі.

Салық төлеуші белгіленген жағдайларда және тәртіппен жалпыға бірдей белгіленген тәртіпті немесе арнаулы алық режимін таңдауға құқылы.

Патент – төлем көздерінен ұсталатын жеке табыс салығы мен әлеуметтік салықты қоспағанда, жеке табыс салығы бойынша бюджетпен есеп айырысу фактісін растайтын құжат.

Арнаулы салық режимдері қолданылатын тұлғаларға салық салу мақсатында салық төлеушінің өзге оқшауланған құрылымдық бөлімшесі болып оның функцияларының бір бөлігін орындайтын, орналасқан жері бойынша тұрақты жұмыс орындары жабдықалған аумақтық оқшауланған бөлімше танылады. Егер жұмыс орны бір айдан асатын мерзімге құрылса, ол тұрақты болып есептеледі.

Арнаулы салық режимі шағын бизнес субъектілері үшін, төлем көзінен ұсталатын салықтарды қоспағанда, әлеуметтік салықты және корпорациялық немесе жеке табыс салығын есептеу мен төлеудің оңайлатылған тәртібін белгілейді.

Қазақстан Республикасының аумағында және оның шегінен тыс жерлерде алынған табыстардың барлық түрлерінен тұратын салық кезеңі ішіндегі табыс патент немесе оңайлатылған декларация негізінде арнаулы салық режимін қолданатын салық төлеушілер үшін салық салу объектісі болып табылады.

Шағын бизнес субъектілері салықтарды есептеу мен төлеудің, сондай-ақ олар бойынша салық есептілігін табыс етудің төменде санамаланған тәртіптерінің біреуін ғана дербес таңдауға құқылы;

1) жалпыға бірдей белгіленген тәртіп;

2) патент негізіндегі арнаулы салық режимі;

3) оңайлатылған декларация негізіндегі арнаулы салық режимі;

Жалпыға бірдей белгіленген тәртіпке ауысқан кезде жалпыға бірдей белгіленген тәртіп күнтізбелік екі жыл қолданылғаннан кейін ғана арнаулы салық режиміне қайта ауысуға болады.

Арнаулы салық режимін төмендегі тұлғалар қолдануға құқылары жоқ;

1) филиалдары, өкілдері бар заңды тұлғалар;

2) заңды тұлғалар филиалдары, өкілдіктері

3) әртүрлі елді мекендерде өзге де оқшауланған құрылымдық бөлімшелері және салық салу объектілері бар салық төлеушілер;

4) басқа заңды тұлғалардың қатысу үлесі 25 проценттен асатын заңды тұлғалар;

5) құрылтайшысы арнаулы салық режимін қолданатын басқа заңды тұлғаланың бір мезгілде құрылтайшысы болып табылатын заңды тұлғалар;

Бұл ереже мүлікті жалға беру жөніндегі қызметті жүзеге асыратын салық төлеушілерге қолданылмайды.

Арнаулы салық режимдері мынадай қызмет түрлеріне де қолданылмайды;

- 1) акцизделетін өнімді өндіруге;
- 2) консультациялық, қаржылық бухгалтерлік қызметтерге;
- 3) мұнай өнімдерін өткізуге;
- 4) шыны ыдыстарды жинауға және қабылдауға;
- 5) жер қойнауын пайдалануға

Патент негізіндегі арнаулы салық режимін мынандай талаптарға сай келетін дара кәсіпкерлер қолданады.;

- 1) қызметкерлердің еңбегін пайдаланбайтын
- 2) жеке кәсіпкерлік нысанындағы қызметті жүзеге асыратын;
- 3) салық кезеңіндегі табысы тиісті қаржы жылына арналған республикалық бюджет туралы заңда белгіленген ең төменгі жалақының 200 еселенген мөлшерінен аспайтын.

Күнтізбелік жыл салық кезеңі болып табылады.

Бюджетке төленген патент құнын, әлеуметтік аударымдарды төлеуді міндетті зейнетақы жарналарын аударуды растайтын құжаттар есеп- қисапқа қоса беріледі.

