

ISSN 1728-5402

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

ХАБАРШЫ

«Экономика» сериясы
Серия «Экономическая»
«Economic» series
№1(63)

Алматы, 2020
Almaty, 2020

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



ХАБАРШЫ

«Экономика» сериясы
Серия «Экономическая»
«Economic» series
№1(63)

Алматы, 2020
Almaty, 2020

Абай атындағы
Қазақ ұлттық педагогикалық
университеті

ХАБАРШЫ

«Экономика» сериясы,
№1(63), 2020

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

Бас редактор:
экон.ғыл.д., профессор
Б.Д. ИМАНБЕРДИЕВ

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

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

экон.ғыл.д., профессор
Б.А. Токсабаева (Қырғызстан),
ScD, Assoc.professor В.Рудзкене (Литва),
PhD, professor М.М. Перез (Испания),
экон.ғыл.д., профессор К.Д. Джумабаев
(Қырғызстан),
экон.ғыл.д., профессор А.В. Череп
(Украина),
экон.ғыл.д., профессор Е.В. Вознюк
(Латвия),
магистр-оқытушы А.К. Адельбаева
(жауапты хатшы)

© Абай атындағы Қазақ ұлттық
педагогикалық университеті, 2020

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

Басуға 11.05.2020 қол қойылды.
Пішімі 60x84 1/8. Көлемі 9.5 е.б.т.
Таралымы 300 дана. Тапсырыс 76.

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

Абай атындағы Қазақ ұлттық
педагогикалық университетінің
«Ұлағат» баспасы

МАЗМҰНЫ СОДЕРЖАНИЕ CONTENT

ТЕОРИЯ ЖӘНЕ ӘДІСТЕМЕ ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ

- Zakiyeva Z., Zheylytbaeva R.** Problems and analysis innovative development of enterprises in the Republic of Kazakhstan..... 5
Закиева Ж.К., Жейлитбаева Р. Анализ состояния и проблем инновационного развития в Республике Казахстан.....
- Закиева Ж.К., Беласарова А.** История возникновения и особенности использования аутстаффинга в современных казахстанских организациях..... 11
Zakieva Zh.K., Belasarova A. History and features of using outstaff in modern Kazakhstani organizations.....
- Абдуллаева Г., Джакишева У.К.** Теоретические аспекты организации учета запасов предприятия..... 18
Abdullaeva G., Dzhakisheva U.K. Theoretical aspects of the organization of inventory accounting.....
- Абдыгаппарова С.Б.** О некоторых актуальных вопросах инновационной деятельности..... 24
Abdigapparova S.B. About some current problems of innovative activity.....
- Телагусова Э.О.** Компания капиталының құнын анықтау негіздері..... 28
Telagusova E.O. Fundamentals of determining the cost of capital of a company.....

МАКРОЭКОНОМИКАЛЫҚ РЕТТЕУ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ

- Байсеркеев О.Н.** Трансформация менеджмента..... 33
Bayserkееv O.N. Management transformation.....
- Закиева Ж.К., Жейлитбаева Р.** Анализ инновационной среды промышленного предприятия.... 44
Zakiyeva Z., Zheylytbaeva R. Analysis of the innovative environment of the industrial enterprise.....
- Касенов К.Р., Сейсенбеков А.Е.** Некоторые аспекты управления доставкойми банковских продуктов с онлайн идентификацией клиентов..... 48
Kasenov K.R., Seisenbekov A.Y. Some aspects of delivery management of bank products with online customer identification.....

Казахский национальный
педагогический университет
имени Абая

ВЕСТНИК

Серия «Экономическая»
№1(63), 2020

Выходит с 2003 года.
Периодичность – 4 номера в год

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

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

Редакционная коллегия:
академик НАН РК, д.э.н., профессор

К.Н. Нармбаев,

д.э.н., профессор **Г.Б. Нурлихина,**

д.э.н., профессор **К.Р. Касенов,**

д.э.н., доцент **Е.К. Калдыбаев,**

Phd doctor, universitat internacional de
Catalunya **Victor Pou Serradell**

(Испания),

д.э.н., профессор **Б.А. Токсабаева**

(Кыргызстан),

ScD, Assoc. professor **В.Рудзкене**

(Литва),

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

д.э.н., профессор **К.Д. Джумабаев**

(Кыргызстан),

д.э.н., профессор **А.В. Череп** (Украина),

д.э.н., профессор **Е.В. Вознюк** (Латвия),

магистр-преподаватель

А.К. Адельбаева (ответ. секретарь)

© Казахский национальный
педагогический университет
имени Абая, 2020

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

Подписано в печать 11.05.2020.
Формат 60x84 1/8. Объем 9.5 уч.-изд.л.
Тираж 300 экз. Заказ 76.

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

Издательство «Ұлағат» Казахского
национального педагогического
университета имени Абая

ЖАС ҒАЛЫМДАРДЫҢ МІНБЕСІ
ТРИБУНА МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ

Адельбаева А.К. Азық-түлік қауіпсіздігі және оның
мемлекет үшін маңызы..... 53

Adelbaeva A.K. Food security and its importance to the
state.....

Кальменов Б.Т. Индекс Доу Джонса: история
появления и методика расчета..... 61

Kalmenov B.T. Rryptocurrency and blockchain
technology in digital economy: development genesis.....

Каракеев А. Методы бюджетирования как
технологии финансового менеджмента компании..... 68

Karakeyev A. Budgeting methods as a company financial
management technology.....

**Kazakh national pedagogical
university named after Abai**

BULLETIN

**Series of «Economic»
№1(63), 2020**

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

Editor in chief:

Doctor of economic Sciences, Professor
B.D. IMANBERDIEV

Deputy Editor:

Doctor of economic sciences, professor
A.S. Smagulov

Editorial Board:

*Doctor of economic sciences, professor,
Academician of the National Academy of
Science of the Republic of Kazakhstan*

K.N. Naribaev,

Doctor of economic sciences, professor

G.B. Nurlihina,

Doctor of economic sciences, professor

K.R. Kassenov,

*Doctor of economic sciences, Associate
Professor*

E.K. Kaldybaev,

*Ph.D Doctor International University of
Catalonia*

Victor Pou (Spain),

Doctor of economic sciences, professor

B.A. Toksabaeva (Kyrgyzstan),

ScD, Assoc. Professor

V.Rudzkene

(Lithuania),

Ph.D., professor

M.M. Perez (Spain),

Doctor of economic sciences, professor

K.D. Dzhumabaev (Kyrgyzstan),

Doctor of economic sciences, professor

A.V. Cherep (Ukraine),

Doctor of economic sciences, professor

E.V. Voznyuk (Latvia),

master of science, teacher

A.K. Adelbaeva
(executive secretary)

© **Kazakh national pedagogical
university after Abai, 2020**

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

Signed to print 11.05.2020.

Format 60x84 1/8. Volume – 9.5
publ.literature. Edition 300 num. Order 76.

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

Publishing house «Ulagat» Kazakh National
Pedagogical University after Abai

ТЕОРИЯ ЖӘНЕ ӘДІСТЕМЕ ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ

МРНТИ 06.81.12

Z.Zakiyeva¹ R.Zheylitbaeva¹,

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

PROBLEMS AND ANALYSIS INNOVATIVE DEVELOPMENT OF ENTERPRISES IN THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN

Abstract

The article presents the results of a study of the current situation and problems in the implementation of innovative development in the Republic of Kazakhstan. This topic is relevant, since the introduction of innovative technologies can enhance the competitiveness of the national economy by diversifying its structure. Continuous development on an industrial and innovative basis is a priority for Kazakhstan.

The article presents the main parameters characterizing level of innovative development of countries for the purpose of comparison, and also analyzes the problems that impede transition of the economy of Kazakhstan to the innovative development path. Key aspect of the article is the reliance on the Kazakhstan-2050 strategy, namely the interconnection of the concepts of “education-science-innovation”. The article also addresses some successes, problems and factors hindering innovative development of enterprises in Kazakhstan. Some directions in solving specific problems of innovative progress that will contribute to the entry of the Republic of Kazakhstan into the thirty most developed countries of the world are outlined. Some examples of organizing financing for the implementation of innovative projects are given. The findings indicate the need to increase the intensity of efforts on the part of enterprises for the effective use of innovative potential.

Key words: innovation, development, efficiency, competitiveness, economy, management, strategy.

Ж.К.Закиева¹ Р.Жейлитбаева¹

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

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДАҒЫ ИННОВАЦИЯЛЫҚ ДАМУ МӘСЕЛЕЛЕРІ МЕН ЖАҒДАЙЫН ТАЛДАУ

Аңдатпа

Мақалада Қазақстан Республикасындағы инновациялық дамуды жүзеге асырудағы қазіргі жағдайы мен проблемаларын зерттеу нәтижелері келтірілген. Бұл тақырып өзекті, өйткені инновациялық технологияларды енгізу ұлттық құрылымды әртараптандыру арқылы бәсекеге қабілеттілікті арттыра алады. Индустриялық-инновациялық негіздегі тұрақты даму Қазақстан үшін басымды бағыт болып табылады. Мақалада салыстыру мақсатында елдердің инновациялық даму деңгейін сипаттайтын негізгі параметрлер келтірілген, сонымен қатар Қазақстан экономикасының инновациялық даму жолына өтуіне кедергі келтіретін мәселелер талданған. Мақаланың басты аспектісі - «Қазақстан-2050» стратегиясына, яғни «білім-ғылым-инновация» ұғымдарының өзара байланысы. Мақалада сонымен қатар кейбір жетістіктер,

проблемалар мен Қазақстандағы кәсіпорындардың инновациялық дамуына кедергі келтіретін факторлар туралы айтылған. Қазақстан Республикасы әлемнің ең дамыған отыз елінің қатарына кіруіне ықпал ететін инновациялық прогрестің нақты мәселелерін шешудің бірнеше бағыттары көрсетілген. Инновациялық жобаларды іске асыруды қаржыландыруды ұйымдастырудың бірнеше мысалдары келтірілген. Жасалған қорытындыларға сүйенсек, инновациялық әлеуетті тиімді пайдалану үшін кәсіпорындар тарапынан күш-жігерді арттыру қажеттілігін көрсетеді.

Түйін сөздер: инновация, даму, тиімділік, бәсекеге қабілеттілік, экономика, менеджмент, стратегия

Ж.К.Закиева¹ Р.Жейлилтаева¹,

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

АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ И ПРОБЛЕМ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

Аннотация

В статье представлены результаты исследования существующего положения и проблем в реализации инновационного развития в Республике Казахстан. Данная тема актуальна, поскольку внедрение инновационных технологий может способствовать повышению конкурентоспособности национальной экономики за счет диверсификации ее структуры. Постоянное развитие на индустриально-инновационной основе является приоритетным для Казахстана. В статье представлены основные параметры, характеризующие уровень инновационного развития стран с целью сопоставления, а также анализируются проблемы, препятствующие переходу экономики Казахстана на инновационный путь развития. Ключевым аспектом статьи является опора на стратегию «Казахстан-2050», а именно взаимосвязь понятий «образование- наука- инновации». Также в статье упоминаются некоторые успехи, проблемы и факторы, сдерживающие инновационное развитие предприятий Казахстана. Обозначены некоторые направления в решении конкретных задач инновационного прогресса, которые будут способствовать вхождению Республики Казахстан в число тридцати наиболее развитых стран мира. Приводятся некоторые примеры организации финансирования для реализации инновационных проектов. Полученные выводы свидетельствуют о необходимости повышения интенсивности усилий со стороны предприятий для эффективного использования инновационного потенциала.

Ключевые слова: инновации, развитие, эффективность, конкурентоспособность, экономика, управление, стратегия

Currently, one of the central challenges facing the Kazakh economy is to transfer the economy to an innovative development path. In the modern economic literature, innovation plays a key role among the factors that stimulate economic growth: their positive influence and the need of the government support has been confirmed at both the theoretical and empirical levels. In order to select innovative goals, a strategic direction for sustainable development and an innovation policy of an enterprise, it is necessary to competently analyze the main factors of its dynamics and external environment that are relevant to the modern business environment. However, in the aggregate of all factors affecting the organization's activities, there are also those that impede the innovation process. Without constant updating in modern conditions, there can be no effective business development. Innovative development is associated with the search and implementation of ideas in the field of the organization's business model, its development strategy, new products, new management technologies. Key issues of innovation management are:

- Search for methods of producing new ideas;
- Search for innovators and innovation leaders in the company, that means, generators of fresh ideas and managers who are capable of implementing new products;
- Questions of perception of innovation by the employees of the company;
- Issues of innovative marketing, that means, the introduction of innovations to the market;
- Organization of the process of producing innovations in the company;
- Ensuring the competitiveness of the company through strategic, technological and organizational innovations [1].

Thus, the main problem lies precisely in the search for new ideas and their perception within the company (management and staff) and outside it (consumers). However, the search for innovations is associated not only with the generation of new ideas in various fields, but above all with the awareness of already existing problems. The problems of low innovation activity of Kazakhstan business and the invariability of the innovation profile of Kazakhstan are widely discussed in the scientific community. Analysis of the state of scientific and practical developments in the field of innovative development of industrial enterprises allows us to identify a number of poorly developed areas of modernization of the industrial complex.

Relying on the accumulated creative experience in the field of discoveries, inventions and STR, it should be noted that innovations in all spheres of society, the state, the entire world community represent an objective process of constant renewal, improvement of productive forces and production relations at their macro and microeconomic levels.

An important place and role in this positive, objective process belongs to the subjective factor, including the concrete system, mode of production, and the political superstructure of society and the state. Hereoff, the innovation process in its internal content and performance depends on these circumstances, although, by definition, it should cover the dynamic introduction of scientific knowledge, discoveries, inventions into real practice, tangible new products, goods and services in order to meet the ever-rising needs of society, but limited resources, opportunities. It was the last circumstance in the twentieth century that hampered the innovation process in the former socialist countries, including Kazakhstan, which today, not without tangible difficulties and tensions, is gradually overcoming the ailments of the recent legacy of “socialism” with its administrative-command management and management system.

Let us consider some accumulated experience, problems and prospects for the innovative development of our republic in the modern conditions of place and time. It should be noted that this innovation process in the post-Soviet space in the Republic of Kazakhstan proceeds, in general, satisfactorily, but far from being ambiguous in comparison with developed countries of the world. For two decades of independence and accelerated development of market relations, the Republic of Kazakhstan took place as a political, economic, sovereign country that provided a stable, consistent course of socio-economic development. The President of Kazakhstan, in his message to the people of the republic, put forward a new strategy until 2050, in which the goal was defined - to enter to the top thirty countries in the world in terms of socio-economic development by all criteria and indicators.

At the same time, it is important to keep track of the current situation with the scientific, technical and technological achievements of the leading countries of the world that are not standing still. For example: innovative programs are successfully operating in the USA, 44% of their funds are allocated under the item of high-tech industries. In France, three innovation centers provide up to 40% of the country's budget revenues. In Germany, the share of the innovation economy is on average 64% of the country's GDP.

Table 1. Indicators of the level of innovative development of a number of countries in 2013

	Countries	Costs of research in% of GDP of the country	Quality and training of specialists	Relationship between universities and production	Innovations as a factor of competitiveness
1	Switzerland	3,0	5,8	5,8	5,8
2	Sweden	3,43	5,8	5,5	5,8
3	Japan	3,36	6,0	5,1	5,7
4	Finland	3,87	5,7	5,6	5,5
5	Germany	2,82	5,6	5,2	5,6
6	USA	2,90	5,7	5,7	5,6
7	Denmark	3,10	5,6	5,2	5,4
8	Norway	1,83	5,7	5,3	5,2
9	United Kingdom	1,77	5,5	5,8	5,4
10	Canada	1,80	5,6	5,2	5,0
11	China	2,74	4,3	5,2	4,0
12	Russia	1,16	3,8	5,7	3,3
13	Kazakhstan	1,20	3,5	5,3	2,8

Source: [3]

As the data in the table shows, the costs of mass innovation in most countries are much higher than Kazakhstan's measurements. If we compare the quality of training, communication and interaction of universities with production, innovative competitiveness, the indicators are also impressive in favor of developed countries.

Kazakhstani industrial enterprises do not seek to engage in R & D independently, and are not inclined to invest in the acquisition of R & D products; even those enterprises that are engaged in the modernization of production are relatively inert. According to statistics, the level of innovation activity of enterprises in Kazakhstan in recent years has fluctuated at the level of 3-4%, which is significantly lower than in the EU countries. Most enterprises prefer turnkey projects, when technological solutions are already embodied in imported equipment and machinery. At the same time, licensed technologies and patents are rarely acquired (4% of firms).

In recent years, the volume of domestic R&D expenditures in Kazakhstan ranged from 61.7 billion tenge to 69.3 billion tenge. The largest volume was recorded in 2015 - 69.3 billion tenge against 66.6 billion tenge in 2016 and 68.9 billion tenge in 2017. In 2017, R&D expenses increased by 3.4% compared to the previous year. At the same time, the share of expenses for applied research amounted to 59.4% in total, for experimental development - 24.9%, for basic research - 15.7%.

The largest part of the financing of domestic R&D expenditures is accounted for by the republican budget — 51.3%. Own funds of enterprises account for 40.9%, other sources - 7.8% [3].

In 2018, funding for research and development (R&D) reached 99.7 billion tenge, with fixed assets generated from the private sector (73%) [4].

As of 2018, the level of innovative activity of enterprises amounted to 10.6%. In the regional context, innovation activity prevails in the East Kazakhstan region (15.5%), Karaganda region (14.7%) and Nur-Sultan (14.7%).

Over the past five years, financing of food and process innovations in the country has almost doubled due to a sharp increase in private financing in 2015. As a result, in 2018, the volume of investments reached 856.5 billion tenge, while 86% of the funds were invested by the private sector, 11% - by foreign enterprises, 3% - by the state.

In the context of globalization, innovation policy is an important factor in economic diversification, which leads to the formation of a competitive innovation-type economy.

In addition, there is the problem of the lack of conditions for the development of demand for innovative products.

First of all, the state should consider conditions for increasing the innovative activity of enterprises. To improve the innovation environment, state programs to support domestic innovations were created.

The development of innovation is directly related to the state of fundamental and applied science and the commercial demand for scientific and technological developments. In 2018, funding for research and development (R&D) reached 99.7 billion tenge, with fixed assets generated from the private sector (73%). As world practice shows, with an increase in R&D costs by 0.1%, GDP growth in the long term can reach 1.2%. However, in Kazakhstan over the past ten years, the share of R&D expenditures in relation to GDP has shown a downward trend, having decreased from 0.3% to 0.17%. For comparison: in developed countries, the indicator varies from 0.5% to 4.3%.

Development of the venture capital industry and direct investment is one of the priority areas of state innovation policy and a necessary condition for increasing the competitiveness of economic sectors. In order to successfully launch and implement startup projects in Kazakhstan, financial institutions and innovative technology parks such as AIFC Fintech Hub, Astana Hub, Tech Garden, QazTech Ventures, which already demonstrate high performance, have been created.

So, on the basis of the Astana Hub, work is underway to create 244 projects, among which the key ones are creation of mobile applications, digital automation and electronic commerce. Since the beginning of 2018, startups have collectively attracted about 1 billion tenge. The Tech Garden Autonomous Cluster Fund is implementing 232 projects. At the end of 2018, the acceleration program selected 69 projects that earned 550 million tenge in a year and created 250 jobs.

To create an innovative business, an appropriate educational level of personnel professional education is required, which can be provided by appropriate higher and secondary education programs and the possibility of raising its level.

The personnel problem is one of the main obstacles to investment and innovation development. Enterprises do not have the opportunity to offer high wages at the initial stages of innovative projects and do not cooperate with specialists from scientific organizations.

The question arises: how to solve this time-consuming problem? The answer to this question is summarized in the Kazakhstan-2050 strategy. According to the conviction of some experts, the search for ways of strategic solution of the tasks of innovative development in line with the strategy consists of the following main directions.

1. In the area of improving strategic planning. It is advisable to streamline the planning procedure for budget innovation and investment projects, paying attention to the transparency of the selection, the criteria and evaluation of such planning.

2. Education and personnel. The actual task of implementing the Kazakhstan-2050 strategy is the development and adoption of the Law "On State Education Standard", which should contain not only state requirements for students' knowledge and skills, but also for the procedure and method of knowledge assessment. At the same time, the education of Kazakhstan should be based on the development of knowledge-intensive, resource-saving, environmental problems, innovative clusters, technology parks, international experience in this matter. An important aspect in this area should be considered the solution of the problem of forecasting the need for personnel in the sectoral context, which is more advanced today than ever.

3. Innovation and transfer of new technologies. For innovation activity in the scientific and business environment, it is necessary to create the required level of technological base. In this regard, the strategy "Kazakhstan-2050" emphasizes the need to "allow investors to mine and use our raw materials only in exchange for the latest technologies used by them in our country." Positive cooperation in this area is known with the Kazakh-French technology center in the field of gas and oil, as well as in the mining industry.

4. Public-private partnership. Such a partnership can be defined as the cooperation of power structures with private firms on equal terms. For example, the state stimulates innovative entrepreneurship, cares about the functioning of legal, institutional conditions in all areas of life. Special attention should be paid and encouraged to the social obligations of private business in the territories of their economic and commercial activities [4].

Thus, in Kazakhstan, innovation activity is still very low, there are practically no large high-tech corporations. Although, according to the estimates of international agencies, Kazakhstan has the necessary conditions for the development of innovations - in particular, human resources, promising higher education institutions, measures of state support, the availability of industrial facilities, etc. However, in fact, Kazakhstan is showing poor results of innovative development [5]. The strategy defines the concept of innovative development of the national economy, identifies tactical steps and parameters of its movement towards high social indicators. Modernization should be carried out in a state-private partnership based on R & D. This will ensure a decent promotion of our republic to high rates of innovative development.

References:

1. *Innovation management: textbook. allowance / O.A. Volodina, E.Yu. Faddeeva A.A. Neretin. - M.: MADI, 2019. -- 96 p.*
2. *OECD. Main Science and Technology Indicators. - Paris, 2013.*
3. *Expenditures of the Republic of Kazakhstan for research work make up only 0.14% of GDP. - URL: https://forbes.kz/process/nenauchnyiy_podhod_1527842240/ (the date of appeal: 12.04.2020)*
4. *Innovation ecosystem: less than 1% of GDP is innovation financing // Business World. Kazakhstan. URL: <http://businessmir.kz/2019/08/28/innovatsionnaya-ekosistema-menee-1-ot-vvp-sostavlyayet-finansirovanie-innovatsij/> (the date of appeal: 12.04.2020)*
5. *OECD Reviews of Innovation Policy: Kazakhstan 2017. URL: https://read.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/oecd-reviews-of-innovation-policy-kazakhstan-2017_9789264270008-en#page3 (the date of appeal: 10.04.2020)*

МРНТИ 06.39.02

Ж.К. Закиева ¹ А.Беласарова ¹

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

ИСТОРИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ И ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ АУТСТАФФИНГА В СОВРЕМЕННЫХ КАЗАХСТАНСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

Аннотация

Данная статья посвящена исследованию проблемы использования одной из наиболее популярных технологий современного менеджмента – аутстаффинга – в современных казахстанских организациях. В работе рассматривается краткая история развития аутстаффинга, появление аутстаффинга в Казахстане и текущий уровень его развития. В данной статье приводится анализ существующих проблем аутстаффинга и возможные перспективы его развития в Казахстане, а также исследуется планирование кадровой работы, формирование и представление отчетности в налоговые и страховые органы, а также целый комплекс других процессов, связанных с расходами на эксплуатацию рабочих мест, медицинское обслуживание персонала, страхование жизни, организацию отдыха, выплату различных премий, проведение маркетинга персонала, оплату его обучения и аттестации путем использования аутстаффинга. Анализируются выгоды и недостатки инструмента аутстаффинга на рынке Казахстана.

Ключевые слова: аутстаффинг, технологии менеджмента, прикомандирование, заемный труд, социология организаций, социология управления, юридические риски.

Ж.К. Закиева ¹ А.Беласарова ¹

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

ҚАЗАҚСТАННЫҢ ЗАМАНАУИ ҰЙЫМДАРЫНДА АУТСТАФФИНГТІ ПАЙЛАДАНУ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ ЖӘНЕ ОНЫҢ ТАРИХЫ

Аңдатпа

Бұл мақала заманауи басқарудың ең танымал технологияларының бірі – аутстаффинг – қазіргі заманғы қазақстандық ұйымдарда қолдану мәселесін зерттеуге арналған. Мақалада аутстаффингтің қысқаша тарихы, Қазақстанда аутстаффингтің пайда болуы және қазіргі даму деңгейі қарастырылған. Бұл мақалада Қазақстанда жұмыс істеуден бас тартудың қазіргі проблемаларына және оның болашақтағы даму мүмкіндіктеріне талдау жасалған, сондай-ақ кадрлық жұмысты жоспарлауды, салық және сақтандыру органдарына есептерді қалыптастыру мен ұсынуды, сондай-ақ жұмыс орындары, медициналық көмек шығындарына байланысты басқа да процестердің барлығы қарастырылған. персонал, өмірді сақтандыру, бос уақытты ұйымдастыру, түрлі сыйлықақыларды төлеу, персоналды маркетинг, аутстаффингті пайдалану арқылы олардың оқуы мен сертификаттауына ақы төлеу туралы айтылған. Қазақстан нарығындағы аутстаффинг құралының артықшылықтары мен кемшіліктері талданады.

Түйін сөздер: аутстаффинг, басқару технологиялары, іссапар, қарызға алынған жұмыс, ұйымдардың әлеуметтануы, менеджмент социологиясы, құқықтық тәуекелдер.

Zakieva Zh.K.¹ Belasarova A.¹

¹Kazakh National Pedagogical University named after Abay
Almaty, Kazakhstan

HISTORY AND FEATURES OF USING OUTSTAFF IN MODERN KAZAKHSTANI ORGANIZATIONS

Abstract

This article is devoted to the study of the problem of using one of the most popular technologies of modern management - outstaffing - in modern Kazakhstani organizations. It considers a brief history of the development of outstaffing, the emergence of outstaffing in Kazakhstan and the current level of its development. This article provides an analysis of the existing problems of outstaffing and possible prospects for its development in Kazakhstan, as well as explores the planning of personnel work, the formation and presentation of reports to tax and insurance authorities, as well as a whole range of other processes related to the costs of operating jobs, medical care personnel, life insurance, organization of leisure, payment of various bonuses, marketing of personnel, payment of their training and certification through the use of outstaffing. Also there analyzed the advantages and disadvantages of the outstaffing tool in the market of Kazakhstan.

Keywords: outstaffing, management technologies, secondment, borrowed labor, sociology of organizations, sociology of management, legal risks.

В настоящее время аутстаффинг является популярной технологией менеджмента, позволяющей организациям получить доступ к необходимому им персоналу, оптимизируя при этом общие затраты по его привлечению. Прежде чем перейти к рассмотрению сегодняшнего состояния аутстаффинга в Казахстане, следует рассмотреть краткую историю его возникновения, а также практику его применения другими странами.

Само возникновение аутстаффинга связано со значительными изменениями, произошедшими на мировом рынке труда в XX веке, которые привели к росту распространения практики «лизинга персонала», или «заемного труда». С 20–30х годов в США начало происходить осмысление необходимости систематизированного трудоустройства работников, потерявших работу из-за внедрения автоматизированного производства, а также находящихся на сезонной занятости. Изначально эту задачу взяли на себя профсоюзы, которые начали пытаться обеспечить какие-то социальные гарантии для сборщиков фруктов и других низкоквалифицированных рабочих, занятых в сельском хозяйстве. Они заключали договора с фермерами и выплачивали небольшие компенсации работникам в мертвый сезон. Первым прототипом частного агентства заемного персонала стала компания Workman Diversified Enterprises, созданная Сэмом Воркманом в 1928 г. в Чикаго. Она предоставляла торговым компаниям коммивояжеров для распространения продукции в небольших городах США. WDE осуществляла найм безработных, шила им дешевые деловые костюмы, проводила базовую подготовку, а затем отправляла распространять товары компаний, с которыми у нее были договора о сотрудничестве. Однако подобная деятельность была свернута в 30-е годы, когда из-за начала Великой депрессии рынок труда был монополизирован американским государством и жестко регулировался.

Все изменилось после начала Второй мировой войны, когда большая часть мужчин была призвана на фронт и многие компании столкнулись с дефицитом кадров. В то время на освободившиеся места пришли миллионы работников, которые раньше большинством компаний даже не рассматривались: афроамериканцы, ненатурализованные мигранты и, как ни странно, женщины. Американское общество все еще было весьма традиционным, и женщина в нем воспринималась исключительно хранительницей очага, большинство из них

было домохозяйками, не имеющими какого-либо профессионального образования. Тем не менее, в годы войны женщинами было закрыто более 5 миллионов вакансий.

Сам же бизнес по организации лизинга персонала появился в 1945 году. В Чикаго было создано Stivers Office Service, год спустя Уильям Келли создал в Детройте Russell Kelly Office Service, а в 1947 году двумя адвокатами из Милуоки, Ароном Шейнфилдом и Элмером Винтером, была образована компания Manpower [1]. Вслед за ними появились еще десятки подобных компаний. Они работали примерно по одной схеме, открывали вакансии машинисток, стенографисток и секретарш, принимали на них женщин в собственный штат, проводили краткий курс обучения, а затем направляли на работу в организации, которые искали подобных сотрудников.

Сразу стоит сказать, что в то время это воспринималось исключительно негативно, потому как у практики лизинга персонала не было никакой легальной базы, и, кроме того, подобная деятельность вызывала отрицательную реакцию профсоюзов, которые были традиционно весьма влиятельны в США. Для того, чтобы снизить риски, компания стали переходить от найма так называемых «офисных девушек» к найму «синих воротничков» и инженеров, т.е. более квалифицированного персонала, попутно с этим совершенствуя трудовое законодательство. Характерной особенностью договоров тех времен были чрезвычайно пространственные формулировки названия вакансий и перечня профессиональных обязанностей нанимаемых сотрудников. Это позволяло направлять сотрудников на самые различные позиции в компаниях.

Следующим этапом развития этого бизнеса стало распространение офисов компаний по всей территории США с помощью франчайзинга. Например, Manpower открыла первые зарубежные отделения в 1955 году в Канаде (Торонто и Монреаль), через год в Великобритании (Лондон). Затем в начале 60-х были открыты отделения в Японии, Австралии и Чили. Российский офис был открыт в 1994 году, в Казахстане появился только в 2006 году. В настоящее время у компании более 3900 офисов в 80 странах мира [1]. Аналогичным образом действовали и другие рекрутинговые компании.

Стоит отметить, что, в конечном счете, государственные структуры также признали аутстаффинг самостоятельной отраслью менеджмента. Так, в 1966 г. основатель и генеральный директор Manpower Э. Винтер на личной встрече предложил президенту США Л. Джонсону проект сокращения уровня безработицы, который был впоследствии осуществлен. Крупнейшие работодатели США выделили 40 млрд долларов на создание рабочих мест, в том числе для дискриминируемых работников – женщин, представителей этнических меньшинств, пожилых и др., а Manpower выступили главным партнером правительства США и Национальной деловой ассоциации, занявшись организацией заполнения новых рабочих мест [1]. После этого произошло кардинальное изменение в восприятии рекрутинговых (лизинговых) компаний США, что позволило им вывести масштабы деятельности на новый уровень.

Забегая вперед, стоит отметить, что в СССР, в условиях централизованного управления, имелся уникальный опыт применения аутстаффинга, и благодаря ему были достигнуты высокие результаты в ракетно-космической, авиационной, морской и оборонных отраслях. Постановлением Военно-промышленной комиссии при Совмине СССР на базе головных организаций по выпуску конечной продукции создавались временные межотраслевые трудовые коллективы из лучших специалистов предприятий-смежников, которые трудились на всех этапах жизненного цикла изделия. За переведенными специалистами сохранялись все социальные блага по месту основной работы плюс новые, стимулирующие выполнение новых задач.

Компании начали внедрять новые системы подготовки и аттестации персонала, которые позволяли в условиях массового привлечения сотрудников осуществлять контроль уровня их квалификации. Компании начали предоставлять уже не только отдельных рабочих, а целые бригады для функционирования каких-либо цехов.

Говоря о мировом регулировании описанного ранее рынка, необходимо отметить деятельность Мировой организации труда (МОТ), созданной в 1919 г. Несмотря на широкое распространение услуг аутстаффинга, вплоть до 1980-х годов прошлого века во многих странах преобладало мнение, что посреднические функции при трудоустройстве должны осуществляться бесплатно государственными компаниями. Но в результате структурных изменений в экономике, роста мобильности работников на рынке труда, а также общим процессам глобализации, МОТ была вынуждена пересмотреть свои принципы. В 1997 г. на 85-й сессии были приняты Конвенция №181 [2] и Рекомендация №188, посвященные частным агентствам занятости. В числе прочего Конвенция №181 допустила в качестве законной услуги агентств «наем работника специально с целью предоставления его труда третьим лицам (физическим или юридическим, которые непосредственно организуют и используют труд этих работников в своих интересах)». Отметим, что к настоящему времени Конвенция №181 ратифицирована 14 государствами – членами МОТ.

Конвенция №181 устанавливает минимальный уровень социальных гарантий для заёмных работников (ст. 11) [2]. Она обязывает государства обеспечить в национальном законодательстве защиту заёмных работников в отношении соблюдения следующих прав: свободы объединения; ведения коллективных переговоров; минимальной заработной платы; продолжительности рабочего времени и других условий труда; установленных законом пособий по социальному обеспечению; доступа к профессиональной подготовке; безопасности и гигиены труда; возмещения ущерба, причиненного вследствие несчастного случая на производстве или профессионального заболевания; охраны материнства и пособий по беременности и родам, а также льгот и пособий родителям [2].

Южная Корея является одной из стран, в которой заёмный труд нашел стопроцентную поддержку — в 2007 году корейские кадровые агентства активно пропагандировали эффективность механизма, что привело к принятию закона о защите прав временных работников. В результате Южная Корея является мировым лидером по количеству заёмного труда — около 35% корейцев из 15 миллионов трудоспособного населения работают по гражданско-правовым договорам. Российское законодательство пополнилось специальными регуляциями в отношении заёмного труда с 2016 года, легализовав только две его формы — аутсорсинг и по договору о предоставлении персонала, при этом второй вариант возможен только при участии кадрового агентства, получившего соответствующую аккредитацию.

Первое упоминание о прикомандировании в казахстанском законодательстве появилось в 1993 году в рамках работы государственного аппарата. Позже, в 2001 году, термин «прикомандирование» появился и в коммерческом законодательстве, регулирующем вопросы привлечения иностранной рабочей силы, и под прикомандированием понимался ввоз в Казахстан иностранных работников без получения соответствующего трудового разрешения при условии одновременного с наймом иностранных работников направления казахстанского персонала за рубеж с целью повышения квалификации. В 2012 году данный правовой институт был заменен на новый — «корпоративный перевод», а с ноября 2015 года, в связи с вступлением Казахстана в ВТО, дополнительно появился «внутрикорпоративный перевод».

С принятием Трудового кодекса 2015 года в его понятийном аппарате снова появилось прикомандирование, при этом законодательно установленных понятий аутсорсинга, аутстаффинга и других форм заёмного труда и тем более условий для их применения в Казахстане, как уже отмечалось, пока нет.

Аутстаффинг рассматривается современным менеджментом как услуга, которую оказывают специализированные агентства, предоставляющие организации-заказчику квалифицированный персонал на условиях, определяемых контрактом [3, с. 288]. В таблице 1 ведущий российский исследователь проблем аутстаффинга, аутсорсинга и других внешних услуг Б.А. Аникин выделяет преимущества и риски, связанные с аутстаффингом:

Таблица 1 – Преимущества и риски использования аутстаффинга

Преимущества	Риски
Повышение конкурентоспособности	Возникновение неэффективной структуры кадров
Сокращение затрат на содержание вспомогательных (обслуживающих) служб	Возникновение конфликтных ситуаций в трудовом коллективе
Обеспечение прозрачности бизнеса	Затягивание периода адаптации вновь принятого работника в сложившемся коллективе, непрохождение им испытательного срока
Улучшение финансовых и экономических показателей	Рост текучести кадров
Улучшение имиджа компании	Неполное использование знаний и умений работника
Улучшение кадрового состава основного персонала	
Преодоление ограничений штатного расписания	
Улучшение работы с профсоюзами	

Примечание: приведено по источнику [3, с. 290–291]

К сожалению, у нашего рынка аутстаффинга тоже есть свои проблемы. Можно выделить две группы проблем. В первую очередь это проблемы социального и морально-психологического характера. После социальных потрясений 90-х годов, радикальной смены парадигмы развития общества и экономики большей части населения Казахстана было трудно адаптироваться к новым правилам на рынке труда. Также это было связано с неспособностью государства и профсоюзов обеспечить соблюдение прав сотрудников. Все это вместе сформировало недоверие к каким-либо новым формам организации труда, и постоянное ожидание обмана со стороны работодателей. Зачастую кадровые агентства не уделяли достаточного внимания соблюдению прав работников, поэтому те оказывались в заведомо невыгодных условиях. [4]

Казахстанское законодательство не только не учитывает особенности аутсорсинга и аутстаффинга, но и не содержит даже базовой терминологии, на основе которой можно было бы регулировать взаимоотношения при передаче определенных работ внешнему исполнителю или представителю передаваемого персонала. Понятие и условия прикомандирования хоть и определены законом, но его применение ограничено, и не имеется возможности использования этой формы заемного труда в отношении иностранных работников, что в условиях современного казахстанского рынка труда является наиболее востребованным [4].

В профессиональной среде единое мнение о законности заемного труда не выработано. Ряд аудиторских компаний поддерживает данную схему, а ряд юридических компаний, юристов и специалистов в области трудового права придерживаются обратного мнения. В числе правовых рисков можно назвать вопросы, связанные с налоговыми аспектами и разрешительным порядком привлечения иностранной рабочей силы, но не менее существенным является риск, связанный с признанием отношений заемного персонала с компанией-заказчиком трудовыми. Сложившаяся практика показывает, что уполномоченные органы скорее оценивают суть отношений, а не их форму.

Последствия такого признания самые серьезные – возложение на принимающую услуги/работы компанию всех обязанностей работодателя в отношении заемного персонала с ретроспективным действием на весь период его работы в пользу данной компании. На

компанию потенциально может быть возложена ответственность за нарушение трудового и иного законодательства Казахстана в отношении заемного работника (незаклучение трудового договора, невыплата заработной платы, непредоставление отпуска и прочее).

При использовании в рамках заемного труда иностранных работников более 120 дней в году также следует помнить, что казахстанские органы миграционной полиции в целях регистрации паспортов иностранных граждан в таких случаях требуют предоставления трудового договора и разрешения на привлечение иностранной рабочей силы, на срок которых обычно оформляется регистрация паспортов граждан иностранных государств. Отсутствие этих документов, оформленных на принимающую компанию, может повлечь административную или уголовную ответственность причастных лиц за нарушение правил привлечения иностранной рабочей силы, миграционного законодательства и прочие неблагоприятные последствия [5].

Предметом договора прикомандирования или иной формы заемного труда, как правило, является выполнение определенного вида услуг или работ (например, экспертных, ремонтных и пр.), заемные работники могут выполнять в Казахстане виды деятельности, подлежащие лицензированию, и в случае отсутствия у отправляющей компании такой лицензии государственные органы могут рассмотреть договор прикомандирования (иной формы заемного труда) в качестве притворного договора, прикрывающего договор об оказании (выполнении) лицензируемых видов услуг (работ) без лицензии с соответствующими последствиями в отношении виновных лиц.

В то же время многие иностранные, российские, а также казахстанские организации для расширения рынка сбыта и предоставления услуг имеют положительный опыт использования аутстаффинга. На примере организации ТОО «Интеркомп аутсорсинг-Казахстан», являющаяся филиалом российской компании «Интеркомп» (с 2019 г. «СберРешения»), которая предоставляет персонал, находящийся в штате организации, для выполнения услуг компании-заказчику, заключая при этом Договор безвозмездного оказания услуг. Прикомандирование и другие формы заемного труда с точки зрения бизнеса предоставляет компаниям ряд важных преимуществ, позволяя сократить численность своего персонала и налоги, взимаемые с начисления заработной платы, а также расходы на открытие офисов в регионах, сконцентрировать свои силы на основном бизнесе, передав отдельные сферы деятельности, являющиеся непрофильными для компании, на аутсорсинг. Поэтому популярность заемного труда не снижается. Однако каким бы привлекательным он ни казался, механизмы, выходящие за рамки правовых регуляций, являются незаконными. Поэтому в штате компании ТОО «Интеркомп аутсорсинг-Казахстан», кроме работников, непосредственно предоставляющих консультационные услуги, есть юристы. На основании законодательства Республики Казахстан, принимая во внимание условия компании-заказчика, юристы составляют Трудовые договоры и другие акты работодателя. Таким образом, принимая решение вступить в такие отношения, не следует недооценивать существующие правовые риски и, возможно, имеет смысл отдать свой голос в пользу альтернативных решений, вписывающихся в общие подходы казахстанского законодательства к этому вопросу [6].

Кроме того, можно смело говорить о том, что развитие аутстаффинга могло бы оказать значительное положительное воздействие на текущее состояние современных организаций и на казахстанский рынок труда в целом. Благодаря аутстаффингу работник имел бы возможность выбрать для себя интересную и перспективную организацию, которая не обязательно будет находиться в городе, котором живешь. При этом условия труда в другом городе могут быть даже лучше, а меньшая конкуренция на местном рынке давала бы возможность организации достичь уровня развития, невозможного в центральных регионах страны. Это, безусловно, оказало бы положительное влияние на город, а затем и на регион, где она расположена.

Пакет услуг аутсорсинга управления персоналом может включать в себя больше десяти услуг: от формирования кадрового резерва до организации корпоративных мероприятий.

Передача на аутсорсинг одной функции или процесса снижает их стоимость до 50%. Этот показатель зависит от сложности, технологичности, масштаба, опыта и репутации подрядчика.

У аутсорсинга есть и другие преимущества. Компании-провайдеры, предоставляющие услуги аутсорсинга, отвечают за качество, поэтому заинтересованы в постоянном повышении уровня профессиональных знаний своих сотрудников. Благодаря чему заказчики получают бесперебойное оказание услуг от опытных специалистов, ведь провайдеры не уходят в отпуск, в декрет и не берут больничный, а если такое возникнет, то на место отсутствующего человека находят временно замещающего работника.

Передача части функций и процессов провайдерам делает компанию более гибкой. В случае изменения экономической или рыночной ситуации в стране организация легче адаптируется. Аутстаффинг облегчает структуру компании, позволяя перестраивать ее по мере необходимости без серьезных затрат.

Внешний подрядчик официально принимает на работу сотрудников в свой штат и берет все обязательства на себя. Новый персонал фактически работает на заказчика, но всю документацию и бухгалтерию ведет аутстаффер, экономя при этом на обеспечении кадрового и бухгалтерского обслуживания новых работников. Аутстаффинг помогает компаниям повысить показатели эффективности работы компании (такие как прибыль, план продаж и др.) в расчете на одного штатного сотрудника. Привлекая персонал через компании-провайдеры, работодатели избегают юридических рисков, не нарушают при этом утвержденное штатное расписание сотрудников.

Автор считает, что в данной работе новыми являются следующие положения и результаты: проведен анализ развития рынка аутстаффинга в мире, проанализирован текущий уровень развития аутстаффинга в Казахстане, выделены его проблемы и возможные положительные эффекты от его более широкого внедрения. Аутстаффинг – одно из новых направлений современного управления и нуждается в дальнейшем теоретическом осмыслении со стороны ведущих экономистов, социологов и теоретиков менеджмента во всем мире.

Список использованной литературы:

1. <http://www.manpowergroup.com> Manpower Group. (дата и время обращения 29.03.2020 г.)
2. Конвенция Мировой организации труда №181.
3. Аникин Б.А., Рудая И.Л. Аутсорсинг и аутстаффинг: высокие технологии менеджмента: учеб. пособие. – 2-е изд, перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2013. – с.279
4. <https://kursiv.kz/news/obschestvo/2019-03/> Регулирование цивилизованной формы рабства в Казахстане. (дата и время обращения 29.03.2020 г.)
5. <https://kapital.kz/> Бизнес с умом: аутсорсинг и аутстаффинг в Казахстане. (дата и время обращения 01.04.2020 г.)
6. <https://sber-solutions.kz/> СберРешения (дата и время обращения 02.04.2020 г.)

Г. Абдуллаева¹ У.К. Джакишева¹

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

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ УЧЕТА ЗАПАСОВ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация

В своем Послании народу Казахстана «Рост благосостояния граждан Казахстана - главная цель государственной политики» от 6 февраля 2018 года Президент Республики Казахстан Н.А. Назарбаев отметил: «В настоящее время важнейшей задачей, стоящей перед казахстанским обществом, является повышение конкурентоспособности нашей экономики. Для этого мы должны обеспечить развитие не сырьевых отраслей и поддерживать казахстанские предприятия, ориентированные на производство конкурентоспособной продукции. Мы должны развивать собственный научный потенциал и учиться у ведущих зарубежных специалистов. Необходимо внедрять новые совместные технологии и обеспечить надежную защиту интеллектуальной собственности» [1]. Решение именно этих задач, поставленных главой государства, позволят Казахстану выйти на международные рынки и занять там свою нишу. Таким образом, эффективность деятельности предприятия во многом зависит от правильного определения потребности в материалах, постановки учета материально-производственных запасов, разработки эффективной системы внутреннего контроля материально-производственных запасов.

Ключевые слова: материальные запасы, оборотные активы, сырье, материалы, комплектующие изделия, нормы запасов, производственный процесс.

Abdullaeva G. ¹Dzhakisheva U. K ¹

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

THEORETICAL ASPECTS OF THE ORGANIZATION OF INVENTORY ACCOUNTING

Abstract

In his Address to the people of Kazakhstan “Growing the welfare of citizens of Kazakhstan is the main goal of state policy” dated February 6, 2018, the President of the Republic of Kazakhstan N.A. Nazarbayev noted: “Currently, the most important task facing Kazakhstani society is to increase the competitiveness of our economy. To do this, we must ensure the development of non-primary industries and support Kazakhstani enterprises focused on the production of competitive products. We must develop our own scientific potential and learn from leading foreign experts. It is necessary to introduce new joint technologies and ensure reliable protection of intellectual property” [1]. The solution of precisely these tasks set by the head of state will allow Kazakhstan to enter international markets and occupy its niche there. Thus, the effectiveness of the enterprise depends largely on the correct determination of the need for materials, the registration of inventory, the development of an effective system of internal control of inventories.

Keywords: inventory, current assets, raw materials, components, inventory rates, production process.

Г. Абдуллаева¹ У.К. Джакишева¹

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

КӘСІПОРЫН ҚОРЛАРЫН ЕСЕПКЕ АЛУДЫ ҰЙЫМДАСТЫРУДЫҢ ТЕОРИЯЛЫҚ АСПЕКТІЛЕРІ

Аңдатпа

2018 жылғы 6 ақпандағы «Қазақстан азаматтарының әл-ауқатын арттыру - мемлекеттік саясаттың басты мақсаты» атты Қазақстан халқына Жолдауында Қазақстан Республикасының Президенті Н.Ә. Назарбаев: «Қазіргі уақытта қазақстандық қоғамның алдында тұрған маңызды міндет - біздің экономикамыздың бәсекеге қабілеттілігін арттыру» делінген. Ол үшін біз шикізат емес салалардың дамуын қамтамасыз етуіміз керек және бәсекеге қабілетті өнім шығаруға бағытталған қазақстандық кәсіпорындарды қолдауымыз керек. Біз өзіміздің ғылыми әлеуетімізді дамытып, жетекші шетелдік сарапшылардан үйренуіміз керек. Жаңа бірлескен технологияларды енгізу және зияткерлік меншікті сенімді қорғауды қамтамасыз ету қажет» [1]. Мемлекет басшысы жүктеген дәл осы міндеттерді шешу Қазақстанға халықаралық нарықтарға шығуға және сол жерде өз орнын табуға мүмкіндік береді. Осылайша, кәсіпорынның тиімділігі көбінесе материалдарға қажеттілікті дұрыс анықтауға, қорларды тіркеуге, қорларды ішкі бақылаудың тиімді жүйесін құруға байланысты болады.

Түйін сөздер: тауарлы-материалдық қорлар, айналымдағы активтер, шикізат, материалдар, қор нормативтері, өндіріс процесі.

На путь формирования встали все отрасли экономики с целью проведения отечественной системы бухгалтерского учета и финансовой отчетности в соответствие с международными стандартами. В последние годы в нашей стране была проведена большая работа по реформированию бухгалтерского учета и финансовой отчетности. Для сохранения и повышения эффективности использования материальных запасов необходимо ведение качественного учета в этой сфере. В условиях экономической реформы повышается роль учета и контроля за рациональным использованием всех ресурсов, в том числе и материальных запасов.

Материально-производственные запасы являются наименее ликвидной статьей среди статей оборотных активов. Для обращения этой статьи в денежные средства требуется время не только для того, чтобы найти покупателя, но и для того, чтобы получить с него впоследствии оплату за продукцию.

Анализ этой статьи имеет большое значение для эффективного финансового управления. Запасы могут составлять значительный удельный вес не только в составе оборотных активов, но и в целом в активах предприятия. Это может свидетельствовать о том, что предприятия испытывают затруднения со сбытом своей продукции, что в свою очередь может быть обусловлено низким качеством продукции, нарушением технологии производства и выбором неэффективных методов реализации. Нарушение оптимального уровня материально-производственных запасов приводит к убыткам в деятельности компании, поскольку увеличивает расходы по хранению этих запасов, отвлекает из оборота ликвидные средства, увеличивает опасность обесценения товаров и снижения их потребительских качеств, приводит к потере клиентов [2].