Салық органдары есеп-қисап пен есеп-қисапқа қоса құжаттар табыс етілгеннен кейін бір жұмыс күні ішінде патент беруді жүргізеді немесе уәкілетті орган белгіленген нысан бойынша патент беруден бас тарту туралы шешім қабылдайды. Шешім екі данада рәсімделеді, оның біреуін салық төлеушіге қол қойылып тапсырылады.

Патент кемінде бір ай және он екі айдан аспайтын мерзімге беріледі.

Патент негізінде арнаулы салық режимін қолдануға мүмкіндік бермейтін шарттар туындаған жағдайда, дара кәсіпкер;

1) шарттармен сәйкессіздік туындаған сәттен басыап бес жұмыс күні ішінде арнаулы салық режимін қолдануды тоқтату туралы салықтық өтінішті, егер нақты табысы салық заңдылығында белгіленген табыс мөлшерінен асып түсетін болса, асып түскен сомаға қосымша есеп-қисапты табыс етуге міндетті.

Патент құнын есептеу салық салу объектісіне 2 процент мөлшеріндегі ставканы қолдану жолымен жүргізіледі. Патент құны;

- 1) патент құнының $\frac{1}{2}$ бөлігі мөлшерінде –жеке табыс салығы;
- 2) міндетті әлеуметтік сақтандыру туралы Қазақстан республикасының заңына сәйкес есептелген әлеуметтік аударымдары алып тастағаннан кейін патент құнының $\frac{1}{2}$ бөлігі мөлшерінде әлеуметтік салық түрінде бюджетке төленуге жатады.

Әлеуметтік аударымдар сомасы әлеуметтік салық сомасынан асып түскен кезде, әлеуметтік салық сомасы нөлге тең болады.

Егер нақты табыс патенттің қолданылу мерзімінің ішінде есеп-қисапқа көрсетілген табыс мөлшеріндегі асып түссе, дара кәсіпкер бес жұмыс күні ішінде асып түскен сомаға қосымша есеп-қисапты табыс етуге және осы сомадан салықтар төлеуге міндетті. Аталған есеп-қисаптың негізінде бұрын берілген патенттің орнына жаңа патент беріледі. Егер патенттің қолданылу мерзімінің ішінде нақты табыс есеп-қисапты табыстың мөлшеріне жетпесе, дара кәсіпкер азаю сомасына қосымша есеп-қисапты табыс етуге құқылы. Аталған жағдайда артық төленген салық сомаларын қайтару салық заңдылығында белгіленген тәртіппен салық органы жүргізген хронометраждық зерттеуден кейін жүргізеді.

Дара кәсіпкерді іс-әрекетке қабілетсіз деп таныған жағдайды қоспағанда, патенттің қолданылу мерзімі өткенде дейін кәсіпкерлік қызмет тоқтатылған кезде, салықтардың енгізілген сомасы қайтарылуға және қайта есептеуге жатпайды.

Оңайлатылған декларация негізіндегі арнаулы салық режимін төмендегі шарттарға сай келетін шағын бизнес субъектілері қолданады;

1) дара кәсіпкерлер үшін дара кәсіпкердің өзін қоса алғанда, қызметкерлердің шекті орташа тізімдік саны салық кезеңі ішінде 25 адам болса, салық кезеңі ішінде шекті табысы 10 000,0 мың теңгені құраса,

2) заңды тұлғалар үшін қызметкерлердің шекті орташа тізімдік саны салық кезеңі ішінде 50 адам болса, салық кезеңі ішінде шекті табысы 25000,0 мың теңгені құраса.

Салық кезеңі күнтізбелік тоқсан болып табылады.

Оңайлатылған декларация негізінде арнаулы салық режимін қолдану үшін салық төлеуші, орналасқан жері бойынша салық органына салық кезеңі басталғанға дейін салықтық өтінішті табыс етеді.

Қайта құрылған заңды тұлғалар оңайлатылған декларация негізінде арнаулы салық режимін қолдануға арналған салықтық өтінішті салық органына заңды тұлға әділет органында мемлекеттік тіркелгеннен кейін жиырма жұмыс күнінен кешіктірмей табыс етеді.

Қайта құрылған дара кәсіпкерлер оңайлатылған декларация негізінде арнаулы салық режимін қолдануға арналған салықтық өтінішті дара кәсіпкер ретінде мемлекеттік тіркелген күннен бастап он жұмыс күнінен кешіктермей табыс етеді.