Развитие предпринимательства сопровождается возрастанием роли бухгалтерской информации в сферах управления, контроля и анализа предпринимательской деятельности. Управление товарно-материальными запасами одна из важных составных частей производственного управления, состоящая и в организации заключения хозяйственных

договоров, и в закупке, доставке и хранении сырья, материалов, комплектующих изделий, а также их учете и контроле за их использованием.

В качестве товарно-материальных запасов предприятия выступают предметы труда, которые наряду со средствами труда участвуют в процессе промышленного производства, т.е. являются важнейшим ресурсом в обеспечении текущего функционирования предприятия, то есть в производстве и реализации. Материальные запасы участвуют в процессе только один раз, их стоимость полностью включается в себестоимость производимой продукции, составляя ее материальную основу [3].

Запасы - активы, предназначенные для продажи в ходе обычной деятельности, или для производства товаров (услуг) для такой продажи, а также сырье и материалы, используемые в процессе производства. Запасы также включают недвижимость, предназначенную для перепродажи. Запасы компании, производящей услуги, включают в себя стоимость оказанных услуг, по которым еще не признана выручка.

Производственные запасы (сырье, материалы, топливо и т.д.) являются предметами, на которые направлен труд человека с целью получения готовой продукции. В отличие от средств труда, сохраняющих в производственном процессе свою форму и переносящих стоимость на продукт постепенно, предметы труда потребляются целиком и полностью переносят свою стоимость на этот продукт и заменяются после каждого производственного цикла. В промышленности постепенно увеличивается потребление товарно-материальных ценностей в производстве. Это обуславливается расширением производства, значительным удельным весом материальных затрат в себестоимости продукции и ростом цен на ресурсы [4].

В условиях рыночной экономики важное значение приобретает улучшение качественных показателей использования производственных запасов (снижение удельных затрат материалов в себестоимости продукции, всемерная экономия и т.д.). Эту задачу нужно решать на основе комплексного использования природных и материальных ресурсов, максимального устранения потерь и непроизводственных расходов, широкого вовлечения в хозяйственный оборот вторичных ресурсов и попутных продуктов.

Улучшению ресурсо-снабжения способствует упорядочение первичной документации, широкое внедрение типовых унифицированных форм, повышение уровня механизации и автоматизации учетно-вычислительных работ, обеспечение строгого порядка приемки, хранения и расходования сырья, материалов, комплектующих изделий и т.п., ограничение числа должностных лиц, имеющих право подписи документов на выдачу особо дефицитных и дорогостоящих материалов. Для обеспечения сохранности производственных запасов, правильной приемки, хранения и отпуска ценностей важное значение имеет наличие на предприятии в достаточном количестве складских помещений, оснащенных весовыми и измерительными приборами, мерной тарой и другими приспособлениями [5]. Необходимо также внедрять эффективные формы предварительного и текущего контроля за соблюдением норм запасов и расходованием материальных ресурсов, уделять больше внимания повышению достоверности оперативного учета движения полуфабрикатов, комплектующих изделий, деталей и узлов в производстве.

В настоящее время в условиях рыночной экономики заготовление и приобретение материально-производственных запасов имеет большое значение на начальной стадии заготовления. Для достижения цели по надлежащему заготовлению и потреблению товарно-материальных ценностей, с дальнейшим рациональным использованием, служба бухгалтерского учета должна содержать полную, прозрачную информацию, позволяющую ежемесячно проводить анализ действий по заготовлению и приобретению товарно-материальных ценностей. Кроме того, данные бухгалтерского учета должны содержать информацию для изыскания резервов снижения себестоимости продукции в части рационального приобретения товарно-материальных ценностей.

Организация материального учета - один из наиболее сложных участков учетной работы. На промышленном предприятии номенклатура материальных ценностей исчисляется

десятками тысяч наименований, а информация по учету материально-производственных запасов составляет более 30% всей информации по управлению производством. Поэтому организация учета и контроля по приобретению, движению, сохранностью и использованию материальных ценностей связана с большими трудностями. Большое значение имеет автоматизация всех учетных работ, начиная от выписки учетных документов и заканчивая составлением необходимой отчетности.

Неотъемлемой частью учета и контроля материально-производственных запасов является экономический анализ их использования, который углубляет поиски резервов повышения эффективности производства.

Многообразие форм собственности в период рыночной экономики, расширение прав предприятий в управлении экономикой, отраслевые особенности производства требуют альтернативных, а подчас и многовариантных подходов при решении конкретных вопросов методики и техники ведения учета производственных запасов.

У предприятий теперь появилась возможность выбора различных способов организации учета заготовления и приобретения материалов; отражения стоимости материалов, оставшихся в конце месяца в пути или не вывезенных со складов поставщиков; выявления отклонений фактической себестоимости материальных ценностей от учетных цен и их последующего распределения между израсходованными в производстве материалами и их остатками на складах; погашения стоимости находящихся в эксплуатации малоценных и быстроизнашивающихся предметов и др.

Руководители предприятий (структурных подразделений), осуществляющих производственную деятельность, должны постоянно следить за соблюдением нормативов, за динамикой фактических удельных расходов, так как материальные затраты занимают высокий удельный вес в общих затратах на производство, а следовательно, эти затраты существенно влияют на величину получаемой прибыли. Отсюда следует, что экономия материальных ресурсов является важнейшим фактором повышения эффективности производства.

Без правильной организации учета и контроля над использованием товарно-материальных ценностей невозможно обеспечить контроль за остатками, поступлением и расходами запасов на складах.

Товарно-материальные запасы являются наиболее ликвидной статьей среди статей оборотных активов. Для ускоренного обращения этой статьи в денежные средства предприятию необходимо иметь соответствующие службы, а именно службу маркетинга – комплексную систему организации сбыта продукции ориентированную на удовлетворение потребностей потребителя на основе исследования и прогнозирования рынка. Анализ этой статьи имеет большое значение для эффективного финансового управления. Запасы могут составлять значительный удельный вес не только в составе оборотных активов, но и в целом в активах предприятия. Это может свидетельствовать о том, что предприятия испытывают затруднения со сбытом продукции, нарушением технологии производства и выбором неэффективных методов реализации. Нарушение оптимального уровня товарно-материальных запасов приводит к убыткам в деятельности предприятий, поскольку увеличивает расходы по хранению этих запасов, отвлекает из оборота ликвидные средства, увеличивает опасность обесценения товаров и снижения их потребительских качеств, приводит к потере клиентов.

По функциональной роли и назначению в процессе производства все запасы подразделяются на основные и вспомогательные:

- основные – это материалы, которые вещественно входят в изготавливаемую продукцию, образуя ее материальную основу (мука, при выпечке хлеба);
- вспомогательные – это материалы, которые входят в состав вырабатываемой продукции, но, в отличие от основных материалов, не создают вещественной основы

производимой продукции. Эти материалы применяются в качестве компонентов к основным материалам для придания продукции необходимых качеств (краски, лак, клей).

Материалы, или, как их нередко называют, предметы труда, относятся к той категории средств производства, которые во всяком процессе труда потребляются целиком и, следовательно, для каждого нового процесса труда их приходится заменять. К таким средствам труда относятся, прежде всего, сырье и материалы. Сырье – это продукты добывающих отраслей промышленности (нефть, руда, газ) и сельского хозяйства (зерно, сахарная свекла, хлопок). Материалы – это продукция обрабатывающих отраслей промышленности (метал, кожа, мука); в эту группу входят также полуфабрикаты покупные или собственного производства (чугун, пряжа), которые подлежат дальнейшей обработке. К материалам относятся топливо, запасные части для ремонта, тара, строительные материалы, малоценные и быстроизнашивающиеся предметы [6].

Непрерывность производственного процесса и его ритмичность в значительной мере зависят от снабжения организации материалами, топливом и всеми другими материальными ценностями, от своевременности и полноты подачи их в подразделения и цехи, от комплектности предметов труда. Предпосылкой правильной организации снабжения служат правильно составленный план снабжения, повседневное наблюдение за его количественным и качественным выполнением.

В основе правильно составленного плана снабжения материалами лежит нормирование расхода на единицу каждого вида продукции, т.е. расчет того, сколько и какого именно материала (его сорт, марка, качество) необходимо для изготовления отдельных видов продукции. Правильной рассчитанной нормой расхода будет такая, которая по каждому изготавливаемому изделию предусматривает: вес или размер до обработки (заготовки), чистый вес изделия (после обработки) и размеры отходов.

Материалы, которые не идут непосредственно на изготовление продукции, а употребляются для обслуживания производства, нормируются не на единицу изделия, а на какую-либо расчетную единицу. Например, топливо для отопления помещения рассчитывается по количеству кубометров здания и т.д.

Установив нормы расхода сырья и материалов и зная производственную программу, рассчитывают потребность в сырье и материалах на выполнение программы. Установленные нормы расхода сырья и материалов на единицу продукции должны быть использованы в дальнейшем при выписке первичных документов для оформления расхода материалов на производство.

Основная задача для нормирования – определить минимально возможные запасы материальных ценностей, при которых обеспечивалась бы планомерная бесперебойная производственная деятельность организации. Размеры необходимых запасов определяются исходя из величины расхода за операционный период (месяц, квартал и т.д.) и длительности периода, на который требуется обеспечить организацию запасом (норма запаса в днях или месяцах). Причем при определении общей величины запаса по каждому виду материалов следует учитывать как ход самого производства, так и переходящий запас [7].

Величина переходящего запаса определяется с учетом срока поставки (заготовления) материалов: количества, необходимого для одного рабочего периода, длительности производственного процесса (времени для обработки данной партии материалов), наиболее выгодного для транспортировки размера партии материала (в связи с характером упаковки, транспортными тарифами и т.д.), сезонности (или равномерности) поступления. Потребность материалов на планируемый период определяется после того, как произведены подсчеты их расхода на производство, остатка на начало периода, остатка, потребного на конец периода, и установлены цены на планируемый период.

Производственные запасы и материальные ценности играют огромную роль в процессе труда, т. к. они в свою очередь образуют производственно-техническую базу и определяют производственную мощь предприятия.

Производственные запасы и материальные ценности – это часть имущества, которая используется:

а) при производстве продукции выполнении работ и оказании услуг, предназначенных для продажи, следствием которого является достижение цели, а именно, получение наивысшей прибыли;

б) для управленческих нужд предприятия.

Основными задачами учета товарно-материальных запасов являются: контроль за сохранностью товарно-материальных запасов; контроль за обеспечением производства товарно-материальными ценностями; выявление фактических затрат, связанных с заготовкой материалов; контроль за соблюдением норм производственного потребления; правильное распределение стоимости израсходованных в производстве материалов по объектам калькуляции; рациональная оценка товарно-материальных запасов.

Себестоимость товарно-материальных ценностей включает: затраты на приобретение запасов, транспортно-заготовительные расходы, связанные с их доставкой к месту хранения и приведением в надлежащее состояние. Затраты на приобретение товарно-материальных запасов включают в себя цену покупки; транспортно-заготовительные расходы, уплаченные снабженческим, посредническим организациям и прочие расходы, прямо связанные с приобретением товарно-материальных ценностей.

Первичные документы по поступлению и расходу товарно-материальных запасов являются основой организации бухгалтерского и материального учета. Непосредственно по первичным документам осуществляют текущий и последующий контроль за движением, сохранностью и рациональным использованием товарно-материальных ценностей.

Итак, чтобы процесс производства происходил без перебоев, требуется наличие известных запасов материальных ресурсов. Наличие запасов требует определенного места их хранения – складов. Склады принимают поступившие в организацию запасы, хранят их, подготавливают к использованию на производстве.

Приемка материальных ресурсов сопровождается определением годности их для нужд организации и соответствия качества материалов установленным заранее условиям.

Подготовка к производственному потреблению – это заготовка отдельных количеств материалов в размерах или в весе, требуемых для обработки: взвешивание, разделка, нарезка, распиловка и т.д. Сюда же относится подбор или комплектование предметов, идущих на изготовление определенных изделий.

Список использованной литературы:

1. Закон "О бухгалтерском учете и финансовой отчетности" от 28. 02. 2007 г., №234 – III
2. Об аудиторской деятельности: Закон РК от 20.11.1998 г. № 304 с изм. и доп. – Алматы : Каржы, 2003.
3. Родостовец В.К. Родостовец В. В. Шмидт О.И. Бухгалтерский учет на предприятии. / В.К. Родостовец., В. В. Родостовец., О.И. Шмидт– "Центр Аудит Казахстан", 2002. - 785 с.
4. Назарова В. Л. Бухгалтерский учет в отраслях. / В. Л. Назарова– "Экономика". Алматы: 2005, 251с.
5. Методические рекомендации по применению Международных стандартов финансовой отчетности и бухгалтерского учета. – Алматы : Издательство "Юрист", 2007.
6. Приказ Министра финансов Республики Казахстан от 22 июня 2017 года № 221 "Об утверждении Правил ведения бухгалтерского учета".
7. Международные стандарты финансовой отчетности: теория и практика. – Алматы : Издательство ТОО " LEM", 2007.

С.Б Абдыгаппарова¹

*¹Алматинский технологический университет
г.Алматы, Казахстан*

О НЕКОТОРЫХ АКТУАЛЬНЫХ ВОПРОСАХ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Аннотация

Важными приоритетами инновационного развития Казахстана должны выступать новые исследования теоретико - методологических и организационно-методических проблем учета, анализа и аудита инновационной деятельности предприятия, способствующие повышению качества отчетности этих компаний. В настоящее время требуется разработка критериев оценки нововведений, т.е. экономических показателей, значение которых позволят принимать решение о привлекательности данного новшества для компании и при необходимости сравнивать их между собой. Для этого необходимым фактором является улучшение существующих положений по учету, анализу и аудиту инновации. Разработка и внедрение в практику новых положений учета, анализа и аудита инноваций, безусловно, будет способствовать повышению обоснованности и качественного уровня управленческих решений, эффективности финансово-хозяйственной деятельности компаний, снижению рисков хозяйствующих субъектов и, как следствие, росту рыночной стоимости компаний.

Ключевые слова: инновации, бухгалтерская отчетность, финансово-хозяйственная деятельность, управление, снабжение, сбыт, учет, анализ и аудит

С.Б Абдыгаппарова¹

*¹Алматы Технологиялық Университет,
Алматы, Қазақстан*

ИННОВАЦИЯЛЫҚ ҚЫЗМЕТТІҢ КЕЙБІР ӨЗЕКТІ МӘСЕЛЕЛЕРІ ТУРАЛЫ

Аңдатпа

Инновациялық компаниялардың есеп беру сапасын жақсартуға ықпал ететін кәсіпорындардың инновациялық қызметін есепке алудың, талдаудың және аудиттің теориялық- әдіснамалық және ұйымдастырушылық-әдістемелік мәселелерін зерттеу Қазақстанның инновациялық дамуының маңызды басымдықтары болуы керек. Қазіргі уақытта жаңалықтарды бағалау критерийлерін, яғни компания үшін осы жаңалықтың тартымдылығы туралы шешім қабылдауға және қажет болған жағдайда оларды өзара салыстыруға мүмкіндік беретін экономикалық көрсеткіштерді әзірлеу талап етіледі. Бұл үшін инновацияны есепке алу, талдау және аудит жөніндегі қазіргі ережелерді жақсарту қажетті фактор болып табылады. Инновацияларды есепке алудың, талдаудың және аудиттің жаңа ережелерін әзірлеу және практикаға енгізу, сөзсіз, басқару шешімдерінің негізділігі мен сапалық деңгейін, компаниялардың қаржы-шаруашылық қызметінің тиімділігін арттыруға, шаруашылық жүргізуші субъектілердің тәуекелдерін төмендетуге және соның салдарынан компаниялардың нарықтық құнының өсуіне ықпал ететін болады.

Түйін сөздер: инновация, бухгалтерлік есеп беру, қаржы-шаруашылық қызмет, басқару, жабдықтау, өткізу, есепке алу, талдау және аудит

S. B. Abdigapparova¹

¹Almaty Technological University,
Almaty, Kazakhstan

ABOUT SOME CURRENT PROBLEMS OF INNOVATIVE ACTIVITY

Abstract

New studies of theoretical and methodological and organizational and methodological problems of accounting, analysis and audit of innovative activity of the enterprise should be important priorities of innovative development of Kazakhstan, that contribute to improving the quality of these companies' reporting. There is necessary to develop criteria for estimates innovations, i.e., economic indicators, which value will allow you to make a decision about the attractiveness of this innovation for the company and, if necessary, compare them with each other. For that, it is necessary to improve the existing methods for accounting, analysis and audit of innovations. The development and implementation of new methods for accounting, analysis and audit of innovations will undoubtedly contribute to improving the validity and quality of management decisions, the efficiency of financial and economic activities of companies, reducing the risks of business entities and, as a result, increasing the market value of companies.

Keywords: innovations, accounting, financial and economic activity, management, supply, sales, accounting, analysis and audit

Понятие «инновации» традиционно обозначает широкий спектр экономических, социальных, технических, научных и образовательных новшеств и нововведений. В рамках настоящей статьи мы ограничимся рассмотрением инновации только в финансово – хозяйственной деятельности, анализируя их на микроэкономическом уровне, с точки зрения компании и ее собственников. Мы акцентируем внимание на нововведениях, связанных с созданием и выпуском новых видов продукции (товаров, работ, услуг), применением новых технологий как в сфере производства, так и в сфере управления, снабжения, сбыта и т.д., а также с освоением новых рынков сбыта (сегментов рынка).

В рыночных условиях инновации и инновационная деятельность приобретают все большее значение для экономического развития республики и успешной финансово-хозяйственной деятельности компании, являясь одним из базовых элементов эффективной стратегии и важным инструментом приобретения и сохранения конкурентных преимуществ [1-2].

Развитие инновационной инфраструктуры в сфере производства, управления, снабжения, сбыта должно в значительной степени оптимизировать инновационный процесс. Прежде всего, необходимо организовать режим продвижения инновационной разработки от научной идеи до конечного продукта. Поэтому новые элементы инновационной инфраструктуры должны объединять предприятия, работающие на различных фазах инновационного цикла для решения задач материально-технического снабжения, информационного обеспечения и т. п [3-4].

Это означает, что внедрение системы показателей анализа и методов оценки нововведений должно эффективно регулировать вопросы обеспечения инновационного процесса, т.е. брать на себя «коллекторные» функции, оставляя субъекту инновации непосредственное решение научных и технических задач. Повышение эффективности финансово-хозяйственной деятельности инновационных компаний, снижение рисков хозяйствующих субъектов напрямую зависит от реального включения финансовых механизмов, льготного кредитования и программ целевого финансирования, научных - методических разработок по учету, анализу и аудиту. Система мотивации инновационного поведения предусматривает решение нескольких взаимодополняющих задач. Прежде всего, необходимо создать условия, при

которых внедрение инноваций стало бы выгодно и доступно предприятиям реального сектора экономики. Это может быть реализовано путем развития системы косвенного финансирования, налоговых льгот и преференций, введения норм ускоренной амортизации оборудования и т. п. при строгом аудите, контроле и учете [5].

Дополнительным стимулом для исследования проблем инновационной деятельности, служат активно происходящие в настоящее время процессы интернационализации экономики и гармонизации казахстанского бухгалтерского учета в соответствии с Международными стандартами финансовой отчетности (МСФО) и преобразования в налоговом законодательстве. Качественные изменения среды бизнеса порождают необходимость непрерывных и принципиальных инноваций в текущей деятельности, поддерживаемых соответствующими средствами учета, аудита и анализа.

В разработке положений учета, анализа и аудита инновации внесли свой вклад многие ученые СНГ. Необходимо отметить работы, д.э.н. В.И. Бариленко, Л.Т. Гиляровской, К.Ш. Дюсембаева, Д.А. Енуквицкого М.С. Ержанова, С.Ж. Жакипбекова, А.К. Казанцева, В.В. Ковалева, Э.И. Крылова, А.Д. Шеремета и др.

На формирование основ учета, анализа и аудита инноваций большое влияние оказали специалисты из дальнего зарубежья. Основные достижения в этих областях возникли в соответствии с потребностями практической деятельности и развивались в рамках управленческого учета (контроллинга) и управления инновациями (инновационный менеджмент) и связаны с именами К. Друри, Дж. Кунера, Э. Менсфилда, П. Фридмана и других исследователей.

Несмотря на длительный период формирования и значительную изученность большинства проблем учета, анализа и аудита инноваций, ряд вопросов управленческого учета, анализа и особенно аудита до сих пор не получили должного развития в рамках учетно-аналитического подхода.

Требуются новые исследования теоретико-методологических и организационно-методических проблем учета, анализа и аудита инновационной деятельности предприятия. Мы обращаем внимание на 3 блока проблем, которые требуют глубоких исследований:

1. Возрастающее значение данных бухгалтерского учета, и публичной финансовой отчетности как источника информации об эффективности нововведений для крупных компаний и инвесторов требует разработки методов и форм раскрытия необходимых сведений. Инновации и инновационная деятельность не рассматриваются в качестве самостоятельных объектов бухгалтерского учета, отсутствуют их учетно-аналитические определения и классификации, которые позволили бы выделить их по сравнению с иными, не инновационными (традиционными, или рутинными) видами деятельности.

2. Инновации, особенно крупномасштабные, оказывают большое влияние на все стороны финансово-хозяйственной деятельности компании и значительно влияют на рыночную стоимость, т.е. являются фактором, существенным для заинтересованных пользователей отчетности. Однако, в современных концептуальных положениях, на которых основано формирование финансовой отчетности, отсутствует само понятие «инновации». В связи с этим важно уточнить и развить положения, регулирующие признания в учете и отчетности объектов инновационной деятельности. Необходимо сформулировать рекомендации по дополнению существующих или созданию новых форм отчетности, предоставляющих заинтересованным пользователям релевантную информацию об инвестиционной деятельности компании.

Неразрывность системы специальных аналитических показателей и подходов к оценке инноваций, учитывающих их экономическую природу и содержание, в ряде случаев негативно влияет на обоснованность решений, изымаемых финансовыми менеджерами компании. Соответственно анализ инноваций не включен в систему комплексного экономического анализа, недостаточно развиты многие направления анализа, имеющие важное теоретическое и прикладное значение, в частности вопросы формирования информационной базы

организации и проведения анализа инновационной деятельности. Отсутствуют единые подходы к определению системы показателей анализа и методов оценки нововведений.

Основная задача анализа инноваций - расчет критерия оценки нововведений, т.е. экономического показателя (группы показателей), значение которого позволяет принимать решение о привлекательности данного новшества для компании и при необходимости сравнивать между собой альтернативные варианты нововведений. Для уточнения функций и содержания анализа инноваций необходима его структуризация как самостоятельной системы, в системе комплексного экономического анализа. Учитывая многосторонний, комплексный характер инноваций, а также присутствие анализа на всех этапах принятия и реализации управленческих решений, мы считаем необходимым построение системы комплексного экономического анализа инноваций, охватывающей все его разделы и направления. Структурное единство данной системы следует из определенности места анализа инноваций в процессе стратегического управления и в системе комплексного экономического анализа.

3. Серьезные затруднения в практическом применении теоретических положений аудита и оценки нововведений вызывает недостаточность методических разработок в области внутреннего аудита инновационной деятельности и оценке ее общей эффективности для компании. Вне сферы активных разработок остаются методические аспекты внутреннего аудита инноваций и инновационной деятельности, без чего невозможно или существенно затруднено применение накопительного потенциала в практической работе коммерческих предприятий.

Исходя из особенностей внутреннего аудита можно сформулировать его цели и задачи применительно к управлению инновационной деятельностью. Внутренний аудит инноваций, на наш взгляд можно проводить, используя классификацию видов аудита по их целевым установкам (аудит достоверности показателей инноваций, аудит соответствия планов инновации и сметный аудит инноваций, аудит эффективности инноваций) и по периоду проведения (предварительный, текущий и последующий аудит).

Разработка и внедрение в практику вышеизложенных вопросов учета, анализа и аудита инноваций, безусловно, будет способствовать повышению обоснованности и качественного уровня управленческих решений, эффективности финансово-хозяйственной деятельности компаний, снижению рисков хозяйствующих субъектов и, как следствие, росту рыночной стоимости компаний.

Список использованной литературы:

- 1. Нагапетян П. Организация инновационного процесса (опыт нашей истории). // Экономист.2008, № 6.*
- 2. Амосов Ф. Вопросы перехода к инновационному типу воспроизводства. //Экономист.2008. №5.*
- 3. Коржов А. Стратегические приоритеты Инновационного развития Казахстана //Экономист. 2007. № 12,*
- 4. Губанов С. Системный выбор России и уровень жизни//Экономист. 2011. №11.*
- 5. Стиглиц Дж. Многообразные инструменты, шире цели: движение к пост-вашингтонскому консенсусу // Вопросы экономики, 1998. №8.*

МРНТИ 06.81.30

Э.О. Телагусова¹

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

КОМПАНИЯ КАПИТАЛЫНЫҢ ҚҰНЫН АНЫҚТАУ НЕГІЗДЕРІ

Аңдатпа

Еліміздегі қандай да болсын компания өз қызметін іске асыру барысында меншікті және қарыз капиталының ара-қатынасын ретке келтіріп отырады. Осыған орай меншікті капиталдың, қарыз капиталының тиімділігін анықтау қазіргі таңның ең өзекті мәселесі.