Салықтарды оңайлатылған декларация негізінде есептеуді салық төлеуші салық салу объектісіне есепті салық кезеңінде 3 процент мөлшеріндегі ставканы қолдану арқылы дербес жүргізеді.

Егер есепті кезеңнің қорытындылары бойынша қызметкерлердің орташа айлық жалақысы тиісті қаржы жылына арналған республикалық бюджет туралы заңда белгіленген ең төмен жалақының, дара кәсіпкерлерде кемінде 2 еселенген, заңды тұлғаларға кемінде 2,5 еселенген мөлшерін құраса, әрбір қызметкер үшін салық сомасының 1,5 проценті мөлшеріндегі сомаға азайтылу жағына қарай түзетілу жатады.

Оңайлатылған декларация бойынша есептелген салықтарды бюджетке төлеу жеке корпорациялық табыс салығы мен әлеуметтік салық түрінде есепті салық кезеңінен кейінгі екінші айдың 25-інен кешіктірілмей жүргізіледі.

Бұл ретте жеке корпорациялық табыс салығы – оңайлатылған декларация бойынша есептелген салық сомасының $\frac{1}{2}$ мөлшерінде, әлеуметтік салық Қазақстан Республикасының міндетті әлеуметтік сақтандыру туралы заңнамалық актісіне сәйкес Мемлекеттік әлеуметтік сақтандыру қорына есептелген әлеуметтік аударымдар сомасын алып тастағаннан кейінгі оңайлатылған декларация бойынша есептелген салық сомасының $\frac{1}{2}$ бөлігі мөлшерінде төленуге жатады.

Мемлекеттік әлеуметтік сақтандыру қорына әлеуметтік аударымдар сомасы әлеуметтік салық сомасынан асып түскен кезде, әлеуметтік салық сомасы нөлге тең болады.

Оңайлатылған декларацияда төлем көзінен ұсталатын жеке табыс салығының, міндетті зейнетақы жарналары мен әлеуметтік аударымдардың есептелген сомалары көрсетіледі.

Төлем көзінен ұсталатын жеке табыс салығы, әлеуметтік аударымдар сомаларын төлеу, міндетті зейнетақы жарналарын аудару есепті салық кезеңінен кейінгі екінші айдың 25-інен кешіктірілмей жүргізіледі.

Қолданылған әдебиеттер тізімі

1. *Қазақстан Республикасының Салықтар және бюджетке төленетін басқа да төлемдер туралы Кодексі, 2010 жылдың 1 қаңтары.*
2. *Қазақстан республикасының Шағын кәсіпкерлікті қолдау туралы 1997 жылдың 17 маусымындағы Заңы.*
3. *Үмбеталиев А.Д., Керімбек Ф.Е. Салық және салық салу; Оқулық.- Алматы; Экономика, 2006.*
4. *Жақыпбеков Д.С. Қазақстандық кәсіпорындардағы салық салу, салық есебі мен есептелігін ұйымдастыру; Оқу құралы- Алматы; Экономика 2006.*

Резюме

Глобализация экономических отношений наряду с развитием крупного бизнеса, участвующего в мировой торговле, иностранном предпринимательстве и научно-технического развития охватывает также субъектов малого бизнеса.

Summary

Globalization of economic relations alongside with development of the large business, participating in world trade, foreign enterprise and research development covers also the subject of the small business.

РЕКОМЕНДАЦИИ

**Международной научно-практической конференции
«Таможенный союз Казахстана, России и Беларуси: углубление
экономической интеграции»**

Участники международной научно-практической конференции считают, что скоординировав свои действия и выработав согласованные подходы по преодолению кризисных явлений в экономике государств-членов ЕврАзЭС и стран Таможенного союза при обеспечении дальнейшей диверсификации на основе внедрение конкурентоспособных товаров и высокотехнологичных производств можно претендовать на ведущее место стран в мировом экономическом сообществе, качественно повысить благосостояние и уровень жизни проживающих в них народов.