Компаниялардың меншікті және қарыз қаражаттар тарту нәтижесінде қалыптасқан капитал құрылымы оның қызметінің тиімділігін, бәсекелесетік ортадағы өміршеңдігін, қызметінің түпкі мақсаты болып табылатын табыстылығын анықтап беретін бастапқы фактор болып табылады. Әрине, компаниялар өз қызметі барысында меншікті капиталға арқа сүйейді. Олардың кәсіпкерлік табыстан алған табысы - бизнестің дамуының бірден-бір қайнар көзі болып табылады. Алайда, меншікті капитал компаниялардың экономикалық-әлеуметтік дамуы мәселелерін шешу үшін жеткіліксіз, сол себепті компаниялар өз қызметі барысында шеттен қаражаттар тартуларына мәжбүр болады.

Түйін сөздер: капитал, құн, бағалау, компания құны, табыстылық, меншікті капитал, қарыз капитал, капитал құны.

E.O.Telagusova¹

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

FUNDAMENTALS OF DETERMINING THE COST OF CAPITAL OF A COMPANY

Abstract

Any company in the country, when carrying out its activities, arranges the ratio of equity and debt capital. In this regard, determining the effectiveness of equity and debt capital is the most urgent problem today.

The company's capital structure, formed as a result of attracting its own and borrowed funds, is the initial factor determining the effectiveness of its activities, viability in a competitive environment, and profitability, which is the ultimate goal of its activities. Of course, companies rely on their own capital in their operations. The income they receive from business activities is one of the sources of business development. However, the company's own capital is not sufficient to solve the issues of economic and social development of companies, so companies are forced to raise funds in the course of their activities.

Keywords: capital, cost, valuation, company value, profitability, equity, debt capital, cost of capital.

Э.О. Телагуова¹

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

ОСНОВЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ СТОИМОСТИ КАПИТАЛА КОМПАНИИ

Аннотация

Какая - либо компания в стране при осуществлении своей деятельности упорядочивает соотношение собственного и заемного капитала. В связи с этим, определение эффективности собственного капитала, заемного капитала является наиболее актуальной проблемой на сегодняшний день.

Структура капитала компании, сформированная в результате привлечения собственных и заемных средств, является исходным фактором, определяющим эффективность его деятельности, жизнеспособность в конкурентной среде, доходность, которая является конечной целью деятельности. Конечно, компании в своей деятельности опираются на собственный капитал. Доходы, полученные ими от предпринимательской деятельности, являются одним из источников развития бизнеса. Однако собственный капитал недостаточен для решения вопросов экономико-социального развития компаний, поэтому компании вынуждены привлекать средства в процессе своей деятельности.

Ключевые слова: капитал, стоимость, оценка, стоимость компании, доходность, собственный капитал, заемный капитал, стоимость капитала.

Капитал құнын анықтау қажеттілігі келесі жағдайлармен түсіндіріледі.

Біріншіден, бұл көрсеткіш компания қызметін ұзақ мерзімді перспективасы тұрғысынан сипаттайды. Мәселен, меншікті капиталдың құны потенциалды инвесторлар үшін инвестициялар салудың тартымдылығын көрсетеді; қарыз қаражаттардың құны компанияның ұзақ мерзімді несиелер таратуға мүмкіндіктерін анықтап береді.

Екіншіден, капиталдың жалпы (орташа салмақталған) құны капитал салымдарының бюджетін әзірлеу барысында шешуші көрсеткіштердің бірі болып табылады.

Үшіншіден, капитал құны қаржылық инвестициялардың тиімділін қалыптастыруда базалық көрсеткіш ретінде қарастырылады. Инвестициялардың тиімділік өлшемін компания өзі белгілейтіндіктен, жекелеген қаржы құралдарының табыстылығын бағалау барысында салыстыру базасы ретінде капитал құнының көрсеткіші қолданылады.

Төртіншіден, компания капиталының құны қаржылық левиридж механизмін қолдану арқылы капитал құрылымын басқару барысында қолданылады. Қаржылық левиридждің деңгейі қарызға тартылған қаражаттардың көлемі мен олардың құнынан тәуелді. Қаржылық левиридж компанияның қаржылық тәуекелін арттырады, сәйкесінше акциялар бойынша табыстың артуына алып келеді. Сол себепті, акционерлердің игілік жағдайын барынша арттыруды мақсат ете отырып, осы мақсатқа қол жеткізетін капитал құрылымын қалыптастыру керек. Сәйкесінше, капитал құрылымын компания құнына әсер етуі тұрғысынан қарастыру қажет. Оңтайлы капитал құрылымы оның құны барынша төмен болған жағдайда қалыптасады.

Компанияның капиталының құрылымы екі тұрғыдан қарастырылады: капиталдың орналасу тұрғысынан (активтер) және оның қалыптасу көздері тұрғысынан (меншікті капитал және міндеттемелер).

Компания капиталының құрылымын талдау барысында активтер олардың өтімділік деңгейіне қарай топтастырылады, ал меншікті капитал мен міндеттемелер олардың төлем мерзімдерінің деңгейіне қарай топтастырылады.

Аталған көрсеткіштерді динамикалық тұрғыдан талдау (көлденең, немесе деңгейлес, талдау) кәсіпорын капиталының өсуін немесе кемуін және өсу қарқынын анықтауға мүмкіндік

береді. Мысалға, активтер құнының динамикасы компанияның өндірістік қуаты туралы ақпараттар береді.

Компания капиталын құрылымдық талдау (тікелей, немесе сатылас, талдау) да ерекше маңызды. Бұл компания қызметінің өндірістік бағыты туралы мәліметтерді түйіндеуге мүмкіндіктер береді.

Компания капиталының жалпы құны оның орташа салмақталған құнының көрсеткішімен сипатталады. Капиталдың құнын салмақтаудың бастапқы, мақсатты және маржиналды әдістері болады [1].

Капитал құнын бастапқы салмақтау компанияның қолданыстағы капитал құрылымына негізделеді және капиталдың осы құрылымы оңтайлы, яғни келешекте қоданылуы тиіс, деп шешкен жағдайда қолданылады. Бастапқы капитал құнының екі түрі кездеседі - баланстық құн бойынша және нарықтық құн бойынша салмақтау.

Маржиналды салмақтау капиталдың қаржылық инвестицияларға арналған аралас құрылымын қажет етеді. Бұл әдіс компанияның орташа салмақталған капитал құнын есептеу үшін қолданыла алады, алайда оның бір кемшілігі бар. Әрбір капитал көздері бойынша капитал құны компанияның аралас құрылымымен байланысты қаржылық тәуекелдерден тәуелді болады. Егер компания өзінің қолданыстағы капитал құрылымын өзгертетін болса, компанияның капитал көздерінің құнын есептеу, нәтижесінде капиталдың жалпы салмақталған құнын есептеу өте қиынға соғады.

Капитал құнының концепциясы қаржы менеджменті теориясының базалық негізі болып табылады. Бұл концепция тек қаражаттар тартуға байланысты шығындарды есептеп қоюмен ғана сипатталмайды. Компанияның инвестицияланған капиталы компанияның нарықтық құнын арттыруға қол жеткізетін табыстар алып келуі керек.

«Компания капиталының құны» және «компанияның нарықтық құны» ұғымдарының арасында өзара байланыс бар. Компания капиталының құны акционерлердың, кредиторлардың және инвесторлардың алдындағы міндеттемелерді өтеу бойынша шығындарды сипаттайтын қатысты (салыстырмалы) көрсеткіш болып табылады. Компания құны акционерлік және қарыз капиталдардың құндық бағасын абсолюттік көрсеткіш бойынша сипаттайды.

Кәсіпкерлік қызмет тұрақты болған сайын, өндіріс барысы кеңейген және контрагенттермен байланыс артқан сайын, нақты бір компания және оның бизнесі үшін оңтайлы капитал құрылымы, яғни меншікті және қарыз қаражаттардың оңтайлы қатынасы қалыптасады. Осы оңтайлы құрылымды қолап тұруға жұмсалған шығындардың жалпы сомасын сипаттайтын көрсеткіш компания капиталының құнын көрсетеді және қаржы теориясы мен тәжірибесінде «капиталдың орташа салмақталған құны» деген атаумен белгілі. Бұл көрсеткіш компанияның өз қызметіне салынған қаражаттардың қайтарымдылығын, олардың рентабельділігін анықтайды.

Тұрақты қызмет етіп тұрған және өзінің қызметін қаржыландырудың қалыптасқан жүйесі бар компанияларда капиталдың орташа салмақталған құны қосымша қаражаттар тарту нәтижесінде біршама уақыт бойында өзгеріссіз қалып отырады, алайда белгілі бір шегіне жеткенде оның мөлшері арта бастайды.

Капитал компанияны құрудың және дамытудың басты экономикалық базасы болып табылады, өйткені ол компания активтеріне инвестицияланған материалдық, материалдық емес және ақшалай қаражаттардың жалпы құнын сипаттайды. Өндіріс барысында қызмет етуі арқылы капитал компания иелерінің, басшыларының, жұмысшыларының, сондай-ақ мемлекеттің мүдделерін қамтамасыз етеді. Сол себепті де ол компанияны басқарудың негізгі объектісі болып табылады, ал оны барынша тиімді қолдану қаржы менеджментінің ең маңызды міндеттерінің бірі болып табылады.

Капиталдың орташа және шекті құндарының көрсеткіштері капиталды қалыптастыру және пайдаланумен байланыста компанияның қаржылық қаржылық қызметінің барлық

аяларында қолданудың көп аспектілерімен сипатталады. Осы көрсеткіштердің компанияның қаржылық қызметінде пайдаланудың негізгі аяларын қарастырайық:

Жеке элементтердің құндарының көрсеткіштері және капиталдың орташа құны жаңа бизнесті қалыптастырудың оңтайлы схемасын таңдай үдерісінде қолданылады. Бұл көрсеткіштерді бағалау капиталдарды тартумен байланысты басқару шешімдерін қалыптастыру негізін құрайды. Осы көрсеткіштер негізінде капиталдардың құрылымы оларды тарту көздері бойынша қалыптастырылады және оңтайландырылады.

Капиталдың орташа құнының деңгейі компанияның нарықтық құнының деңгейін көрсететін маңызды көрсеткіш болып табылады. Капиталдың орташа құнының төмендеуі компанияның нарықтық құнының жоғарылауына әкеледі және керісінше. Осындай тәуелділік акционерлік қоғамдардың қызметтерін бағалау кезінде көрінеді, яғни капиталдың орташа құнының өсуі немесе төмендеуіне байланысты акциялардың бағалары да жоғарылап немесе төмендеп отырады. Соған сәйкес капиталдың орташа құнын тиімді түрде басқару компанияның нарықтық құнын жоғарылатуға бағытталған бағыттардың бірі болып табылады.

Компания капиталының құны операциялық қызметтен алатын табыс мөлшеріне қызмет етеді, яғни капитал құны пайданың бір бөлігі болып табылады. Операциялық қызмет бұл табыс алумен байланысты компанияның негізгі қызметі немесе инвестициялық және қаржылық қызметтерге жатпайтын басқа қызметі болып табылады. Өнімді өткізу және шығаруды қамтамасыз ету үшін жаңа капиталды тарту немесе қалыптастыру кезінде олардың құндары міндетті түрде төленуі тиіс. Бұл көрсеткіш компанияның операциялық табысының қалыптастырылған ең төменгі нормасы болып табылады. Осылайша оның мөлшерінің жоспарлануы кезіндегі төменгі шекарасы анықталады [2].

Капитал құнының көрсеткіші нақты инвестициялауды жүзеге асыру процесінде де қолданылады. Алдымен, нақты компанияның капитал құнының дәрежесі дисконтты ставка ретінде болады. Бөлек нақты жобаның тиімділік бағасы процесінде таза қаржы ағымының самасы қазіргі құнға келтіріледі. Сондай-ақ, инвестициялық жобаны қарастыру бойынша ішкі табыс ставкасымен теңестіру базасы болып қызмет етеді. Егер ол төмен болса, онда компанияның капитал құнының көрсеткіші әсер ететін осындай инвестициялық жоба кері қайтарылуы тиіс.

Компания капиталының құны қаржылық инвестициялау тиімділігін қалыптастыруының базалық көрсеткіші болып қызмет етеді. Бұл тиімділіктің белгісі компанияның өзімен жасалғандықтан, жекелеген қаржылық құралдардың табыстылығын бағалау кезінде салыстыру базасы болып капитал құнының көрсеткіші табылады. Бұл көрсеткіш нақты нарықтың бағасын емес немесе жеке қаржылық инвестициялау құралдарының табыстылығын бағалауға мүмкіндік береді. Бірақта неғұрлым тиімді бағытты қалыптастыруға және осы инвестициялау түрлерінің инвестициялық портфельін қалыптастырудың алғашқы сатыларына рұқсат етеліді. Шынында да, бұл көрсеткіш толығымен инвестициялық - қалыптастырылған портфельдің табыстылық баға шамасында қызмет етеді.

Компания капиталының құнының көрсеткіші аренданы қолдану (лизинг) немесе негізгі өндірістік қаражаттарды меншігіне иемденуге қатысты басқару шешімдерін қабылдау белгісі болып табылады. Егер қаржылық лизингтің қолданылған (қызмет көрсету) құны компанияның капитал құнынан асып түссе, онда компания үшін өндірілген негізгі қаражаттарды қалыптастыру бағытын қолдану тиімсіз.

Капитал құнының көрсеткіші элементтерінің бөлек бөлігінде қаржылық леверидж механизм негізінде капиталдың құрылымдық басқару процесінде қолданылады. Қаржылық левериджді қолдану іскерлігі қарыз капиталы құнының бір бөлігі болып табылатын капиталдың жоғары дифференциал қалыптасуымен қорытындылады. Осыны құрайтын минимизация капитал құнын бағалау процесінде қамтамасыз етіледі. Яғни, қарыз қайнар көздерінен тартылған және компаниямен қолданылған қайнар көздерінің құрылымына сәйкес қалыптастыру болып табылады.

Компанияның капитал құнының деңгейі осы компанияның нарықтық деңгейін маңызды өлшеуші болып табылады. Капитал құнының деңгейін төмендету сәйкесінше компанияның нарықтық құнының өсуіне әкеледі және керісінше. Әсіресе операциялық тәуекел әсер етеді. Яғни, капитал құнының өсуі немесе төмендеуіне сәйкес көтеріліп немесе түсіп тұратын акция бағасы. Демек, капитал құнын басқару өздігімен бағытталған, компанияның нарық құнының өсуі болып табылады.

Меншікті капитал құнының көрсеткіші компанияның өз активтерін қаржы саясаты түріне сәйкестендіріп қалыптастыру және бағалау белгісі болып табылады (біріншіден айналым). Қолданылған нақты капитал құны және компанияның алдағы бағалау өзгерістері нәтижесінде агрессивті, бірқалыпты (компромиссті) немесе консервативті саяси түрі активтерді қаржыландырумен қалыптасады. Сонымен, жоғарыдағылардан шығатын қорытынды капитал құнын бағалау көрсеткіші компанияның шаруашылық қызметінің тиімділігін жоғарылатуға бағытталған басқару шешімдерін негіздеудің маңызды құралы болып табылады [3].

Меншікті компанияның шаруашылық қызметінің дамуының болашақ есебі - меншікті капитал құрылымын және көлемін қалыптастыру процесі оның шаруашылық қызметін қамтамасыз ету тапсырмасымен байланысты. Яғни, тек ғана компанияның басты сатыларын функциялау емес, сондай-ақ жақын арадағы болашаққа, осындай компания капиталын қалыптастыруды қамтамасыз етуді қалыптастырумен байланысты барлық есеп айырысуларды жүзеге асырады. Демек, бизнес-жоспар жобасында жаңа компания құру болып табылады.

Компанияның қалыптасқан актив көлеміне капиталды тарту көлеміне сәйкес қамтамасыз ету - компания капиталындағы жалпы қажеттілік оның айналым және айналымнан тыс активтерінің қажеттіліктеріне негізделеді. Бұл капиталдағы қажеттілік, жаңа компания құру үшін маңызды 2 топ шығындарды қосады [4].

Сонымен, компания капиталының құнының деңгейі аталған компанияның нарықтық құнын сипаттайтын маңызды көрсеткіш болып табылады. Қолданыстағы барлық қаражат көздерінің құнын төмендету компанияларға өздерінің нарықтық құнын арттыруға алып келеді, сәйкесінше, егер қаржыландыру көздерінің құны неғұрлым жоғары болса, компанияның нарықтық құны да соғұрлым өз деңгейін төмендетіп алады. Бұл, бірінші кезекте, ашық үлгідегі акционерлік қоғамдардың қызметіне қатты әсер етеді, өйткені олардың акцияларының бағасының артуы немесе кемуі капитал құнының, сәйкесінше, төмендеуіне немесе өсуіне байланысты болып келеді. Демек, капитал құнын басқару компанияның нарықтық құнын арттырудың өзінше дербес бағыттарының бірі болып табылады.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. Кафтункина Н. С., Мухамедова М. М. *Қаржы менеджмент : оқу құралы / Н. С. Кафтункина, М. М. Мухамедова. - Павлодар : Кереку. - 2012. - 298 с.*
2. Сапарова Б. *Финансовый менеджмент: уч. пособие/ Б. Сапарова. - Алматы: Экономика, 2008. - 848 с.*
3. Дүйсенбаев К.Ш., Төлегенов Э.Т., Жұмағалиева Ж.Г. *Кәсіпорынның қаржылық жағдайын талдау / Оқу құралы. - Алматы: Экономика. 2001 ж.-376 с.*
4. Русак Н.А. *Анализ финансового положения предприятия. В учебнике «Анализ хозяйственной деятельности в промышленности». Под общ. ред. В.И. Стражева - Минск: Высшая школа, 2005-658 с.*

МАКРОЭКОНОМИКАЛЫҚ РЕТТЕУ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ

МРНТИ 82.05.09

О.Н.Байсеркеев¹

*¹Алматы менеджмент университет
г. Алматы, Казахстан*

ТРАНСФОРМАЦИЯ МЕНЕДЖМЕНТА

Аннотация

Главное противоречие современного менеджмента – это с одной стороны мир VUCA, мир быстроменяющийся, неопределенный, сложный и неоднозначный, а с другой – традиционные, но по сути уже не эффективные модели управления, которые достались нам в наследство от двадцатого века. Целый ряд фундаментальных проблем менеджмента остается нерешенным, среди которых в качестве основных остаются тормозящая иерархия, немотивированный персонал, бессилие «харизматичного» лидера, устаревшая конкурентоспособность, провальные стратегические планы. Отсюда фундаментально обозначившийся тренд к управленческим инновациям, который, меняет не только формы и методы управления, но даже и саму его суть.

Модель трансформации бизнеса О. Байсеркеева – синтез современного передового знания в области менеджмента, обогащенный личным опытом и разработками автора – один из примеров инновационного преобразования менеджмента, происходящего на наших глазах.

Ключевые слова: Менеджмент, иерархия, трансформация бизнеса, конкурентоспособность, лидерство, организационная структура, стратегический план, организационное развитие.

О.Н.Байсеркеев¹

*¹Алматы менеджмент университеті,
Алматы қ., Қазақстан*

МЕНЕДЖМЕНТІҢ ТРАНСФОРМАЦИЯСЫ

Аңдатпа

Қазіргі заманғы менеджменттің басты қарама-қайшылығы - бұл бір жағынан VUCA әлемі, тез өзгертін, белгісіз, күрделі және бір мәнді емес, ал екінші жағынан – дәстүрлі, бірақ шын мәнінде жиырмасыншы ғасырдан мұраға қалған басқарудың тиімді емес модельдері. Менеджменттің бірқатар іргелі проблемалары шешілмеген, олардың ішінде негізгілері тежеуші иерархия, елеусіз персонал, "харизматикалық" көшбасшының әлсіздігі, бәсекеге қабілеттіліктің ескіруі, дұрыс стратегиялық жоспарлар болып қалуда. Осыдан басқару формалары мен әдістерін ғана емес, оның мәнін де өзгертетін басқарушылық инновацияларға деген іргелі тренд.

О. Байсеркеевтің Бизнес трансформациясы моделі - автордың жеке тәжірибесімен және әзірлемелерімен байытылған менеджмент саласындағы заманауи озық білімнің синтезі - біздің көз алдымызда болып жатқан менеджментті инновациялық қайта құру үлгілерінің бірі.

Түйін сөздер: Менеджмент, иерархия, бизнес трансформациясы, бәсекеге қабілеттілік, көшбасшылық, ұйымдық құрылым, стратегиялық жоспар, ұйымдық даму.

O.N. Baysyerkeev¹

¹Almaty Management University,
Almaty, Kazakhstan

MANAGEMENT TRANSFORMATION

Abstract

The main contradiction of modern management is, on the one hand, the world of VUCA, a rapidly changing, uncertain, complex and ambiguous world, and, on the other – the traditional, but in fact no longer effective management models that we inherited from the twentieth century. A number of fundamental problems of management remain unsolved, among which the main ones are the inhibiting hierarchy, unmotivated personnel, the powerlessness of the "charismatic" leader, outdated competitiveness, and failed strategic plans. Hence the fundamental trend towards managerial innovation, which changes not only the forms and methods of management, but even its very essence.

O. Baisyerkeev's Business transformation model – a synthesis of modern advanced knowledge in the field of management enriched by the author's personal experience and developments – is one of the examples of innovative management transformation taking place before our eyes.

Keywords: Management, hierarchy, business transformation, competitiveness, leadership, organizational structure, strategic plan, organizational development.

Мир VUCA стал драйвером управленческих инноваций. В бизнес практике хорошо известен кейс с HD видеокамерой Flip, которая появилась в продаже в 2007 году в США. Ее особенностью было наличие USB-порта, что давало возможность загружать и скачивать информацию. Компактные карманные видеокамеры Flip, созданные для съемки коротких видеороликов, были просты в использовании и давали высокое качество видео (720p, 60 кадров в секунду). В сочетании с относительно невысокой ценой это позволило новому продукту всего за несколько недель стать лидером продаж в Amazon. За два года существования Flip video их продажи составили более 2 миллионов камер, что привело к тому, что в марте 2009 крупнейший в мире производитель сетевого оборудования компания Cisco Systems приняла решение о приобретении компании Pure Digital Technologies, включавшую в себя и производство Flip video. Однако, уже через два года Cisco объявила о закрытии производства карманных HD видеокамер Flip video. Все. Жизненный цикл продукта составил всего четыре года! Почему? Ответ прост – появились смартфоны, которые буквально убили такой успешный, продукт, жизнь которого оказалась столь показательно скоротечной.

Эта история с видеокамерой Flip – яркий блик сегодняшнего быстроменяющегося и непредсказуемого мира. На Западе этот мир нарекли VUCA, имя которого сложено из первых букв английских слов:

Volatility - изменчивость, непостоянство;

Uncertainty - неопределенность, неуверенность, сомнения;

Complexity - сложность, запутанность;

Ambiguity - двусмысленность, неопределенность, неясность.

Кто сегодня в может точно спрогнозировать цены на энергоносители или курс национальной валюты на год вперед? Или какие сюрпризы готовят для предпринимателей их родные законодатели и правительство? Или как новые технологии изменят продукты целой отрасли? Практически никто. Почему? Скорость изменений в мире выросла невероятно. Если раньше серьезные изменения происходили за 5-8 поколений, то сейчас несколько революционных изменений происходит в течение жизни одного. В Казахстане, где за полтора года с февраля 2014 по август 2015 года национальная валюта пережила три девальвации и обесценилась почти в два раза, это особенно чувствительно. В результате роста цен и

снижением покупательной способности рынка многие компании сильно снизили обороты или вовсе закрылись.

Мир VUCA – это совокупность действия целого ряда факторов, которые «провоцируют» инновации в управлении, заставляя менеджеров меняться. К числу важнейших среди них, на наш взгляд, относятся следующие:

- Быстрый *технологический прогресс*, сокращающий жизненный цикл продуктов.
- Непрерывный *рост скорости обмена информацией*.
- Всеобщая *глобализация*, затрагивающая все сферы жизни современного человека, где бы он ни жил.

- *Конфликт между старым и новым менеджментом*, обостряющий необходимость отучаться от традиционных, но уже неработающих концепций, моделей и способов управления.

- *Миллениалы*, которыми невозможно управлять старыми методами, захватывают рынка труда. С каждым годом их становится все больше и больше, и это ускоряет процесс вытеснения традиционных методов управления новыми.