Поэтому участники международной научно-практической конференции – отечественные и зарубежные ученые экономисты и специалисты, вузовские работники, представители государственных органов научной и гражданской общественности Казахстана обсудив доклады и обменявшись мнениями,

пришли к следующим выводам:

1. В целях преодоления негативного влияния кризиса и обеспечения долгосрочного устойчивого развития государств Таможенного союза необходимым является поиск внутренних источников роста. В этой связи к основным приоритетным направлениям развития стран таможенного союза отнесены:

- структурное обновление экономики, ведущее к снижению зависимости производства от экспорта топливно- сырьевых продуктов, диверсификация и специализации экономики;

- усиление роли внутреннего спроса в обеспечении экономического роста в государствах ЕврАзЭС;

- формирование новой инновационной модели развития экономики, развитие промышленного – технологического потенциала, модернизация и техническое перевооружение производства, энерго и ресурсосбережение;

- развитие транспортной энергетической, информационной и иных инфраструктурных составляющих как основы для снижения уровня издержек в секторах экономики;

- возможность использования российского рубля в качестве региональных валюты в рамках Сообщества создание системы аудита финансовых средств повышение эффективности средств, повышение эффективности и надежности банковской системы;

- применение инструментов рефинансирования центральными национальными банками коммерческих банков и механизма доведение денежных средств до предприятий реального сектора, а также механизма налогового инвестиционного кредита, рассрочки или отсрочки по уплате процентов за кредиты;

- поддержка деловой активности в реальном секторе экономики путем усиления стимулирующей роли налоговой системы: использование субсидирование процентных ставок по кредитам для предприятий, имеющих существенное социально- экономическое значение, снижение налоговой нагрузки на системообразующие предприятия использование системы факторинга для поддержки венчурных малых предприятий, развитие технопарков;

- борьба со всеми проявлениями протекционизма, блокирующего формирование единых рынков товаров и взаимную торговую деятельность.

2. Стремиться к дальнейшему расширению состава участников и сфер деятельности Антикризисного фонда ЕврАзЭС. Средства этого фонда, прежде всего должны направляться на подготовку совместных межгосударственных инвестиционных проектов и программ, поддержку участвующего в их реализации малого и среднего бизнеса, кредитование предприятий осваивающих новые инновационные технологии и на другие направления деятельности стран Сообщества, позволяющие получить максимальный эффект для развития их экономики.

3. В числе приоритетных задач по диверсификации экономики государств Таможенного союза определены:

-производство конкурентоспособных и экспертно-ориентированных товаров на основе внедрения высоких технологий в сфере инновации;

-координация совместной разработки и реализаций инновационных проектов, прежде всего через технологическое обновление производства, внедрение передовых наукоемких технологий.

4. Продолжить совершенствование правовых отношений в финансово-валютной и кредитно-банковской сфере.

5. Необходимо иметь согласованные и обеспеченные де факто такие макроэкономические параметры, как уровень государственного долга. Кроме того, должна быть согласованная таможенно - тарифная и налоговая политика, в частности, сближение и унификация ставок по основным налогам: социальному, подоходному (индивидуальному и корпоративному) НДС.

6. В области денежно-кредитной политики требуется на наш взгляд обеспечение реальной независимости центральных банков, создание единой платежной системы, дальнейшая либерализация валютных режимов, в частности либерализация операций, связанных с движением капитала и достижение полной конвертируемости национальных валют, запрещение прямого финансирования дефицита бюджета и др.

7. Таможенные вопросы и потребности, возникающие в интеграционном процессе, нуждаются в эффективном управлении, и которые имеют организационно-правовые проблемы, для чего необходимы соответствующие механизмы их разрешения. Наличие интеграционного интереса при сохранении основ национальных интересов государств-членов Таможенного союза, форма и содержание которых зависит от объема полномочий, передаваемых наднациональным структурам. Фактическое положение дел показывает на проблемы в этом аспекте, что может привести к затяжному характеру национального таможенного регулирования на границах, которые должны быть сняты с учета общей таможенной границы. Временные неудачи функционирования СЭЗ следует рассматривать в контексте общих неудач экономических реформ, состоящих, на наш взгляд, в игнорировании международного опыта, некомпетентности и безволии государственной власти. И выход из сложившейся ситуации видится, в первую очередь, в стабилизации

политической ситуации в стране, в смене экономических приоритетов. В конечном счете, главной целью государственной политики является повышение благосостояния народа, а следовательно, и построение концепций свободных экономических зон должно быть подчинено в первую очередь этой цели.