- Быстрое *устаревание навыков*. Переучиваться и отучиваться приходится чаще, чем предыдущим поколениям управленцев.

Мир VUCA оказывает влияние на многие отрасли знания и сферы человеческой деятельности, в том числе и на менеджмент. В чем же именно это влияние проявляется особенно остро?

Тормозящая иерархия. В мире VUCA первый руководитель уже не в состоянии контролировать все и единолично принимать решения. Он уже не способен оценить все риски в нагромождении нескончаемых перемен. Здесь можно справиться только сообща, настоящей командой. Однако, кроме первого руководителя, все еще безуспешно стремящегося играть роль «великого кормчего», положение усугубляется пресловутой иерархией – цепочкой самодовольных, но не всегда самодостаточных начальников разного уровня. В условиях иерархии постепенно формируется контрпродуктивная культура, препятствующая поступательному развитию компании. Военизированная система корпоративной иерархии, когда приказы сверху не обсуждаются, а глас вопиющего рядового сотрудника никто не слышит – вот характерные черты бюрократических систем. Они не способны адекватно реагировать на изменения внешней среды и поэтому медленно хоронят компанию. Следующий ряд факторов объясняет почему иерархия в сегодняшнем быстромеменяющемся мире это плохо:

- *Иерархия блокирует информацию сверху вниз*. Информация, предназначенная для нижестоящих подразделений, при прохождении иерархической лестницы либо искажается по принципу «глухого телефона», либо приходит поздно и теряет свою актуальность, либо вовсе не доходит, «застряв» на одном из многочисленных уровней;

- *Иерархия блокирует информацию в горизонтальной плоскости*. Подразделения не могут сотрудничать между собой напрямую без «санкции» вышестоящего начальства. Поэтому два подразделения, курируемые разными руководителями не могут напрямую общаться между собой «через голову» своих шефов. А шефы часто недоступны (совещания, командировки и пр.) или не в ладах между собой;

- *Иерархия блокирует информацию снизу вверх*, перекрывая инициативу креативных рядовых сотрудников. Представим себе довольно типичную ситуацию в бюрократической организации: инициативный сотрудник приходит к своему непосредственному начальнику с идеей улучшения какого-либо бизнес-процесса (например, связанного с обслуживанием клиентов). Но его шеф, и без того озабоченный многочисленными проблемами, не желает «грузиться» еще одной. Ему проще отмахнуться от инициативы своего подчиненного как от назойливой мухи, нежели погрузиться в творческий процесс улучшения обслуживания, отодвинув свои «горящие» текущие дела. Поэтому сотрудник-инноватор слышит от своего шефа: «А ты отчет по KPI сдал? Иди работай, умник!» Творческая активность наиболее

продуктивных специалистов постепенно снижается и опускается до нуля, а они сами в конце концов либо уходят в компании с более прогрессивной корпоративной культурой, либо постепенно угасают по принципу «вареной лягушки» и прекращают развиваться;

- *Иерархия плодит множество некомпетентных начальников.* Любая хорошо работающая вещь или идея будет использоваться во всё более сложных условиях, пока не станет причиной катастрофы. Это общий закон. Принцип Питера – частное проявление этого закона, гласящее, что в иерархической системе каждый индивидум имеет тенденцию подняться до уровня своей некомпетентности. Иными словами, компетентный сотрудник постоянно повышается в должности до тех пор, пока не достигнет уровня своей некомпетентности. На этой «конечной остановке» он находится до тех пор, пока не покинет систему (уйдет на пенсию, умрет или уволится). Некомпетентные руководители не повышаются и не понижаются. Они сидят на достигнутом уровне и тормозят развитие. Последствия действия принципа Питера – деградация организации.

- *Иерархия не мотивирует людей.* «Есть начальство, пусть у него голова болит» – лейтмотив организационного поведения иерархических структур. Высокие зарплаты и хорошие «соцпакеты», к которым все очень быстро привыкают и воспринимают как должное, не способны по-настоящему мотивировать людей. Джон Дьюи выделял два главных мотиватора в поведении человека: страх и чувство собственной значимости. Страх потерять работу, страх получить наказание, страх потерять должность и влияние, страх впасть в немилость к начальству и прочие страхи мотивируют только самую бездарную часть трудового коллектива, и то в пределах «кабы чего не вышло». О вдохновении и творческом полете речь, разумеется, не идет. А у звезд, настоящих профессионалов, которые есть двигатель организации, страха нет, они не боятся конкуренции и не держатся за место потому что знают, что нужны компании больше, чем компания им. Что же касается чувства собственной значимости, то оно и вовсе отсутствует в культуре, где «я начальник, ты – дурак». Таким образом, в иерархической системе оба важнейших мотиватора, в особенности второй, не работают, что и является ее главным пороком.

Анализ вредного воздействия иерархии приводит к нескольким фундаментальным выводам:

- Централизованное принятие решений и последующие приказы и указания сверху вниз уже не успевают за ускоряющимся ритмом жизни;
- Иерархия плодит множество некомпетентных начальников;
- Иерархия демотивирует персонал;
- Бюрократия становится главным тормозом развития и причиной упадка организаций.

По мнению Сэмюэля Палмизано, бывшего CEO IBM, «иерархический подход, основанный на распоряжениях и контроле, просто перестал работать. Он блокирует информационные потоки внутри компании, противоречит природе современного бизнеса, основанного на взаимозависимости и сотрудничестве» [1]. Кроме того, иерархия не согласуется с навыками и качествами успешной деятельности, которые востребованы в сегодняшнем мире VUCA:

1. Решение сложных задач;
2. Критическое мышление;
3. Креативность;
4. Координация и взаимодействие с другими;
5. Эмоциональный интеллект;
6. Управление людьми;
7. Суждение и принятие решений;
8. Клиентоориентированность;
9. Переговоры;
10. Когнитивная гибкость.

Эти навыки актуальны сегодня в силу необходимости оперативного решения нестандартных, не прописанных в инструкциях задач, которые ежедневно подбрасывает нам быстроменяющаяся внешняя среда. Однако, иерархия, которая предполагает принятие решений только по согласованию с вышестоящим начальством, самым прямым образом противоречит всем этим навыкам, тем самым не вписываясь в современный мир. И чем сложнее иерархия, тем меньше понимания и внимания вышестоящих руководителей к нижним ступеням, тем сильнее бюрократия и тем быстрее отставание и застой организации.

Таким образом, вывод напрашивается совершенно очевидный: нужна *децентрализация принятия решений* и бизнес-активизация подразделений. И чем раньше компания осознают это и преодолеют сопротивление собственных больших начальников, тем скорее они остановят свое сползание в небытие.

Немотивированный персонал. Мотивация персонала – «вечно-зеленая» тема, занимающая умы руководителей, озабоченных развитием бизнеса. Однако, сегодня мы видим, что многие теории и методы мотивации, разработанные в прошлом столетии перестают работать. Как заставить людей работать не просто хорошо, а отлично, и при этом, чтобы они работали с неугасающим энтузиазмом? Для многих управленцев это – неосуществимая мечта. Если и раньше данная проблема являлась непростой, то с появлением миллениалов она для многих компаний и вовсе становится нерешаемой. Рожденные и выросшие в условиях относительного благополучия, миллениалы не держатся за место. Они не хотят работать только ради денег. Им должно быть интересно, им нужна самореализация, а работа должна иметь смысл не только экономический, но и социальный. И, если им не нравится эта работа, они не будут за нее держаться и уйдут. Мировоззрение миллениалов сформировалось в иной культуре, в условиях Интернета, где нет власти самодуров-начальников, а есть власть здравого смысла, логики и авторитета аргументов. Поэтому их нельзя «построить». Им не нравится культура по типу «я начальник, ты – дурак» или «шеф всегда прав». Они не будут это терпеть и уйдут. «Ты лучше будь один, чем вместе с кем попало» Омара Хайяма [2] – это про них.

Доля этого молодого поколения на рынке труда растет и через короткое время станет доминирующим. Это значит, что руководителям, привыкшим к бесконечной лояльности и самопожертвованию подчиненных, придется думать о новых, *работающих* методах мотивации. Поколение Y не вписывается в полувоенную культуру. Если руководитель-«ветеран» не понимает этого, не может или, хуже того, не хочет перестраиваться, то скорее всего он окажется на свалке. Кто победит в этой культурном противостоянии сомнений не вызывает, время свое возьмет.

Ограничения харизматичного лидера. Лидер прошлых эпох – это руководитель, который видит цель и обладает харизмой, помогающей ему увлечь за собой массы. Остальные смотрят на него и ждут ценных указаний. Сегодня, в мире VUCA, такая модель лидерства не работает. Внешняя среда меняется с такой скоростью и так многопланово, что один, даже самый гениальный, лидер не в состоянии на это реагировать адекватно, т.е. достаточно быстро, гибко, вдумчиво. На это у него просто физически не хватит ни времени, ни сил, ни знаний, ни опыта. Решение комплексных, сложных задач требует вовлеченности всех, усилий коллективного разума, взаимодействия и сотрудничества команд внутри коллектива. Если же мы будем сидеть и ждать решений от «великого кормчего», который все никак не вернется из очередной командировки, то, понятное дело, далеко не уйдем. Вот почему модель управления «гений с тысячько помощников», основанная на лидерстве одного человека, обречена.

Устаревшая конкурентоспособность. Для одного из самых известных и успешных инвесторов Уоррена Баффета главным критерием покупки акций компании является ее конкурентоспособность через 10 лет [3]. И с точки зрения возврата инвестиций он абсолютно прав. Действительно, инвесторов интересует что будет с компанией в будущем, и это намного важнее, чем ее успехи вчера и сегодня, поскольку вложенные деньги должны обернуться прибылью только по прошествии какого-то времени.

Большинство же существующих методик измерения конкурентоспособности направлены в настоящее и не дают представления о перспективах компании, поскольку она понимается как способность компании бороться с конкурентами за *существующий* рынок.

В качестве измерителей используются самые разнообразные количественные показатели, среди которых можно выделить следующие в качестве основных:

- *SWOT-анализ* – анализ сильных и слабых сторон компании и возможностей и угроз во внешней среде;
- *Оценка конкурентоспособности на основе комплекса маркетинга – 4P*;
- *Оценка конкурентоспособности Ж.Ж. Ламбена*, где в качестве индикаторов выступают относительная доля рынка, свойства товара, издержки, степень освоения технологии, каналы распределения и имидж [4];
- *Рейтинговая оценка конкурентоспособности* компании;
- *Оценка конкурентоспособности на основе исследования внутренней среды*. Это исследование (а) внутренних факторов (прибыльность, эффективность управления, деловая активность, ликвидность) и (б) сильных и слабых сторон в каждой функциональной области;
- *Методика позиционирования сильных и слабых сторон потенциала конкурентоспособности компании* (сравнение совокупности отдельных характеристик и их значимости с конкурентами);
- *Матричная оценка конкурентоспособности* предприятия (матрица BCG) [5];
- *Оценка конкурентоспособности по теории эффективной конкуренции* и др.

Как видим, методик определения конкурентоспособности немало. Особой нужды рассматривать подробно каждую из них нет, этому посвящено достаточно много работ. Общий алгоритм в упрощенной форме выглядит примерно так: определяются факторы конкурентоспособности (могут быть внутренние и внешние), которые затем измеряются, иногда перемножаются на присвоенные коэффициенты значимости/важности, после чего сравниваются с другими фирмами и выстраивается рейтинг. Не смотря на некоторые различия, есть у них и другое объединяющее свойство – они все ориентированы на сегодняшнее положение вещей. В этом – их главный недостаток и, одновременно, основание для поиска нового, более конструктивного понимания конкурентоспособности. По нашему мнению, нужно разрабатывать новые подходы к пониманию конкурентоспособности, направленной в будущее.

Провальные стратегические планы. В бизнесе «стратегическое планирование» означает процесс определения долгосрочных целей компании и способов их достижения, а также принятие решений по распределению ресурсов организации для реализации стратегии. Суть такого традиционного подхода к созданию стратегии и, соответственно, к стратегическому планированию, заключается в следующих важных положениях:

- Цели планируются в виде постепенного улучшения доли рынка и позиции;
- За основу берется *сложившаяся структура* отрасли и рынка;
- Планы создаются, исходя из *имеющихся ресурсов*, которые распределяются между конкурирующими проектами внутри компании;
- Конкуренция рассматривается больше между продуктами, чем между компаниями и их ключевыми компетенциями.

Вот такова была и, к сожалению, во многих компаниях остается методологическая основа стратегического планирования. Почему «к сожалению»? Потому в стратегическом плане записаны действия компании в отношении ее продуктов, рынков и конкурентов на предстоящие годы *на существующем рынке и в сложившейся на сегодня структуре отрасли*. И долгое время это работало, когда изменения рынка и отрасли происходили медленно и, как правило, предсказуемо в определенном периоде времени. «Стратегическое планирование, - пишут Г. Хамел и К.К. Прахалад, - хорошо срабатывает тогда, когда основы планирования – представления о том, что из себя представляет отрасль, каков бизнес, которым занимается фирма, кто ее конкуренты, заказчики и каковы их потребности, – остаются постоянными» [6,

с.244]. Такое планирование будущего на основе сложившейся структуры рынка и отрасли и исходя из имеющихся сегодня ресурсов есть главная причина неудач потому как рынок (потребители) и отрасль (конкуренты) однозначно будут меняться, а в наше время эти изменения все чаще становятся быстрыми и кардинальными. Они (потребители и конкуренты) не застынут в ожидании пока наш стратегический план не будет выполнен до конца. Во многих отраслях мы видим как на рынок врываются новые конкуренты, а их инновации кардинально преобразуют продукты и услуги, меняя предпочтения потребителей. И тогда тщательное планирование целей и задач относительно рынков, продуктов и конкурентов на несколько лет вперед просто теряет смысл. За это время большинство задач перестает быть актуальным, а в иных случаях они могут просто погубить дело, если не прекратить их решать. Мировая статистика последних десятилетий тому подтверждение – девять из десяти стратегических планов не реализуется. Иначе как провалом такого стратегического планирования это не назовешь. *Скорость изменений внешней среды не оставляет никаких надежд на успех традиционного стратегического планирования.* Эта фундаментальная методологическая ошибка – планировать будущее, исходя из представлений о сегодняшних рынке и конкуренции, – довольно убедительно иллюстрируется симптоматичным примером с видекамерами Flip, описанным выше. Планы и цели, выработанные ранее, потеряли свое значение. В условиях отсутствия ясной и рационально обоснованной экономической политики государства, тотальной политизированности крупного бизнеса и непредсказуемости монетарной власти долгосрочные цели очень быстро теряют свою актуальность. Какой тогда смысл углубляться в цели по производству и продажам, а тем более – в задачи? Как можно в условиях изменчивости, неопределенности, сложности и двойственности внешней среды детально планировать свои крупные и мелкие шаги на несколько лет вперед? Давайте будем честны перед собой. Никак! Это просто бесполезное занятие. Тем более, что сами цели в подавляющем большинстве случаев являются неправильными, о чем Питер Друкер прозорливо предупреждал: «Управление на основе целей работает, если вы знаете эти цели. В 90% времени вы их не знаете» [7].

Традиционному стратегическому планированию остаются лишь те отрасли, где бизнес простой, изменения происходят медленно, а потребительские предпочтения практически не меняются. Например, добыча нефти, где руководители особо не заморачиваются о функционале продукта, цене, каналах продаж, продвижении и умениях и навыках команды продавцов. Тогда что же, отказаться от планирования вообще? Конечно же нет. Поскольку это будет похоже на вождение автомобиля вслепую, когда мы не видим дороги, по которой едем, а это еще хуже. Понимая на подсознательном уровне опасность отказа от стратегического планирования, бизнес придумал себе спасительную соломинку под названием *корректировка стратегического плана*. Если отбросить в сторону словесную шелуху, которой она обосновывается, то суть такой ежегодной корректировки заключается в банальной подгонке планов к изменившейся за год среде. Получается странная вещь – ежегодно план на следующий период меняется в зависимости от результатов предыдущего, и через несколько лет он, это «план», меняется до неузнаваемости. Спрашивается: зачем тогда столько людей отвлекать от работы и столько времени тратить впустую? Пресловутая корректировка – это самообман и такая же бесполезная вещь, придуманная менеджерами оттого, что они не видят ничего «святого», того, что не должно меняться со временем.

А есть ли вообще такие незыблемые вещи в бизнесе? Есть. Как это ни странно. К ним относятся, например, ценность для потребителя: продукты могут меняться, но ценность остается неизменной (например, быть всегда удобными/доступными/эксклюзивными и пр. в зависимости от выбранного позиционирования). Или стратегическое намерение, т.е. чем хочет стать компания через несколько лет. Или ключевая компетенция, которая отличает фирму от конкурентов и дает ей преимущество. Или, ценности компании, составляющие ее корпоративную культуру. Они не должны меняться, если они конструктивные (работающие на стратегические цели компании). «Будь готов изменить свои цели, но никогда не изменяй свои ценности», – говорил Далай-лама XIV [8]. Наконец, финансовые ожидания

собственников бизнеса (например, показатель уровня рентабельности бизнеса не ниже текущей ставки по банковским депозитам). Иными словами, в бизнесе могут и должны быть ориентиры, принципы, установки, от которых не стоит отказываться, и благодаря которым этот бизнес и остается таковым. И они должны не просто учитываться, а лежать в основе стратегического планирования. Весь вопрос в том, чтобы ясно представлять себе их содержание. Все зависит от качества анализа (рынка, конкурентов, трендов), лежащего в основе формирования стратегических целей.

Таким образом, бизнес оказался между двумя угрозами, которые как мифические Сцилла и Харибда жаждут погубить его. С одной стороны стратегия важна и необходима. С другой – традиционный подход к стратегическому планированию работает слабо (или не работает вообще) и не отвечает реалиям сегодняшнего дня, что, кстати, есть главная причина нелюбви наших руководителей бизнеса к стратегическому планированию, которые подспудно все это понимают. Эта самая «нелюбовь» обусловила и общеизвестную и печальную статистику, которую можно напрямую связать со стратегической близорукостью: каждые 5 лет половина компаний исчезает (разоряется, поглощается, продается, переключается на другой бизнес и пр.), а для стран пост-советского пространства думаю эта доля еще выше.

Устаревшее стратегическое планирование уже не вписывается в нынешний быстроменяющийся, сложный, непредсказуемый и двойственный мир VUCA. В этом кроется суть проблемы, каковой, по нашему мнению, является конфликт между традиционными установками, принципами и системами стратегического планирования и уже сильно изменившимся миром. По словам Г. Минцберга с соавторами, «стратегии выполняют для организации ту же функцию, что шоры для лошадей: они не дают им сбиться с пути, но едва ли позволяют увидеть, что творится вокруг» [9, с.25]. Шоры на глазах у стратегов в сочетании с миром VUCA – два ингредиента адского коктейля, который убивает традиционный Стратегический план. И это – главный вызов стратегическому планированию сегодня, из чего, соответственно, проистекает фундаментальный вывод: стратегическое планирование должно меняться, иначе оно дискредитирует себя окончательно.

Ну, и последний гвоздь в крышку гроба традиционного стратегического планирования забивают так называемые Черные лебеди – непредвиденные, аномальные события огромной силы воздействия. Черный лебедь – это атрибут информационного бизнеса, (каковых сегодня стало по сути большинство) и случается он все чаще. Нассим Талеб – автор этого понятия – утверждает, что «не смотря на прогресс и прирост информации, – или, возможно, из-за прогресса и прироста информации, – будущие события все менее предсказуемы» [10, с.30]. А, если так, то это опять-таки выбивает почву из-под ног традиционного стратегического планированию, которое как раз *исходит* из предсказуемости будущих событий.

Генри Минцберг с соавторами в уже упоминавшейся выше книге с говорящим названием «Стратегическое сафари. Экскурсия по дебрям стратегического менеджмента» описал десять школ стратегического планирования, которые сложились в мире. Не вдаваясь в детали отличий этих школ между собой (а эти отличия очень трудно обнаружить неподготовленному читателю, почему, кстати говоря, я не рекомендую этот фундаментальный труд своим студентам программ MBA), подчеркну главную коллизию, анализируемую в этой монографии, а именно – соотношение плана и свободы, наличие или отсутствие стратегии. И, исходя из собственного решения этой коллизии, менеджеры делятся на два лагеря: сторонники скрупулезного, тщательного планирования и приверженцы идеи «спонтанной» стратегии и даже вовсе ее отсутствия («отсутствие стратегии как благо»). Сами же авторы ищут спасение в синтезе двух подходов, когда компании используют различные подходы, вплоть до взаимоисключающих.

Однако, проанализировав все эти школы стратегического планирования, авторы так и не смогли понять *как* формируется стратегия. Более того, пришли к выводу, что формирование стратегии как целостность «мы так никогда и не поймем». Сравнивая стратегию с шорами для лошади, которые не дают сбиться с пути, но и, одновременно, не позволяют видеть что творится вокруг, они приходят к довольно двусмысленному убеждению в «жизненно важном

значении для организации как наличия стратегии (и стратегического управления), так и в ее отсутствия» [9, с.25]. Иначе говоря, очень важно когда стратегия есть и когда ее нет. Вот так! Что после этого должно твориться в голове практического менеджера? Вопрос риторический.

Образно рассматривая целостную стратегию в виде слона, а десять школ стратегического планирования – как субъектов, рассматривающих отдельные части этого животного, авторы закончили свой многостраничный труд с извинением в форме стихотворения:

«Решила от стратегии компания плясать.
Таинственного зверя она пошла искать.
Но десять школ закончив,
Не встретили слона.
И с горечью воскликнули:
«О ужас! Слепота!» [9, с. 344].

Такой «разброд и шатание» в стане стратегических школ дезориентирует практических менеджеров и сеет смуту в их головах. И одновременно четко сигнализирует об одном – нужна трансформация стратегического планирования.

Таким образом, мы выделяем следующие пять наиболее явных общих вызовов, которые брошены современным миром VUCA традиционному менеджменту:

- Тормозящая иерархия;
- Немотивированный персонал;
- Ограничения харизматичного лидера;
- Устаревшая конкурентоспособность;
- Провальные стратегические планы.

Поиск решений этих проблем приводит нас к управленческим инновациям, которые также явно начали формироваться в недрах современного менеджмента. Модель трансформации бизнеса – один из ответов на этот вызов сегодняшнего дня. Этот результат многолетней работы автора в бизнесе и один из итогов его исследования представлен на рисунке 1:

Модель трансформации бизнеса

Восемь драйверов успеха



Автор: Дзат АЙСЕРКЕЕВ

Рисунок 1 – Модель трансформации бизнеса

Название и содержание Модели определяют ее назначение – перезагрузить бизнес, придать ему новый импульс к развитию, а в конечном счете – сформировать новую отрасль и стать ее лидером. Реализация Модели предполагает два блока аналитической работы: «*Стратегические цели*», т.е. какой хочет стать компания в перспективе и «*Стратегический инструментарий*», т.е. как она собирается это сделать.

Рассмотрим последовательно каждый драйвер Модели:

1. *Прогноз рынка и отрасли* – это мозговой штурм, целью которого является представить будущее рынка и отрасли. Смысл этой работы, думаю, разьяснять не стоит. От нее зависит насколько компания будет готова ответить вызовам завтрашнего дня и, вообще, существование ее в будущем.

2. *Ценность для потребителя* – это то, чем занимается компания, кто ее целевые потребители и какую ценность они от нее получают.

3. *Ключевая компетенция* – умение создавать уникальную ценность для потребителя, делать что-то, что никто больше не делает (или умение делать что-то лучше других), обеспечивающее конкурентное преимущество. Ключевая компетенция, которая определяется на данном этапе работ, есть необходимое условие «попадания» в будущее, поскольку именно она дает конкурентное преимущество. Как говорил Аристотель Онассис: «Весь секрет бизнеса в том, чтобы знать что-то такое, чего не знает больше никто».

4. *Стратегическое намерение* – это общее заявление чем хочет стать организация в конце планируемого периода и какое место в отрасли она хотела бы занять. Это – мечта, заряжающая энергией всю компанию.

5. *Адаптивное лидерство* – это новый тип лидерства. В отличие от традиционного понимания, когда харизматичный лидер определяет цель и ведет за собой массы (как пел В. Высоцкий, «жираф большой, ему видней»), адаптивное лидерство полагается на интеллектуальную и эмоциональную энергию *всего* персонала. Эта необходимость продиктована новой бизнес-реальностью (все тот же мир VUCA), где разобраться в одиночку не под силу даже самому «большому жирафу». Лидерство должно меняться, и это становится вопросом выживания на конкурентных рынках.

6. *Горизонтально-циклическая орг. структура* – новый (процессный) подход к организационной структуре, из которой ясно видно как функционирует компания (в отличие от традиционной схемы орг. структуры, где видно только кто кому подчиняется), а именно:

- Цепочка создания ценности для потребителя, в которой участвуют подразделения компании;

- «Конечный результат» каждого структурного подразделения (СП) и каждой категории сотрудников;

- Их Ключевые компетенции (каждого СП и каждой категории сотрудников).

Правильно разработанная Циклическая орг. структура вносит ясность в головы всего коллектива и кардинально меняет компанию с точки зрения ее эффективности. Мы получаем совсем другую компанию с другим менеджментом и персоналом, которые полностью вовлечены в развитие организации и работают продуктивно.

7. *Ресурсные рычаги* – опять аналитическая работа управляющей команды по их поиску. Ресурсный рычаг – это способ достижения *большого* результата с меньшими затратами («малой кровью»), т.е. с минимальными затратами финансовых, *временных* или иных ресурсов. Яркий пример ресурсного рычага описал Гарри Хэмел в своей книге «Манифест лидера». Во время вьетнамской войны американцы никак не могли понять как их врагам-партизанам удается быстро и незаметно перебрасывать через глубокие и широкие реки своих солдат и технику. Все возможные средства переправы (мосты, понтоны и пр.) уже разбомбили, и их отсутствие американские летчики подтверждали во время своих разведывательных полетов. Уже многие годы спустя после войны секрет был раскрыт ветераном вьетнамской армии: партизаны строили мосты полметра ниже уровня воды и ночью по колено в воде преодолевали реку. Какие ресурсные рычаги (финансовые, технологические, кадровые и пр.)

может использовать компания для успешного развития и эффективной работы? Ответ на этот вопрос и дает данный мозговой штурм.

8. *Сильная и конструктивная корпоративная культура* – этот драйвер направлен на определение необходимых компании ценностей, которые трансформируясь в убеждения, обеспечивают нам нужные модели мышления и поведения менеджмента и персонала. Проще говоря, культура становится главным фактором поведения сотрудников и абсолютным источником конкурентного преимущества (поскольку она не копируется). Культура – это главный императив менеджмента 21-го века и ничто не имеет такого конкурентного потенциала как сильная и конструктивная корпоративная культура.

Таковы кратко восемь драйверов по Модели трансформации бизнеса. Каждый из них имеет специально разработанную технологию, которая позволяет максимально эффективно провести мозговой штурм. Результаты работы на каждом этапе в совокупности формируют Стратегический план, который по своему содержанию и методике нацелен не на цифры производственного плана, а на развитие компании. Модель систематизирует работу компании и выводит ее на новый уровень организационного развития, обеспечивая ей ясное позиционирование и лидерство в отрасли по определенному стратегическому показателю или их совокупности.

И в заключении, нужно особо подчеркнуть ту мысль о глубинном изменении сути менеджмента, о которой сказано в аннотации к настоящей статье. Суть менеджмента со времен основателя классической школы управления Анри Файоля (Henri Fayol) трактовалась так: «*Достигать свои цели чужими руками*». Отсюда и пять основных функций менеджмента – планирование, организация, распоряжения, координация и контроль – и четырнадцать принципов управления, включая единоначалие, централизацию и иерархию. Как было показано выше, в сегодняшнем мире VUCA все это совершенно перестало работать, а те организации, которые продолжают исповедовать административно-командные методы управления, неизбежно сползают к пропасти. Сегодня суть менеджмента следует формулировать по-иному: «*Достигать наши цели нашими руками*». Вовлечение всего персонала, использование коллективного разума, гибкие (горизонтальные) организации, адаптивное лидерство – вот императивы современного менеджмента, который все более захватывает умы и практику лидеров 21-го века.

Список использованной литературы:

1. Палмизано, Самьюэл. *Глобально интегрированное предприятие. Россия в глобальной политике*, №3, 2006, с.106-116.
2. Хайам, Омар. *Рубаи. Перевод с таджикского (фарси). Сталинобад: Таджикгосиздат, 1957.*
3. Блог ленивого инвестора: <https://smfanton.ru/nuzhno-znat/uorren-baffet.html> .
4. Ламбен Ж.-Ж. *Стратегический маркетинг. Европейская перспектива*. СПб.: Наука, 1996. – 589 с.
5. Хендерсон Брюс Д. *Продуктовый портфель // Бостонская консалтинговая группа BCG Review : Дайджест*. – М.: 2008. – Вып. 2. – с. 7-8.
6. Хамел Гари, Прахалад К. К. *Конкурируя за будущее. Создание рынков завтрашнего дня*. М.: Издательство Олимп-Бизнес, 2002. – 288 с.
7. Друкер Питер. *Практика менеджмента / Пер. с англ.* - М.: ИД Вильямс, 2007. – 400 с.
8. Генчой, Алексей. *Рассказы буддийского монаха. Будь готов изменить свои цели, но никогда не изменяй свои ценности*. М.: Издательские решения. – 2018г. – 217с.
9. Минцберг, Генри. *Стратегическое сафари: Экскурсия по дебрям стратегического менеджмента*. М.: Альпина Паблишер, 2013. – 367 с.
10. Талеб, Нассим Николас. *Черный лебедь. Под знаком непредсказуемости*. – 2-е изд., доп. / Нассим Николас Талеб ; Пер. С англ. – М.: КоЛибри, Азбука-Аттикус, 2017. – 736 с.

Ж.К.Закиева¹ Р.Жейлитбаева¹

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

АНАЛИЗ ИННОВАЦИОННОЙ СРЕДЫ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация

В современных рыночных условиях для обеспечения конкурентоспособности любой организации, способность к инновациям выступает в качестве законного спроса времени. Организации достигают конкурентного преимущества за счет инноваций, которые включают в себя: новые технологии, новые способы маркетинга, производства или доставки и улучшения соответствующих услуг; новые или изменяющиеся потребности заказчиков и т.д. Инновационная деятельность отличается комплексностью, а, следовательно, для осуществления оперативного управления ею необходимы механизмы взаимодействия между различными структурными подразделениями, вовлечёнными в инновационный процесс. Одним из таких механизмов является анализ инновационной среды. Особенностью анализа инновационной среды как инструмента управления развитием предприятия является концентрация на выявлении тенденций и динамики развития, что отличает его от контроллинга, нацеленного на результат. Оценка структуры инновационной среды предприятия позволит, прежде всего, проанализировать финансовую способность предприятия к инновационному развитию, проконтролировать правильность выбранного направления развития с позиций современного и дальнейшего финансового состояния предприятия.

Ключевые слова: инновации, инновационное развитие, инновационная среда предприятия, контроллинг, конкурентоспособность, предприятие, конкурентное преимущество.

Ж.К.Закиева¹ Р.Жейлитбаева¹

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

ӨНДІРІСТІК КӘСІПОРЫННЫҢ ИННОВАЦИЯЛЫҚ ОРТАСЫН ТАЛДАУ

Аңдатпа

Қазіргі нарықтық жағдайда кез-келген ұйымның бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз ету үшін жаңашылдық қабілеті уақыт талабына сай әрекет етеді. Ұйымдар инновациялар арқылы бәсекелік басымдылыққа қол жеткізеді, оған мыналар кіреді: жаңа технологиялар, маркетингтің жаңа тәсілдері, қызметтерді ұсыну және ілеспе қызметтерді жетілдіру; клиенттің жаңа немесе өзгеретін қажеттіліктері және т.б. Инновациялық қызмет күрделі, сондықтан оны жедел басқаруды жүзеге асыру үшін инновациялық процеске қатысатын әртүрлі құрылымдық бөлімшелер арасындағы өзара әрекеттестік тетіктері қажет. Осындай тетіктердің бірі - инновациялық ортаны талдау. Кәсіпорынның дамуын басқару құралы ретінде инновациялық ортаны талдаудың ерекшелігі оның даму үрдісі мен динамикасын анықтауға шоғырлануы болып табылады, ол оны нәтижеге бағытталған бақылаудан өзгешелейді. Кәсіпорынның инновациялық ортасының құрылымын бағалау, ең алдымен, кәсіпорынның инновациялық дамуға деген қаржылық қабілеттілігін талдауға, дамудың таңдалған бағытының дұрыстығын

кәсіпорынның қазіргі және одан әрі қаржылық жағдайы тұрғысынан тексеруге мүмкіндік береді.

Түйін сөздер: инновация, инновациялық даму, кәсіпорынның инновациялық ортасы, бақылау, бәсекеге қабілеттілік, кәсіпорын, бәсекелестік артықшылық.

Z.Zakiyeva¹ R.Zheylitbaeva¹

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

ANALYSIS OF THE INNOVATIVE ENVIRONMENT OF THE INDUSTRIAL ENTERPRISE

Abstract

In modern market conditions ensuring the competitiveness of any organization needs innovations, the ability to innovate acts as a legitimate demand of time. Organizations achieve competitive advantage through innovation, which includes: new technologies, new ways of marketing, manufacturing or delivering and improving related services; new or changing customer needs, etc. Innovative activity differs integrated approach, and, consequently, mechanisms of interoperability are necessary for realization of operative management of her between the various structural divisions involved in innovative process. One of such mechanisms is the analysis of the innovative environment. Feature of the analysis of the innovative environment as tool of management of progress of the enterprise is concentration on revealing of tendencies and dynamics of progress that distinguishes it from the controlling aimed at result. The assessment of structure of the innovative environment of the enterprise will allow to analyze, first of all, financial capacity of the enterprise to innovative progress, to check correctness of the chosen direction of progress from positions of a modern and further financial condition of the enterprise.

Keywords: innovation, innovative development, innovative environment of the enterprise, controlling, competitiveness, enterprise, competitive advantage.

В современных условиях динамично изменяющиеся внешние и внутренние условия деятельности предприятий требуют разумно подходить к выбору стратегий инновационного развития и поиску методов последовательной реализации данных стратегий. Управление инновационным развитием предусматривает способность объективно оценивать сложившиеся тенденции развития, формулировать целевые ориентиры и определять требуемые инвестиции для их достижения. Методы и инструменты инновационного управления на предприятиях должны быть направлены на подчинение текущих решений задачам перспективного развития. Эффективное управление предприятием предусматривает полное единство оперативных и стратегических решений в инновационном развитии, оперативных действий и стратегического мышления [1].

Инновационные процессы включают работу по созданию новых видов продукции или улучшение качества уже выпускаемых товаров, совершенствование форм и способов организации производства, их доставки и реализации. Развитие организации и укрепление ее позиций на рынке – главная цель инновационной деятельности внутри компании [2].

Если компания проводит такие внедрения, следовательно, имеется ряд целей и формирует задача их достижения для удовлетворения внутренних потребностей. Это – инновационные решения в увеличении качества производства за счет модернизации всех работающих структур, стимулирование интеллектуального и научно-технического ресурсов, увеличение объемов производства и продаж товаров или услуг с качественно новыми показателями [3].

Для этого важно учитывать факторы, влияющие на развитие инновационного потенциала предприятия. Оценить факторы, влияющие на инновационный потенциал предприятия, можно

с помощью анализа, позволяющего соотнести степень готовности компании к применению новых технологий. Научно-техническая база, наличие квалифицированных кадров в сочетании с инвестиционной политикой формируют тот потенциал предприятия, который генерирует инновационные идеи и формирует структуру работы. К этому процессу подключаются многие сегменты компании, в частности, образовательный и финансовый. Образовательный сегмент создает идеи, которые в конечном счете превратятся в новый, современный, ни на что не похожий продукт, разработку и производство которого оплачивает финансовый департамент компании.

На предприятии должны быть хорошо налажены связи с внешним миром, поскольку в современных конкурентных условиях рынка очень важно оперативно реагировать на изменения вокруг. Умение правильно оценить обстановку и принять верное решение – основной залог руководства для сохранения инновационного потенциала. В ином случае внедрение инноваций может быть замедлено, неэффективно организовано или совсем отсутствовать. Это может привести к тому, что роль компании на рынке будет снижена, а желаемые позиции будут утрачены или просто не достигнуты.

Текущая политика компании придерживается соблюдения определенных правил и методов. Она предусматривает полное использование всех имеющихся ресурсов. Большое значение имеет способность руководящих структур проанализировать существующие данные и приложить все усилия, подключить творческие и аналитические способности на реализацию задуманных проектов. На потенциал предприятия оказывают влияние следующие факторы:

- коммуникации с внешней средой;
- свойства и особенности производимой продукции;
- сроки годности товара;
- обработка и контроль информации о состоянии дел на рынке инноваций и рынке в целом;
- доля практических интересов компании;
- потенциал маркетинговых и управляющих структур;
- кадровая политика в отношении квалифицированного и технически образованного персонала, задействованного во внедрении инноваций;
- технические параметры используемого оборудования;
- микроклимат на предприятии.

В Казахстане темпы инновационного развития сравнительно низкие, что обусловлено многими факторами. Тем временем рынок ждет появления товара или услуги, созданной на основе современных достижений науки при внедрении новейших методов производства.

Формирование инновационного потенциала и проявление инновационной активности возможно лишь при определённом состоянии отдельных факторов его внутренней среды, составляющих среду инновационного развития (инновационную среду предприятия). Часто инновационная среда – среда, которая имеет возможность сформироваться и в дальнейшем служить источником инновационного и технологического развития только при наличии четырёх элементов: науки, крупного частного капитала, современно оснащённых многопрофильных предприятий, большого числа высококвалифицированных инженеров и рабочих. Однако инновационная среда в таком толковании имеет внешний характер [4]. Внутреннюю инновационную среду целесообразно разделить на три аспекта: финансовую, операционную и управленческую деятельность организации [5].

Такое представление структуры инновационной среды предприятия задаёт последовательность диагностики. Для каждой составляющей инновационной среды необходимо определить список наиболее значимых «критических» факторов (Рисунок 1). Различные факторы обуславливают применение различных соответствующих подходов к анализу. Для каждого фактора формируются некоторые критерии, как численные выражения, либо, в случаях качественной оценки, определительные описания.

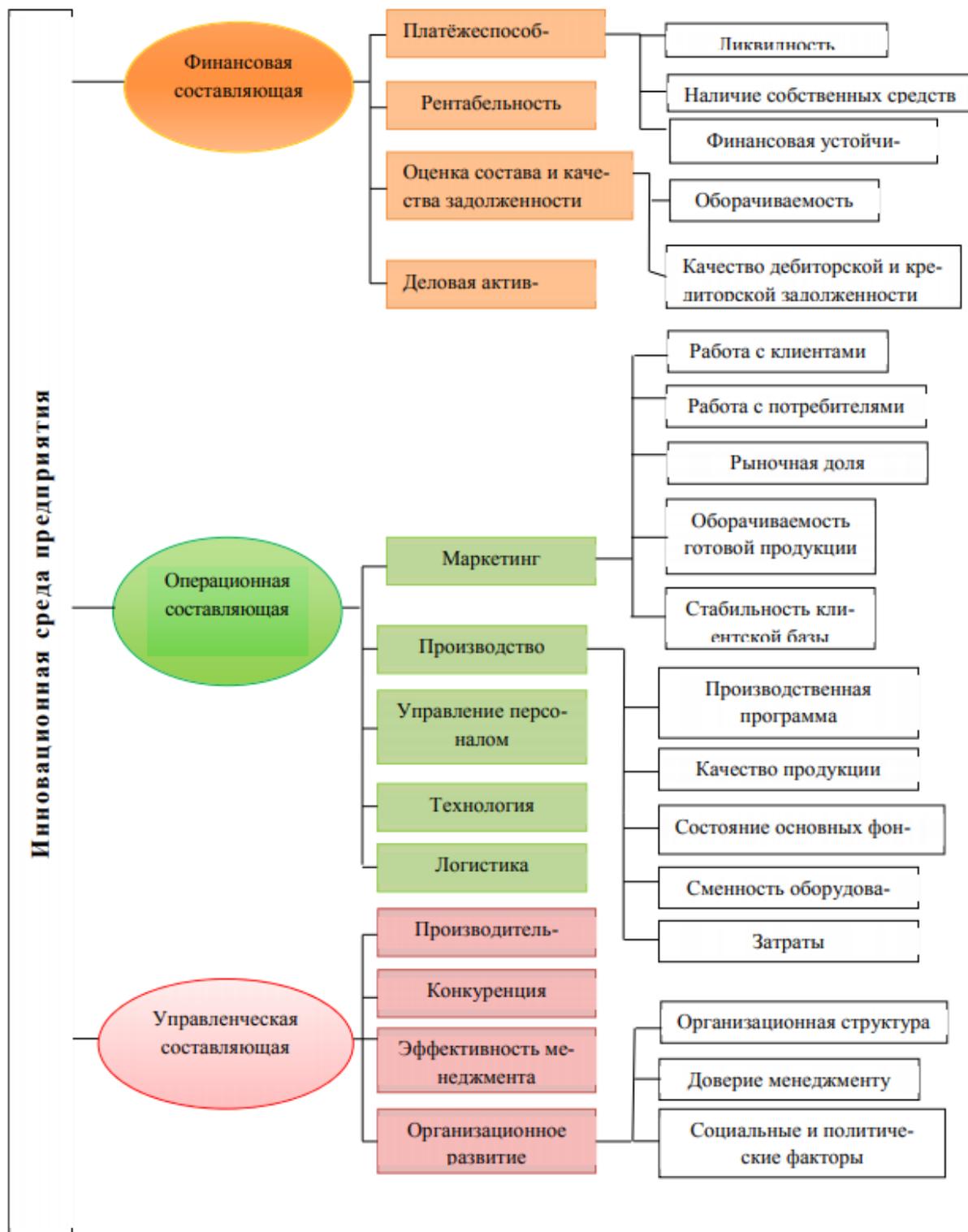


Рисунок 1. Иновационная среда предприятия

Примечание – приведено из источника (разработано Саликовым Ю.А., Кулдошиной Е.О)

Критерии должны адекватно отражать состояние и результаты деятельности, обладать актуальностью. Важно, чтобы можно было отслеживать статику и динамику инновационной среды на основе критериев. Для проведения адекватной оценки диагностика должна быть направлена на выявление проблем, характерных для данной стадии жизненного цикла предприятия. Конечный результат проведённого анализа факторов должен быть представлен

в удобном и наглядном виде. Поэтому необходимо разбиение всех значений каждого критерия на три части. Верхний диапазон – отсутствие в инновационной среде проблем для данного вида сферы деятельности, вторая часть – наличие в инновационной среде проблем лёгкой степени. Нижний диапазон значений – негативное состояние инновационной среды [6].

Рассмотренная методика анализа инновационной среды по трём аспектам (финансовой, операционной и управленческой составляющим) позволяет предприятиям объективно оценивать сложившиеся тенденции развития, формулировать целевые ориентиры и определять требуемые инвестиции для их достижения. Анализ факторов внешнего окружения, активное внедрение инновационных подходов в производственной деятельности и процессах управления может способствовать укреплению позиций казахстанских предприятий.

Список использованной литературы:

1. Федина Е.А. *Фундаментальные и прикладные исследования в современном мире*. 2013. Т. 2. № 04 (04). С. 116–121.
2. Киселева И.А., Симонович Н.Е. *Инновационные методы принятия решений в условиях рисков: психологические аспекты // Аграрное образование и наука*. 2016. № 2. С. 35.
3. *Риск – менеджмент инвестиционного проекта: учебник под ред. М.В. Грачевой и А.Б. Секерина*. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. 544 с.
4. Шепелев Г.В. *Проблемы развития инновационной инфраструктуры // Наука и инновации в регионах России URL: <http://regions.extech.ru/left menu/shepelev.php> (дата обращения 12.04.2020)*
5. Макарова П.А., Флуд Н.А. *Статистическая оценка инновационного развития // Вопросы статистики*. 2008. № 2.
6. Саликов Ю.А., Кулдошина Е.О. *Анализ инновационной среды промышленного предприятия // Вестник Воронежского государственного университета инженерных технологий*. 2016. №1. С. 233–236.

МРНТИ 06.73.55

К.Р. Касенов¹ А.Е. Сейсенбеков¹

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

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ДОСТАВКАМИ БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ С ОНЛАЙН ИДЕНТИФИКАЦИЕЙ КЛИЕНТОВ

Аннотация

В статье говорится об инновационных способах введения интерактивных технологии в банковские секторы обслуживания в Казахстане. Раскрываются способы улучшения доставки клиентам банковских продуктов с помощью ИТ приложения в режиме онлайн, которые дадут возможность ускорять и ратифицировать процесс доставки, при этом эффективно расходуя время и экономя ресурсы. Приведен наиболее доступный разбор и последовательность процессов со всеми преимуществами и отличиями данного продукта.

А также описаны типы систем доставки которые могут варьироваться в широких пределах. Указаны отличия систем доставки банковских продуктов, существенные изменения технологии и совершенствования маркетинга как науки. Разобраны системы доставки банковских продуктов, отличие друг от друга своим размером, типом предоставляемых услуг и способом их оказания. Приведены примеры осуществления данной услуги. Приведен пример реализации всех этапов бизнес-процесса, с возможностью сокращения затрат и

повышения уровня компетенции задействованных в этом процессе участников. Отличия в выполняемых функции обусловлены структурой реализуемого бизнес-процесса, уровнем обучения сотрудников и привлечением информационно-технологических средств. Происхождение повышения значимости и расширение функциональных возможностей лица, доставляющего банковскую карту.

Ключевые слова: Онлайн идентификация, ИТ, банковские карты, доставка, интерактивные технологии, автоматизация.

К.Р. Касенов¹ А.Е. Сейсенбеков¹

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

КЛИЕНТТЕРДІ ОНЛАЙН СӘЙКЕСТЕНДІРУ АРҚЫЛЫ БАНК ӨНІМДЕРІН ЖЕТКІЗУДІ БАСҚАРУДЫҢ КЕЙБІР АСПЕКТІЛЕРІ

Аңдатпа

Мақалада инновациялық тәсілдердің көмегімен интерактивті технологияларды Қазақстанның банк секторларына енгізу жолдары келтірілген. Тұтынушыларға банктік өнімдерді жеткізуді жетілдіру мақсатында, онлайн тәртіптемесінде ИТ бағдарламаларды қолдану арқылы, жеткізу үдерісін тездету және ратификациялау көмегімен қорларды үнемдей отырып, жеткізуге кетірілетін уақытты үнемдеу тәсілдері көрсетілген. Мүмкіндігінше қолайлы талдау мен үдерістердің дұрыс бағыттағы реттілік пен айырмашылығы келтірілген.

Сондай-ақ, ол әр түрлі болуы мүмкін жеткізу жүйелерінің түрлерін сипаттайды. Банк өнімдерін жеткізу жүйелеріндегі айырмашылықтар, технологиядағы маңызды өзгерістер және ғылым ретінде маркетингтің жақсаруы көрсетілген. Банк өнімдерін жеткізу жүйелері, олардың мөлшері, көрсетілетін қызметтер түрі және оларды ұсыну тәсілі бойынша бір-бірінен айырмашылығы бар. Бұл қызметті жүзеге асырудың мысалдары келтірілген. Шығындарды азайтуға және осы процеске қатысушылардың құзыреттілік деңгейін арттыруға мүмкіндік беретін бизнес-процестің барлық сатыларын іске асырудың мысалы келтірілген.

Өткізіліп жатқан бизнес-процестің құрылымына, қызметкерлерді оқыту деңгейіне және ақпараттық-технологиялық құралдарды тартуға байланысты атқарылатын функциялардағы айырмашылықтар. Банктік картаны жеткізетін адамның маңыздылығын арттыру және оның функционалдығын кеңейту тарихы.

Түйін сөздер: Онлайн сәйкестендіру, ИТ, банктік карталар, жеткізу, интерактивті технологиялар, автоматтандыру.

K.R.Kasenov¹ A.Y.Seisenbekov¹

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

SOME ASPECTS OF DELIVERY MANAGEMENT OF BANK PRODUCTS WITH ONLINE CUSTOMER IDENTIFICATION

Abstract

The article reveals the innovative ways of introducing interactive technologies into banking services sectors in Kazakhstan. Methods for improving the delivery of banking products to customers are presented by using an online IT application, which will make it possible to speed up and ratify the delivery process, while effectively spending time and saving resources. The most

accessible analysis and sequence of processes with all the advantages and differences of this product is given.

It also describes the types of delivery systems that can vary widely. The differences in the delivery systems of banking products, significant changes in technology and improving marketing as a science are indicated. Disassembled the delivery systems of banking products, the difference from each other in its size, type of services provided and the way they are provided. Examples of the implementation of this service are given. An example of the implementation of all stages of a business process is presented, with the possibility of reducing costs and increasing the level of competence of the participants involved in this process.

Differences in the functions performed due to the structure of the ongoing business process, the level of training for employees and the involvement of information and technological tools. The origin of increasing the importance and expanding the functionality of a person delivering a bank card.

Key words: Online identify, IT, bank cards, delivery, interactive technologies, automation.

Глобальные экономические кризисы поставили перед нами новые задачи и привели к растущему участию государства в экономике в результате его политики, направленной на обеспечение людей необходимой социальной защитой. Негативным эффектом высокой активности правительства является нежелание населения и бизнеса изменить свое поведение в качестве экономических агентов перед лицом текущих рисков и вызовов. Однако цифровая революция перед нами подтолкнула Казахстан включить цифровизацию в свой план развития в качестве государственной политики.