8. Для обеспечения экономической безопасности необходимо осуществление - таких мер:

- проведение необходимых преобразований, способствующих координации действий всех субъектов железнодорожного транспорта;
- выработку общих принципов экономического и социального поведения для всех участников процесса, осуществления железнодорожного транспорта;
- обучение кадров современным методам анализа хозяйственной деятельности и оценки инвестиционных проектов;
- поддержка эффективных и конкурентоспособных предприятий при последовательном свертывании бесперспективных и устаревших;
- дальнейшее развитие инфраструктуры железнодорожного транспорта;
- обеспечение эффективно использования имеющихся ресурсов;
- формирование единой гармоничной транспортной системы;
- разработка пакета перспективных программ развития предприятий железнодорожного транспорта.

9. Таможенный союз в формате может выполнять свои предназначение и задачи при условиях полной унификации инструментов таможенного регулирования, а также специализации на производстве тех или иных товаров в государствах-членах, стабильности тарифов и снижение таможенных пошлин, и может функционировать даже в случае увеличения числа членов Союза перспективе. При этом, опыт таможенных союзов, в первую очередь Европейского союза, вполне применим в части их предназначения, степени влияния региональной интеграции на международное сотрудничество в целом.

10. Таможенные вопросы и потребности, возникающие в интеграционном процессе, нуждаются в эффективном управлении, которые имеют организационно- правовые проблемы, для чего необходимы соответствующие механизмы их разрешения. Наличие интеграционного интереса при сохранении основ национальных интересов государств-членов.

11.Таможенного союза форма и содержание которых зависит от объема полномочий, передаваемых наднациональным структурам. Фактическое положение дел показывает на проблемы в этом аспекте, что может привести к затяжному характеру национального таможенного регулирования границах, которые должны быть сняты с учета общей таможенной границы.

12. Создание системы государственного страхования экспортных поставок продукции в республике.

13. Уточнение положений проекта Закона РК « О таможенном регулировании в РК» с учетом имеющихся рисков недостаточной координации положений Таможенного Кодекса и национальных законодательств стран- членов Таможенного Союза в части административного, налогового и уголовного права.

14. Гармонизация подходов к развитию малого и среднего предпринимательств, форм и механизмом поддержки.

15. Проводить расширение информационной, организационно методической и иных необходимых видов инфраструктурной поддержки участников таможенного союза во внешне экономической деятельности.

16. Усилить поддержку эффективных маркетинговых механизмов продвижения продукции и участия в международных выставках субъектов малого и среднего предпринимательства, имеющих необходимые сертификаты, предлагающих на экспорт конкурентоспособную (в первую очередь- инновационную, высокотехнологичную) продукцию, защищенную патентами.

17. Внесение в Налоговый кодекс РК изменений и дополнений. В частности, замена НДС налогом и продаж. В качестве переходного этапа осуществить следующее : предоставление организациям, применяющим общий режим налогообложения, возможность учитывать «входящий» (условно предъявлений при приобретении) НДС при реализации товаров (работ, услуг) , результатов обработки, переработки или иной трансформации продукции, приобретенной у организаций и индивидуальных предпринимателей. При этом, налоговую базу установить как разницу между ценной реализации (без включения в нее НДС) и ценой приобретения продукции.

18. Увеличение спектра мероприятий государственной поддержки повышения конкурентоспособности в аспектах повышения уровня техно - технологической вооруженности, повышения квалификации специалистов, внедрения современных методов организации производства, перехода к международным стандартам менеджмента.

19. Необходимо усиление роли государства в сфере развития кластеров. Зарубежные исследования показывают что в развивающихся и транзитивных странах, государство играет гораздо более скромную роль в развитии кластеров, чем в развитых.

20. Необходимо дальнейшее реализаций крупных инвестиционных проектов и программ на пространстве ЕврАзЭС. На настоящий момент финансирование осуществляет Евразийский банк развития, который был учрежден в 2006 году Россией и Казахстаном с уставными капиталом 1,5 млрд.долл. США. Первые проекты (но их очень мало) уже реализуются в России, Казахстане и других странах сообщество.