Одним из приоритетов развития Банка является укрепление цифровой структуры его продуктов и бизнес-процессов, что позволяет ему значительно развивать услуги Банка и оптимизировать его временные и финансовые ресурсы [1].

Доведение банковской продукции до потребителя является одной из важнейших задач маркетинга. От качества решения этой задачи в полной мере зависит успех деятельности компании. Процесс доведения услуг до потребителя решается посредством функционирования так называемых систем доставки.

Типы систем доставки могут варьироваться в широких пределах. До недавнего времени все системы доставки банков базировались только на отделениях банков. Однако в последнее время в связи с внедрением в банковское дело технологии и совершенствования маркетинга как науки начали существенно изменяться виды систем доставки. Системы доставки банковских продуктов отличаются друг от друга своим размером, типом предоставляемых услуг и способом их оказания. Как правило, доставка карты осуществляется с помощью сторонней курьерской службы. Что позволит реализацию всех этапов бизнес-процесса банком самостоятельно с целью сокращения затрат и повышения уровня компетенции задействованных в этом процессе участников [2].

Краткое описание процесса:

Уникальный для финансового рынка продукт:

- Возможность оперативно доставить продукты банка клиентам (карты, договоры или иные документы) с помощью квалифицированных курьеров;
- Курьер идентифицирует, верифицирует клиента и через специальное мобильное решение в режиме онлайн передает информацию в банк, для сверки;
- При необходимости курьер проконсультирует клиента о продукте.

Преимущества процесса:

- Конкурентная стоимость;
- Технологичность: быстрая отладка взаимодействия по API;
- Широкая география: доставка осуществляется в более чем 18 регионах РК;
- Надежность: все курьеры являются материально ответственными лицами и имеют большой опыт доставки.

Преимущества для банка

- Перевод обслуживания клиентов в дистанционные каналы;
- Расширение географии присутствия;
- Сокращение АХР на взаимодействие с клиентом и его обслуживание;
- Повышение конкурентоспособности банка.

Отличия

- Все данные со смартфона курьера моментально передаются на сервер банка по защищенным каналам связи. На смартфоне курьера персональные данные клиентов банка не сохраняются;

- При доставке производится фиксация места вручения банковского продукта с помощью геолокации;

- Предоставление банку специально обученных Мобильных Консультантов, которые выполняют функции курьера, а также имеют возможность проконсультировать клиента по банковским продуктам банка и актуальным предложениям. Данное лицо уже становится не просто курьером, передавшим карту и пожелавшим «доброго дня», а представителем банка, способным взаимодействовать с клиентом [3].

Все Мобильные Консультанты будут выполнять требования, стандарты и предписания Банка, консультировать клиентов по услугам Банка и проводимым акциям. Благодаря использованию единого информационного центра моментальное решение всех проблем, которые могут возникнуть при доставке карт клиентам. Оперативное информирование банка обо всех проблемных ситуациях, возникших при доставке карт.

Большинство БВУ тестирует доставку банковских карт клиентам на дома уже имеют подобные сервисы по доставке карт. Сейчас клиентам доставляются кредитные/дебетные продукты. Доставку можно заказать на дом через интернет-банк, мобильный банк, КЦ, через сайты БВУ. Таким образом верификация личности клиента будет производиться дистанционно [3].

Лицо, доставляющее банковскую карту, является одним из наиболее важных каналов коммуникации с клиентом. Для того чтобы данное лицо имело возможность доставить банковскую карту и PIN-конверт, оно должно обладать высоким уровнем доверия, а также правом осуществлять идентификацию клиента. Наделение сотрудника сторонней организации подобными полномочиями не способствует повышению уровня безопасности и доверия со стороны клиента. Но передав такие права сотруднику банка, можно не только удостовериться в надежности бизнес-процесса, но и расширить функциональные возможности всего процесса доставки [4].

Отличия в выполняемых функциях обусловлены структурой реализуемого бизнес-процесса, уровнем обучения сотрудников и привлечением информационно-технологических средств. Иными словами, происходит повышение значимости и расширение функциональных возможностей лица, доставляющего банковскую карту. Данное лицо уже становится не просто курьером, передавшим карту и пожелавшим «доброго дня», а представителем банка, способным взаимодействовать с клиентом [5].

Вариантами функциональной роли такого лица могут быть следующие. Главным КРІ, отражающим эффективность затрат на бизнес-процесс, является стоимость доставки одной карты. При дополнительном к существующим процессам привлечении разработчиков баз данных (технологическое обеспечение), сотрудников, доставляющих карту, и менеджеров, координирующих работу, диаграмма зависимости стоимости доставки карты от общего количества доставляемых по городу карт в месяц и количества карт, доставляемых одним курьером в день.

Курьер – выполняет исключительно доставку банковской карты и PIN-конверта клиенту и проводит идентификацию/верификацию клиента.

Мобильный консультант – выполняет функции курьера, а также имеет возможность проконсультировать клиента по банковским продуктам банка и актуальным предложениям.

Основа снижения расходов на бизнес-процесс – это опора на существующую инфраструктуру и ресурсы банка. Практически все, что необходимо для реализации бизнес-процесса, в банке уже существует, необходимы к созданию только те элементы, которые связаны с управлением и поддержкой лиц, доставляющих карты:

Организационно штатная структура. Вполне логично было бы предположить, чтобы «курьеры» входили в состав подразделения, ответственного за продажи. Кадровое обеспечение и административно-хозяйственный вопрос являются выполненными пунктами, а офис данной категории сотрудников не нужен. Исключение – помещение для обучения и повышения квалификации.

Информационно-технологическое обеспечение. У кредитной организации есть все необходимые программные лицензии, аппаратное обеспечение, сервера и клиентские места, сотрудники, осуществляющие технологическую поддержку, а также программное обеспечение, способное при дополнительной настройке и, например, совместном использовании с геоаналитическими методами, стать технологической основой для реализации бизнес-процесса [6].

Таким образом, можно сделать вывод, что государственная поддержка малого бизнеса должна реализовываться посредством создания системы государственной поддержки малого и среднего бизнеса. Сегодня мир вступает в эпоху Четвертой промышленной революции, эру глубоких и стремительных изменений: технологических, экономических и социальных [7]. Нужно продолжить работу по сокращению издержек для предпринимателей и населения при государственном администрировании. В связи с этим важно ускорить принятие закона, направленного на дальнейшее дерегулирование бизнеса. Необходимо обеспечить цифровизацию процессов получения бизнесом господдержки с ее оказанием по принципу «одного окна». Требуется решительные действия по улучшению бизнес-климата, особенно на региональном уровне. Правительство должно подготовить новый пакет системных мер по поддержке бизнеса, вывода его из тени. Система государственной гарантии должна реализовываться посредством создания гарантийных фондов на республиканском и региональном уровнях.

Список использованной литературы:

1. Сагадиев К. А., Смагулов А.С., Мырзахметов А.И. «Лизинг в Казахстане: теория и практика». / К. А. Сагадиев., А.С Смагулов., А.И. Мырзахметов - Алматы, 2000. – 202 с.
2. Пласкова Н.С. Финансовый анализ деятельности организации: Учебник. / Н.С Пласкова – Издательство: "Инфра-М, Вузовский учебник", 2016. – 384 с.
3. Банковское дело: Учебник /Под ред. Лаврушина О.И. - М.: Финансы и статистика, 2012 – 800 с.
4. Евдокимова И., Скороходова А. Международный финансовый лизинг // Законодательство и экономика, 1999, №9. - С.64-67.
5. Аскарлова З. Анализ лизинговой деятельности в Казахстане // Транзитная экономика. - №4, 2005 – 63 с.
6. Минаев Д. Новое в банковской деятельности // Вопросы экономики. - №4, 2011 – 160 с.
7. Послание Президента Республики Казахстан Н.А. Назарбаева народу Казахстана «Новые возможности развития в условиях четвертой промышленной революции» 10 Января 2018, Астана.

ЖАС ҒАЛЫМДАРДЫҢ МІНБЕСІ ТРИБУНА МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ

МРНТИ 68.75.01

А.К. Адельбаева¹

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

АЗЫҚ-ТҮЛІК ҚАУІПСІЗДІГІ ЖӘНЕ ОНЫҢ МЕМЛЕКЕТ ҮШІН МАҢЫЗЫ

Аңдатпа

Азық-түлік қауіпсіздігі мемлекеттің әлеуметтік-экономикалық дамуының басты көрсеткіштерінің бірі болып саналады. Азық - түлік қауіпсіздігін қамтамасыз ету-күрделі жаһандық мәселе. Ол ұлттық қауіпсіздік жүйесіндегі орталық проблемалардың бірі болып табылады, өйткені азық-түлікпен сенімді қамсызданбаған бір де бір ел басқа мемлекеттерге деген тәуелділікті жоя алмайды. Бұл ретте даму деңгейі азық-түліктің қол жетімділігімен ғана шектелмейтін, атап айтсақ азық-түліктен басқа заттардың барлығы қымбат бірқатар елдер бар. Сонымен қоса табысы жоғары бірақ азық – түлік бағасы өте жоғары болып келетін мемлекеттер бар, олардың жалақысы жақсы болғанмен тұтыну тамақтары қымбат болса, азық-түліктің қолжетімділігі кедей елдерге қарағанда төмен болуы мүмкін. Бұдан басқа, азық-түлік қауіпсіздігі мәселесіне тек бағалар ғана кірмейді, онымен қоса нарықтағы азық – түліктің қажетті мөлшерінің болуы, ассортименті және және қандай да бір дағдарыстық ауытқулар жағдайында нарықтың құлдырау ықтималдығы да кіреді. Мақалада азық – түлік қауіпсіздігінің сұрақтары қарастырылған.

Түйін сөздер: азық – түлік қауіпсіздігі, нарық, рейтинг, елдер, индекстер, қол жетімділік.

A.K. Adelbaeva¹

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

FOOD SECURITY AND ITS IMPORTANCE TO THE STATE

Abstract

Food security is considered one of the main indicators of socio-economic development of the state. Food security is a complex global issue. It is one of the Central problems in the national security system, because without a reliable food supply, no country can escape dependence on other States. At the same time, the level of development is not always correlated with the availability of food: there are a number of countries that are expensive for life, in which everything is expensive except food. At the same time, there are a number of developed countries where people have fairly high incomes, but food prices are also high, so food availability may be lower than in poorer countries. In addition, the concept of food security includes not only prices relative to income, but also the availability of the required number of products on the market, the variety of assortment and the probability of the market to become empty in the event of any crisis fluctuations. The article deals with the issues of food security.

Key words: food security, market, rating, countries, indices, availability.

А.К. Адельбаева¹

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

ПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ И ЕЕ ЗНАЧЕНИЕ ДЛЯ ГОСУДАРСТВА

Аннотация

Продовольственная безопасность считается одним из главных показателей социально-экономического развития государства. Обеспечение продовольственной безопасности - сложная глобальная проблема. Она является одной из центральных проблем в системе национальной безопасности, поскольку без надежного снабжения продовольствием ни одна страна не в состоянии избежать зависимости от других государств.

При этом уровень развития не всегда коррелирует с доступностью продовольствия: есть ряд дорогих для жизни стран, в которых дорого все кроме продуктов питания. В то же время, есть ряд развитых стран, где у людей достаточно высокие доходы, но при этом и цены на продукты высоки, таким образом, доступность продовольствия может быть ниже, чем в более бедных странах. Кроме того, понятие продовольственной безопасности включает в себя не только цены относительно доходов, но еще и наличие необходимого количества продуктов на рынке, разнообразие ассортимента и вероятность рынка опустеть в случае каких-то кризисных колебаний.

В статье рассмотрены вопросы продовольственной безопасности.

Ключевые слова: продовольственная безопасность, рынок, рейтинг, страны, индексы, доступность.

Азық-түлік қауіпсіздігі-қазіргі қоғамның негізгі проблемаларының бірі. Бұл жеке азаматқа да, жалпы мемлекетке де қатысты. Біріншіден, бұл адамның өмір сүруін анықтайтын қажеттіліктерін қанағаттандыру. Екіншіден, ол елдің саяси тәуелсіздігін және экономикалық тұрақтылықты айқындайды. Осылайша, азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз етпейтін мемлекет саяси, экономикалық, ұлттық қауіпсіздікті қамтамасыз ете алмайды.

Елдің экономикалық қауіпсіздігі әр түрлі қызмет салаларының жай-күйімен сипатталады. Оның маңызды құрамдас бөліктерінің бірі елдің азық-түлікпен қамтамасыз етілу деңгейімен, тамақ өнімдерінің сапасымен сипатталатын азық-түлік қауіпсіздігі болып табылады және экономиканың тиімді және тұрақты дамуының негізі болып табылады.

Халықты азық-түлікпен қамтамасыз етуге байланысты проблемалар әрқашан ұлттық саясаттың басым бағыты ретінде болды, ал азық-түлік қауіпсіздігі мемлекеттің өмір сүруі мен тәуелсіздігінің маңызды шарты ретінде қаралды, оны шешу тиімділігіне қоғамдағы әлеуметтік, саяси және ұлтаралық тұрақтылық тәуелді.

"Азық-түлік қауіпсіздігі" термині ғылыми айналымға ХХ ғасырдың 70-ші жж. бірінші жартысында ғана енгізілді (1972-1973 жж. терең астық дағдарысынан кейін), БҰҰ-ның халықаралық азық-түлік және ауыл шаруашылығы ұйымының (ФАО) ұсынымдарынан басшылыққа ала отырып)

Халықаралық аренадағы тұрақсыз саяси жағдай жағдайында азық-түлік тапшылығының проблемалары кез келген елде дағдарысты тудыруы мүмкін, бұл өз кезегінде экономиканың дамуына және халықтың жағдайына әсер етеді. Осыған байланысты мемлекет әлеуметтік тұрақтылықтың негізі болуға тиіс. Елдің импорттық жеткізілімдерге тәуелділігін алып тастау, азық-түліктің меншікті өндірісін дамытуды қамтамасыз ету; экспорт пен импорттың теңгерімді құрылымын, сондай-ақ азық-түлікпен қамтамасыз етуді тұрақтандыру үшін резервтік қорларды құру орынды болып табылады.

Елдің азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз етуді басқару жүйесін жетілдіру дамыған елдердің тәжірибесін пайдалануға, мемлекеттік реттеу әдістерін қолдануға, елдің ауыл шаруашылығы шикізатымен және тамақ өнімдерімен өзін-өзі қамтамасыз етілуін бағалай отырып сыртқы сауда шектеулеріне; нақты тұтынудың ұсынылатын медициналық нормалармен арақатынасына жиі негізделеді; сондай-ақ азық-түлікке қол жеткізу проблемалары, азық-түлік нарығының жай-күйі қаралады.

"Қазақстан Республикасының Ұлттық қауіпсіздігі туралы" заңда "азық-түлік қауіпсіздігі" термині экономиканың жай-күйі ретінде түсіндіріледі, бұл ретте мемлекет халықтың тұтыну мен демографиялық өсудің физиологиялық нормаларын қанағаттандыру үшін жеткілікті сапалы азық-түлік тауарларының физикалық және экономикалық қолжетімділігін қамтамасыз ете алады. [1]

Азық-түлік қауіпсіздігінің элементтері:

- сандық жағынан жеткілікті, қауіпсіз және қоректік тағамға физикалық қол жетімділік;
- халықтың барлық әлеуметтік топтарының тиісті азық – түлік көлемі мен сапасына экономикалық қол жетімділігі
- ұлттық азық-түлік жүйесінің дербестігі және экономикалық дербестігі (азық-түлік тәуелсіздігі);
- сенімділік, яғни ұлттық азық-түлік жүйесінің елдің барлық өңірлерін азық-түлікпен қамтамасыз етуге маусымдық, ауа райы және өзге де ауытқулардың әсерін азайту қабілеті
- ұлттық азық-түлік жүйесі кеңейтілген өндіріс режимінде дамитынын білдіретін тұрақтылық. [2]

Сонымен қатар азық-түлік қауіпсіздігінің деңгейлерін де қарастырсақ болады

Кесте – 1. Азық – түлік қауіпсіздігінің деңгейлері

Деңгей	Мәселені шешетін субъект	Субъект қызметі
Жаһандық	БҰҰ, мамандандырылған органдар (ФАО, ДСҰ, азық-түлік қауіпсіздігі комитеті, Дүниежүзілік банк және т. б.)	Тұрақты экономикалық дамуға жәрдемдесу, аштыққа қарсы күрестің ұзақ мерзімді бағдарламалары, азық-түлік қорларын құру
Субаймақтық	Тиісті органдармен өңіраралық білім беру, форумдар	Тұрақты экономикалық дамуға жәрдемдесу, азық-түліктің сапалы параметрлерін жақсарту
Ұлтаралық (мемлекетаралық)	Аймақтық бірлестіктер және тиісті басқару органдары.	Сауда, баға, стандарттау бойынша келісімдер жасасу жолымен ортақ ынтымақтастық
Мемлекеттік	Үкімет, заң шығару органдары	Азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз ету үшін заңнамалық, нормативтік-құқықтық және ресурстық базаны құру, тиісті қорлар мен олардың резервтерін қалыптастыру азық-түлік сапасының параметрлерін арттыру бағыттарын айқындау

Жергілікті	Аумақтық басқару органдары (облыс, аудан)	Үй шаруашылықтарында табыс табу үшін жағдай жасау. Өнімдермен жабдықтау және сапаны бақылау
Халық топтары	Кірістер тобы бойынша үй шаруашылықтары	Тиімді тамақтануды қамтамасыз ететін табысқа қол жеткізу
Отбасылық	үй шаруашылықтары	Тамақ өнімдерін сатып алу және пайдалану және т. б.

Дерек көзі: [1]

Жаһандық (әлемдік) деңгейде азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз етуге байланысты мәселелер мен проблемаларды халықаралық ұйымдар мен мамандандырылған құрылымдар реттейді. Олардың аса маңызды функциясы-адам өлшеміндегі дамудың қажетті деңгейін қамтамасыз ету мақсатында мемлекеттердің экономикасын тұрақтандыруға жәрдемдесу. Субаймақтық деңгейде ұқсас мәселелер азық-түлікпен қамтамасыз етудің сапалық параметрлерін жақсарту міндеттерін шешетін одақтар мен блоктардың, мемлекеттердің басқа да бірлестіктерінің экономикалық дамуына ықпал ететін тиісті органдар мен форумдармен реттеледі. Мұндай бірлестіктерді қалыптастырудың үлгісі Еуропалық одақ болып табылады. Ұлттық деңгейдегі субъектілерге Үкімет пен заң шығарушы билік органдары жатады. Олардың қызметі экономикалық дамудың тұрақтылығына, мемлекеттік қорларды қалыптастыруға және ішкі азық-түлік нарығындағы сұраныс пен ұсыныстың теңгерімін қамтамасыз етуге бағытталған. Жергілікті деңгейде азық-түлік қауіпсіздігін аумақтық басқару субъектілері (облыс, муниципалитет, аудан) азық-түлікпен жабдықтау, олардың сапасын бақылау және табыс алу үшін халыққа жағдай жасау арқылы қамтамасыз етуі тиіс.

Халықтың топтары деңгейінде азық – түлік қауіпсіздігін айқындайтын Субъект-міндеті ең төменгі тұтыну үшін қажетті табыстармен қамтамасыз етуден тұратын әлеуметтік топтар.

Азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз ететін отбасылық деңгейдегі субъектілер ретінде үй шаруашылықтары әрекет етеді, олардың функциясы азық-түліктерді сатып алу және пайдалану, теңгерімді тамақтануды ұйымдастыру болып табылады.

Азық-түлік қауіпсіздігінің стратегиялық мақсаты ел халқын ауыл шаруашылығы өнімдерімен, шикізатпен және азық-түлікпен сенімді қамтамасыз ету болып табылады. Оған қол жеткізудің кепілі азық-түлік және шикізат ресурстарының ішкі көздерінің тұрақтылығы, сондай-ақ қажетті қорлардың, оның ішінде резервтік қорлардың болуы болып табылады.

Азық-түлік қауіпсіздігінің жай-күйін бағалау халықаралық және ішкі экономикалық деңгейлерде оның сандық өлшемінің объективті өлшемдері мен әдістері жүйесін әзірлеу қажеттілігін айқындайды. Тиісінше азық-түлік қауіпсіздігін анықтау үшін әрбір деңгейде өз өлшемдері мен көрсеткіштері бар.

Сонымен қоса, азық-түлік қауіпсіздігі деңгейі бойынша елдердің рейтингін қарастыруды жөн көрдік. Ол үшін азық – түлік қауіпсіздігі индексіне көз жүгірту абзал.

Азық — түлік қауіпсіздігі индексі (The Global Food Security Index) - бұл жаһандық зерттеу және азық-түлік қауіпсіздігі деңгейі бойынша әлем елдерінің рейтингісі. Американдық трансұлттық Dupon компаниясының қолдауымен The Economist Intelligence Unit Британдық зерттеу компаниясымен шығарылады.

Зерттеу 2012 жылдан бастап жүргізіледі және қазіргі уақытта әлемнің түрлі елдері бойынша азық-түлік қауіпсіздігі жай-күйі көрсеткіштерінің барынша толық кешенін ұсынады.

Кесте – 2. Азық-түлік қауіпсіздігі деңгейі бойынша елдердің 2018 жылғы рейтингі

№	Ел	Бағалық қолжетімділік	Ассортимент	Сапа	Жалпы индекс
1	Сингапур	94.3	81.0	78.1	85.9
2	Ирландия	87.8	83.6	84.8	85.5
3	Ұлыбритания	82.6	88.8	80.4	85.0
4	АҚШ	86.8	83.2	85.4	85.0
5	Нидерланды	82.8	86.1	85.1	84.7
6	Австралия	84.3	82.6	85.4	83.7
7	Швейцария	82.2	86.1	79.8	83.5
8	Финляндия	81.3	84.2	86.0	83.3
9	Канада	81.9	84.4	83.0	83.2
10	Франция	80.5	83.8	86.5	82.9
11	Германия	82.9	83.6	79.7	82.7
12	Норвегия	79.1	84.3	84.5	82.2
13	Швеция	82.0	81.7	83.9	82.2
14	Австрия	83.5	81.3	81.0	82.1
15	Жаңа Зеландия	81.3	81.9	80.1	81.3
16	Дания	82.5	79.0	82.3	80.9
17	Бельгия	81.1	79.0	81.2	80.2
18	Жапония	79.3	80.3	80.2	79.9
19	Португалия	76.7	78.7	87.3	79.3
20	Израиль	78.7	78.0	80.3	78.6
21	Испания	79.2	74.9	83.6	78.0
22	Катар	92.9	62.8	73.0	76.5
23	Италия	79.2	71.6	81.9	76.3
24	Чехия	77.9	75.4	73.7	76.1
25	Оңтүстік Корея	71.9	76.5	82.4	75.6
26	Польша	76.4	75.0	74.1	75.4
27	Чили	76.1	75.5	71.3	75.1
28	Кувейт	84.0	67.5	71.7	74.8
29	Оман	73.1	76.4	71.8	74.4

№	Ел	Бағалық қолжетімділік	Ассортимент	Сапа	Жалпы индекс
30	Венгрия	75.6	70.5	72.0	72.8
31	ОАЭ	87.0	61.2	67.7	72.5
32	Сауд Арабиясы	77.3	68.8	69.9	72.4
33	Греция	69.4	69.2	83.7	71.6
34	Уругвай	71.6	72.4	67.8	71.3
35	Словакия	73.6	69.4	64.6	70.3
36	Коста-Рика	68.8	70.0	69.0	69.3
37	Аргентина	66.7	69.3	74.8	69.2
38	Румыния	67.5	68.8	72.6	68.9
39	Бразилия	70.0	64.6	75.0	68.4
40	Малайзия	71.4	64.1	70.5	68.1
41	Бахрейн	78.3	62.7	55.5	67.8
42	Россия	70.5	61.0	75.2	67.0
43	Мексика	67.4	63.0	73.6	66.4
44	Беларусь	67.6	63.4	67.1	65.7
45	ЮАР	64.7	68.8	58.7	65.5
46	Қытай	65.0	63.1	71.1	65.1
47	Болгария	70.1	60.0	63.2	64.5
48	Турция	65.3	60.9	70.1	64.1
49	Колумбия	65.2	62.5	63.0	63.7
50	Панама	63.0	61.9	59.1	61.9
51	Тунис	55.5	65.5	61.9	60.9
52	Ботсвана	57.2	69.0	47.0	60.8
53	Сербия	63.2	57.4	57.8	59.8
54	Таиланд	64.5	54.7	56.6	58.9
55	Перу	60.1	55.5	64.3	58.7
56	Азербайджан	61.0	61.0	43.4	58.2
57	Қазақстан	65.5	50.5	58.3	57.7
58	Доминикана	54.8	60.1	55.2	57.2
59	Парагвай	57.1	56.8	58.9	57.2