21. Развитие Бизнес- связей. Для развития бизнес –связей создана ассоциации « Деловой совет ЕврАзЭС» , в которую входят представители предпринимательских кругов стран сообщество, которая организована для разработки конкретных проектов, необходимых не только для отдельных стран, но и для всего сообщества в целом.

22. Торгово- экономическое отношения между странами Центрально Азиатского региона ограничиваются преимущественно поставками энергоносителей и транзитом товаров. Взаимный экспорт и импорт промышленных товаров и продуктов питания имеют незначительные объемы. В связи с этим необходима реализация маркетинговых стратегий по реализаций товаров и услуг. Единая

сертификация товаров и услуг, к которой отнесены автотранспортные средства, электротехническая продукция, сельхозтехника, товары пожаротушения, мебель для детей, обувь, одежда производственная, изделия легкой промышленности для детей, игрушки, посуда керамическая создаст необходимых условия для этого.

23. Важной задачей всех стран ЕврАзЭС становится разработка общей стратегии по преодолению сырьевой направленности экономик, инновационной и технологической отсталости и пост кризисного роста.

Для этого следует определить приоритеты в макроэкономической политике для следующего этапа, развития евразийской интеграции- пост кризисной конкуренции ЕврАзЭС в новом инновационном мире.

Составлено по материалам секций международной научно-практической конференции.

Ответственные – коллектив кафедры «Экономики и бизнес»

С о д е р ж а н и е

ТЕОРИЯ ЖӘНЕ ӘДІСТЕМЕ ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ

БЕРТАЕВА К.Ж. Управление и регулирование страховой деятельности в республике Казахстан.....	3
ШАЛБАЕВА Ш.Е., ГО ДЖУНСЯО. Формирование эффективных управленческих команд.....	12
ДЖАНТАСОВА Н.Р. Тауардың бәсекеге қаблеттілігі арттырудағы тиімді тетігі – фирманың маркетинг жүйесін жетілдіру.....	17
КАДЫРОВА К.Ж. Институциональное преобразование научно-образовательной сферы.....	26

МАКРОЭКОНОМИКАЛЫҚ РЕТТЕУ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ

МОМЫНКУЛОВА Ш.О. Основные приоритеты выживания легкой промышленности РК.....	37
ПЕРНЕЕВА Г.А. Ресей, Белорус, Қазақстан мемлекеттерінің кеден одағын құрудағы Еуроодақты қалыптастыру тәжірибесінің алатын орны.....	47
КУШЕРБАЕВА А.Е. Білім беру бағдарламалары мен өндірісті қайта құрылымдау.....	51
ТУЕБЕКОВА Ш.Ж. Современные тенденции развития сферы услуг.....	54

ЖАС ҒАЛЫМДАРДЫҢ МІНБЕСІ ТРИБУНА МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ

АДЕЛЬБАВА А.К. Сақтандыру нарығы.....	62
----------------------------------------------	----

САГЫНДЫКОВА Т.А. История развития менеджмента и его роль в обществе.	65
ДИН ХУЭЙ. Определение роли и сущности инвестиций в национальной экономике.....	71
МА ЮЙЧУНЬ. О подходах к определению качества и эффективности управленческих решений в органах местного самоуправления.....	78
ДИЛЬМУХАМЕДОВА А.Г. Теоретические основы валютных операций и роль коммерческих банков на валютном рынке.....	84
ИСАЕВ Н.П. Шағын бизнес субъектілеріне салық салу.....	91
Рекомендации международной научно-практической «Таможенный союз Казахстана, России и Белоруси: углубление экономической интеграции».....	97

ХАБАРШЫ. ВЕСТНИК
«Экономика» сериясы
Серия «Экономическая»
№ 4 (26), 2010

Берілтуінұсқадан тікелей репродукциялық әдіспен басылады

Қазақстан Республикасының мәдениет және ақпарат министрлігі
2009 жылы мамырдың 8-де тіркелген № 10100 – Ж.
2001 жылдан бастап шығады.
Шығару жиілігі – жылына 4 нөмір.

Басуға 24.05.2010 қол қойылды. Пішімі 60x84 1/16.
Көлемі 7,0 е.б.т. Таралымы 300 дана. Тапсырыс 136.

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

Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университетінің
өндірістік-жарнама бөлімінің баспаханасы