№	Ел	Бағалық қолжетімділік	Ассортимент	Сапа	Жалпы индекс
60	Иордания	55.7	59.3	53.9	57.0
61	Египет	45.2	66.2	56.7	56.3
62	Вьетнам	58.9	53.9	54.2	56.0
63	Украина	54.1	53.8	65.2	55.7
64	Марокко	49.1	59.9	56.4	55.0
65	Эквадор	58.8	51.5	53.6	54.8
66	Индонезия	55.2	58.2	44.5	54.8
67	Шри-Ланка	56.8	53.8	49.5	54.3
68	Сальвадор	55.1	51.6	55.9	53.7
69	Алжир	51.4	52.7	52.4	52.1
70	Филиппины	46.3	55.6	52.9	51.5
71	Гватемала	47.1	54.2	54.7	51.4
72	Никарагуа	52.0	50.1	51.4	51.1
73	Гана	43.3	56.5	54.7	50.9
74	Боливия	53.5	48.5	49.7	50.7
75	Гондурас	45.6	54.2	53.7	50.7
76	Индия	46.4	54.1	48.2	50.1
77	Пәкістан	47.6	50.2	50.0	49.1
78	Венесуэла	44.2	43.2	66.8	47.4
79	Непал	41.6	49.1	48.2	46.0
80	Өзбекістан	42.4	48.7	46.7	45.9
81	Кот-д'Ивуар	40.8	54.3	34.6	45.8
82	Мьянма	37.0	51.4	51.7	45.7
83	Бангладеш	36.5	54.1	30.8	43.3
84	Камерун	35.6	44.7	52.9	42.4
85	Камбоджа	39.4	47.8	34.5	42.3
86	Мали	27.2	54.7	44.1	42.0
87	Кения	38.2	43.7	45.8	41.9
88	Сенегал	26.1	56.3	41.6	41.9
89	Уганда	36.5	45.6	42.0	41.4

№	Ел	Бағалық қолжетімділік	Ассортимент	Сапа	Жалпы индекс
90	Бенин	32.0	49.1	40.9	41.0
91	Тәжікістан	37.4	42.9	42.6	40.7
92	Ангола	31.9	47.3	31.7	38.6
93	Руанда	26.9	47.1	43.4	38.4
94	Того	31.2	48.2	29.7	38.4
95	Лаос	32.9	45.1	33.1	38.3
96	Нигерия	26.5	44.4	49.4	38.0
97	Буркина-Фасо	24.9	50.3	35.9	37.9
98	Танзания	29.5	45.2	33.7	37.1
99	Судан	26.8	40.4	49.3	36.4
100	Эфиопия	26.0	46.1	33.1	36.0
101	Мозамбик	27.0	48.9	16.6	35.0
102	Гвинея	30.8	40.6	29.2	34.9
103	Сирия	25.9	39.5	39.3	34.1
104	Нигер	22.5	45.1	30.2	33.7
105	Замбия	19.9	48.7	27.0	33.7
106	Гаити	28.0	39.6	27.5	33.0
107	Малави	18.0	44.7	34.8	32.4
108	Чад	22.3	38.6	35.2	31.5
109	Сьерра-Леоне	21.8	35.9	29.0	29.2
110	Йемен	29.0	31.0	20.3	28.5
111	Мадагаскар	12.4	42.0	22.5	27.0
112	ДР Конго	14.3	36.1	28.3	26.1
113	Бурунди	14.7	30.0	30.6	23.9

Дерек көзі: [3]

Индекс азық-түлік қауіпсіздігі саласындағы мемлекеттердің саясатын және олардың мекемелерінің жұмыс тиімділігін сипаттайды. Зерттеуде әлем елдерінің азық-түлік қауіпсіздігі көрсеткіштерінің үш негізгі тобына талдау жасалды: Азық-түлікке қол жеткізу және тұтыну деңгейі. Тамақ өнімдерінің болуы және жеткіліктілігі. Тамақ өнімдерінің сапасы мен қауіпсіздігінің деңгейі. Көрсетілген санаттар мәндері екі жылдық кезең ішінде өлшенетін 28 түрлі көрсеткіштерді қамтиды. Есептеу кезінде халықаралық ұйымдар мен ұлттық институттардың деректері пайдаланылады. Көрсеткіштерді талдау негізінде азық-түлік қауіпсіздігі индексі бойынша әлем елдерінің қорытынды рейтингі жасалады. [3]

Жоғарыдағы талдауда 113 елдің көрсеткіштері сарапталған. Көріп отырғанымыздай жоғары санаттағы көреткіштер қатарында Сингапур, Ирландия, Ұлыбритания, АҚШ, Канада, Финляндия және тағы да басқа батыс аймақтағы елдер көш бастап тұр, одан кейінгі орындар Жапония, Оңтүстік Америка елдеріне тиесілі. Ресей 42 орында болса, өз еліміз 57 орынды тұрақтап тұрғанын көреміз. Соңғы орындар Мадагаскар, Конго, Бурунди елдеріне бұйырыпты. Дәл осы тұста, елдің азық – түлік қауіпсіздігі кез келген мемлекеттің әлеуметтік – экономикалық, саяси даму деңгейіне тікелей байланысты екенін аңғарсақ болады.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. Кошебаяева Г.К., Алпысбаяева Н.А., Бирюков В.В. АНАЛИЗ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2018. – № 4. – С. 57-69;

2 .Википедия [Электронный ресурс] . 2019 - URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki> (дата обращения: 03.06.2019).

3. Рейтинг стран по уровню продовольственной безопасности. [Электронный ресурс] . 2019 - URL: <https://nonews.co/directory/lists/countries/global-food-security> (дата обращения: 03.06.2019).

МРНТИ 06.73.65

Б.Т.Кальменов¹

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

ИНДЕКС ДОУ ДЖОНСА: ИСТОРИЯ ПОЯВЛЕНИЯ И МЕТОДИКА РАСЧЕТА

Аннотация

Когда 26 мая 1896 года Чарльз Доу впервые представил свой индекс промышленных акций, состояние фондового рынка никак особенно не описывалось и никаких индикаторов для описания процессов, происходящих на рынке акций, не существовало. Предусмотрительные инвесторы предпочитали облигации, которые приносили заранее известные проценты и были гарантированы имуществом компаний-эмитентов – машинным оборудованием, недвижимостью и другими устойчивыми активами. В противоположность облигациям акции воспринимались в ту пору как "неблагонадежные", рискованные инструменты – в немалой степени благодаря многочисленным спекулянтам.

Сто лет назад даже людям с Wall Street было сложно разобраться в ежедневной путанице и понять, что на самом деле творится на рынке – на четверть или на одну восьмую поднялись акции, падают или топчутся на месте. Чарльз Доу предложил свой фондовый индекс именно для того, чтобы разобраться в этом беспорядке. В начале (в 1884 году) он использовал при составлении индекса одиннадцать акций, большинство из которых являлись акциями первых крупных железнодорожных государственных корпораций.

Ключевые слова: Уолл-стрит, Нью-Йоркской фондовая биржа, . Чарльз Г. Доу, добавления и изъятия, кризис, спекулянты.

Б.Т.Кальменов¹

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

ДОУ ДЖОНС ИНДЕКСІ: СЫРТҚЫ КЕЛБЕТ ТАРИХЫ ЖӘНЕ ЕСЕПТЕУ ӘДІСТЕМЕСІ

Аңдатпа

Чарльз Доу өзінің өнеркәсіптік қор индексін алғаш рет 1896 жылы 26 мамырда енгізген кезде, қор нарығының жағдайы ерекше сипатталмаған және қор биржасында болып жатқан процестерді сипаттайтын индикаторлар болған жоқ. Ақылды инвесторлар алдын-ала қызығушылық тудыратын және шығарушы компаниялардың меншігі - машиналар, жылжымайтын мүлік және басқа да тұрақты активтермен кепілдендірілген облигацияларды артық көрді. Облигациялардан айырмашылығы, сол уақытта акциялар көптеген сенімді алыпсатарлардың арқасында «сенімсіз» тәуекелді құрал ретінде қабылданды.

Жүз жыл бұрын, Уолл-стриттегі адамдар да күнделікті шатасуды анықтау және нарықта не болып жатқанын түсіну қиынға соқты - қорлар төрттен бір немесе сегізден бір сатыға көтеріліп, құлдыраған немесе сол жерде құлаған. Чарльз Доу өзінің қор индексін осы жайсыздықты сұрыптау үшін ұсынды. Басында (1884 ж.) Ол индексті құрастыруда он бір акцияны пайдаланды, олардың көпшілігі алғашқы ірі теміржол мемлекеттік корпорацияларының акциялары болды.

Түйін сөздер: Уолл-стрит, Нью-Йорк қор биржасы., Чарльз Дж. Доу, толықтырулар мен алып қоюлар, кризис, спекулянттар.

B. T. Kalmenov¹

¹*Kazakh national pedagogical university named after Abai
Almaty, Kazakhstan*

RYPTOCURRENCY AND BLOCKCHAIN TECHNOLOGY IN DIGITAL ECONOMY: DEVELOPMENT GENESIS

Abstract

When Charles Dow first introduced his index of industrial stocks on May 26, 1896, the state of the stock market was not particularly described and there were no indicators to describe the processes occurring in the stock market. Prudent investors preferred bonds that brought in advance interest and were guaranteed by the property of the issuing companies - machinery, real estate and other sustainable assets. In contrast to bonds, stocks were perceived at that time as “unreliable,” risky instruments, to a large extent due to numerous speculators.

One hundred years ago, even people at Wall Street found it difficult to figure out the daily confusion and understand what was really happening on the market - stocks rose by a quarter or one-eighth, fall or stomp on the spot. Charles Dow offered his stock index just to sort out this mess. At the beginning (in 1884), he used eleven shares in the compilation of the index, most of which were shares of the first large railway state corporations.

Keywords: Wall Street, New York Stock Exchange., Charles G. Dow, Additions and Withdrawals, crisis, speculator.

Механизмы первых фондовых индексов были продиктованы необходимостью рассчитывать их с помощью карандаша и бумаги: складывать цены и делить на количество акций. Век спустя вряд ли что-то напоминает о таком творческом подходе к школьной арифметике. Но сама идея использования индекса для прояснения долгосрочных тенденций фондового рынка и его краткосрочных колебаний достойна похвалы. Без этих способов, позволяющих простым инвесторам следить за огромным рынком, сегодняшнюю степень финансовой демократии (когда миллионы простых людей активно управляют своими вложениями, и в итоге становятся крупными корпоративными акционерами) трудно было бы представить. [2] После введения весной 1896 года индекса, составленного из акций 12 промышленных компаний, мистер Доу осенью того же года исключил оставшиеся не железнодорожные акции из своего начального индекса и создал индекс 20 железнодорожных акций. Общий промышленный индекс акций появился лишь в 1929 году – более, чем через четверть столетия после смерти Доу (он умер в 1902 году в возрасте 51 года), и в 1970 году Индекс железнодорожных акций был переименован в Транспортный индекс. [1]

Поначалу индекс появлялся нерегулярно, а ежедневная публикация его в The Wall Street Journal началась 7 октября 1896 года. В 1916 году промышленный индекс расширился до 20 акций, в 1928 году количество было увеличено до 30-ти, каким и остается на сегодняшний день. В 1928 году редакторы газеты приступили к расчету индекса, используя другой делитель вместо количества акций во избежание искажений, в тех случаях, когда компании понижают номинал акций или когда одна акция заменяется другой. [3] По привычке этот индекс продолжал восприниматься как "средний".

Сейчас все 30 компаний, акции которых представлены в Dow Jones Industrial Average, являются ведущими в своих отраслях, и большое количество частных и институциональных инвесторов держат именно эти акции. На долю этих 30 компаний приходится около 1/5 рыночной стоимости всех американских акций (8 трлн. долларов) и около четверти стоимости акций, котирующихся на Нью-йоркской фондовой бирже. [5]

Индексы фондовой биржи, подготавливаемые `Доу-Джонс & Ко` и ежедневно публикуемые в `Уолл-стрит Джорнал`. ТЕОРИЯ ДОУ основана на подтверждении изменения основной тенденции рынка, на к-рое указывают И.Д.-Д. для акций промышленных и транспортных компаний[4].

Индекс акций промышленных компаний. И.Д.-Д. для акций промышленных компаний был впервые опубликован 3 июля 1884 г. Чарльзом Г. Доу как индекс акций, являющихся объектом ежедневных сделок. Индекс на момент закрытия биржи для двенадцати активно участвовавших в торгах акций ведущих компаний:

Первый И.Д.-Д. для акций промышленных компаний

Американ Коттон Ойл

Американ Шугар

Американ Тобакко

Чикаго Газ

Дистиллинг & Кэттл Финдинг

Дженерал Электрик

Лэклид Газ

Нэшнл Лед

Норт Американ Ко

Теннесси Айон & Коул

Ю.С. Лезер префед

Ю.С. Раббер

И.Д.-Д. достиг наивысшей точки - 381,17 - 3 октября 1928 г., а низшей точки - 63,90 - 15 декабря 1921 г., 28 октября 1929 индекс Доу-Джонса резко снизился, как и операции рынка в целом. Индекс акций промышленных предприятий снизился почти на 40 и еще на 30 пунктов 29 числа, составив 230,07, что соответствовало 40-процентному падению годового уровня. 8

июля 1932 г. И.Д.-Д. достиг рекордно низкой отметки - 41,22. В 1987 г. индекс Доу упал на 508 пунктов, или на 22,6%, и составил 19 октября 1738,74, что явилось самым сильным потрясением фондового рынка за всю историю. Убытки инвесторов оцениваются в размере свыше 500 млрд дол. Объем торговли на Нью-Йоркской фондовой бирже составил 604330 тыс. акций. [6]

19 октября 1987. г. фондовую биржу охватил кризис. Менее чем за семь часов И.Д.-Д. для акций промышленных предприятий упал на 508 пунктов, или на 23%, что означало сокращение операций с ценными бумагами на бирже на 503 млрд дол. В течение двух месяцев биржевые операции сократились на 1 трлн дол., что соответствовало 984 пунктам индекса Доу, или 36%. Компьютеры Нью-Йоркской фондовой биржи были перегружены, поскольку в торгах участвовало 604 млн акций. 24 августа 1989 г. индекс Доу, составивший 2734,64 пункта на конец биржевого дня, побил свой старый рекорд - 2722,42 от 28 августа 1987 г. [7]

При составлении списков компаний редакторы `Уолл-стрит Джорнал` (Wall Street Journal) производят отбор. Обычно предпочтение отдается компаниям с высокой рыночной стоимостью, компаниям, к-рыми владеют различные частные лица, и институциональным инвесторам, компаниям с регулярными доходами и дивидендами, а также компаниям, занимающим ведущее место в какой-либо важной отрасли. Считается, что индекс 1916 г. число акций возросло до 20, а 1 октября 1928 г. - до 30. Первоначально индекс рассчитывался как простое среднее арифметическое ежедневных цен на момент закрытия биржи, причем в некоторых случаях сложные цены дробились на группы по отдельным акциям с целью недопущения искажения индекса. 10 сентября 1928 г. для корректировки показателей был введен метод постоянного делителя, при к-ром сумму цен акций конца биржевого дня делили не на общее число акций, а на число, предварительно рассчитанное на основе последних котировок биржевого дня 8 сентября 1928 г., что по новому методу давало приблизительно такой же средний результат - индекс, как и по старому методу в расчете на день, предшествовавший переходу на метод постоянного делителя. После введения нового метода постоянный делитель изменяли всякий раз, когда это было необходимо из-за дробления акций, дивидендов по акциям или замены одного вида ценных бумаг другим. [8]

Ниже приводится упрощенная схема использования метода постоянного делителя.

1. Допустим, индекс охватывает всего три акции, имеющие в конце биржевого дня следующие цены:

акция А 30

акция В 25

акция С 45

3)100 = 33,33 - индекс на конец биржевого дня. [9]

2. На следующий день оказывается целесообразным дробление акции С (3:1), цена к-рой на момент закрытия биржи составляет 20. Цены акций А и В составляют 35 и 30 соответственно. Производя деление по старому методу с помощью делителя `3`, получаем результат 28,33 на конец биржевого дня, к-рый не соответствует действительности, поскольку цены на рынке не упали, а наоборот, выросли. Поэтому для устранения искажения делитель следует изменить. Чтобы найти соответствующий показатель, проследим ход вычислений, относящихся к предыдущему дню в приведенном выше примере с учетом дробления акции С:

акция А 30

акция В 25

акция С 15 (дробление 3:1)

Разделив сумму на старый индекс 33,33)70, получаем новый постоянный делитель - 2,10.

3. Теперь рассчитаем индекс для следующего дня:

акция А 35

акция В 30

акция С 20

2.10)85 = 40,48 - индекс на конец биржевого дня

акция А 30

акция В 25

акция С 45

3)100 = 33,33 - индекс на конец биржевого дня. [10]

Следует отметить, что данный метод `наказывает` акции С наименьшим `весом` в новом индексе, в то время как цена этих акций в старом индексе была наивысшей; тем не менее можно предположить, что акции С лидируют на рынке, и об этом свидетельствуют схема их дробления и значительный рост цены. Если бы для устранения искажения был применен метод множителя, то акции С по-прежнему занимали бы лидирующее место:

акция А 35

акция В 30

акция С 60 (20 г 3 - множитель из формулы дробления)

3)125 = 41,67, индекс на конец биржевого дня.

Постоянный индекс должен быть изменен также и в случае, если дивиденды по акциям, дробление или замена одного вида ценных бумаг другим приводят к ощутимым искажениям индекса. Менять делитель не следует в случаях, когда дробление акций, дивиденды по акциям или замена одного вида ценных бумаг другими вызывают отклонения менее чем на пять пунктов в индексе акций промышленных компаний, менее чем на два пункта в индексе акций транспортных (ранее ж.-д.) компаний и менее чем на один пункт в индексе акций коммунальных компаний. [11]

Транспортные компании. 2 января 1970 г. И.Д.-Д. по 20 акциям ж.-д. компаний был модифицирован с целью включения в него акций компаний, представляющих др. виды транспортных средств. Теперь уже известно, что индекс акций транспортных компаний по-прежнему представляет собой индекс акций ж.-д. компаний, однако девять ж.-д. акций были заменены девятью акциями компаний др. видов транспорта. Т. о., количество акций в индексе по-прежнему 20, а общее число 65, составляющее совокупный И.Д.-Д., остается неизменным. Переход к системе пересмотренных индексов был осуществлен путем корректировки делителей в целях получения индекса для акций транспортных компаний и индекса для 65 акций.

Добавления и изъятия (акций) привели к установлению делителя для И.Д.-Д. по акциям транспортных компаний на отметке 4,084 (прежний делитель в индексе для акций ж.-д. компаний составлял 4,721) и к замене делителя 10,568 на делитель 10,141 для расчета индекса 65 акций.

`Доу-Джонс Индастри Груп` (Dow Jones Industry Group) предоставляет также информацию, касающуюся др. отраслей экономики:

Новейшие медицинские приборы

Реклама

Космос и оборона

Воздушные перевозки

Авиалинии

Алюминий

Розничная торговля предметами одежды

Автозапчасти

Автомобилестроение

Банки центральные

Банки южные

Банки основные

Банки западные

Банки восточные

Биотехнология

Строительные материалы

Казино
Химические продукты (товары широкого потребления)
Химические продукты (специализированные химикалии)
Уголь
Связь
Компьютеры
Конгломераты
Потребительские услуги
Контейнеры
Косметика
Дистилляция, пивоварение
Диверсифицированная технология
Розничная торговля медикаментами
Электротовары
Электроэнергетика общего пользования
Организация досуга (развлечения)
Заводское оборудование
Финансовые услуги
Продукты
Розничная торговля продуктами питания
Продукция лесной промышленности
Коммунальное газоснабжение
Здравоохранение
Тяжелое машинное (станочное) оборудование
Капитальное строительство
Жилищное строительство
Хозяйственные товары
Продукция домашнего хозяйства
Промышленная технология
Производственная помощь
Промышленные электростанции диверсифицированные
Страхование жизни
Страхование имущества
Общее страхование
Пансион без питания
Морской транспорт
Поставки медикаментов
Горнодобывающая промышленность
Офисное оборудование
Бурение нефтяной скважины
Нефть, получаемая за счет нагнетания в коллектор воды/газа
Нефть, получаемая за счет энергии коллектора
Прочее нефтяное оборудование
Прочие цветные металлы
Прочие виды отдыха
Бумажное производство
Фармацевтика
Трубопроводы
Загрязнение среды/отходы
Драгоценные металлы
Издательское дело

Железные дороги
Капиталовложения в недвижимость
Рестораны
Розничная торговля, широкий спектр
Сбережения и кредиты
Брокер по ценным бумагам
Полупроводники
Безалкогольные напитки
Программное обеспечение
Специализированная розничная торговля
Сталь
Телефонные системы
Текстильные изделия, одежда
Табачные изделия
Игрушки
Транспорт
Автогрузоперевозки
Коммунальное водоснабжение

Джу-Джонс энд Ко` пояснила, что преобразование индекса акций ж.-д. компаний в индекс акций транспортных компаний было продиктовано коренными изменениями в структуре коммерческих перевозок. В конце XIX в., когда впервые появился индекс акций ж.-д. компаний, в системе ж. д. осуществлялись перевозки как грузов, так и пассажиров в колоссальных масштабах. Время автомобилей, грузовиков, автобусов и самолетов еще не наступило. Всего 20 лет назад по ж. д. осуществлялось 62% всех междугородных перевозок, как показывает анализ тоннажа и пробега в милях километража. Однако к 1969 г. эта цифра снизилась до 41%. В течение того же 20-летнего периода доля коммерческих автогрузовых перевозок практически удвоилась, резко поднявшись с 11 до 21%, оставшуюся же часть работы выполняли трубопроводы, водные виды транспорта и самолеты. К 1969 г. общее число пассажиров на междугородных линиях сократилось до 1,2% по сравнению почти с 10% два десятилетия назад, как показывают расчеты: пассажир-миля пути. В 1969 г. частными автомобилями пользовались 86% от общего числа пассажиров, ранее предпочитавших междугородные поезда, самолетами - 9,4% и автобусами - 2,5%. При пересмотре индекса были также учтены сократившиеся доли ж.-д. компаний вследствие слияния ведущих ж.-д. компаний и трансформации некоторых ж.-д. компаний в нетранспортные.

Список использованной литературы:

1. Пшеничников В.В., Бабкин А.В. Электронные деньги как фактор развития цифровой экономики// *Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки.* 2017. Т.10, №1. С.32—42. DOI: 10.18721/JE.10103
2. *History of Cryptocurrency, Part I: From Bitcoin's Inception to the Crypto-Boom.* URL: <https://cointelegraph.com/news/history-of-cryptocurrency-from-bitcoins-inception-to-the-crypto-boom>. (дата обращения 29.03.2020)
3. *В Японии криптовалюта стала официальным платежным средством.* URL: <http://www.rosbalt.ru/business/2017/04/01/1603901.html> (дата обращения 29.03.2020)
4. *Самые знаменательные события криптовалютного мира за прошедший год. Ч. II.* URL: <https://bankcomat.com/news/Samye-znamenatelnye-sobytiya-kriptovaljutnogo-mira-za-proshedshij-god-chast-II.html>
5. Буркальцева Д.Д., Тюлин А.С. *Bitcoin: теория и практика для Российской Федерации // Перспективы науки — 2016: матер. III Междунар. заоч. конкурса научно-исслед. работ / науч. ред. А.В. Гумеров. С.41—49.*

6. Енифанова О.Н., Буркальцева Д.Д., Тюлин А.С. Использование технологии блокчейн в государственном секторе // *Электронная валюта в свете современных правовых и экономических вызовов: сб. матер. Междунар. научно-практ. конф. г. Москва, 2 июня 2016 г. С. 88—97. URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=26554947>. (дата обращения 29.03.2020)*
7. Сайт Издательства деловой и профессиональной литературы. URL: <https://olbuss.ru/upload/books/blockchain.pdf>. (дата обращения 29.03.2020)
8. NokomotoS. Bitcoin: A Peer-to-Peer Electronic Cash System. URL: <https://bitcoin.org/bitcoin.pdf>. (дата обращения 29.03.2020)
9. BitFury Group. Proof of stake versus proof of work. 2015. URL: <http://bitfury.com/content/4-white-papers-research/2-proof-of-stake-vs-proof-of-work/pos-vs-pow-1.0.2.pdf>. (дата обращения 29.03.2020)
10. Буркальцева Д.Д., Цехла С.Ю., Тюлин А.С. Технические инновации для государства, бизнеса, общества // *Современный гостинично-ресторанный бизнес: экономика и менеджмент: сб. матер. Третьей научно-практ. конференции, г. Симферополь, 9 июня 2016 г. С. 113—115.*
11. Правовое регулирование криптовалютного бизнеса. URL: <http://axon.partners/wp-content/uploads/2017/02/Global-Issues-of-Bitcoin-Businesses-Regulation.pdf>. (дата обращения 29.03.2020)

МРНТИ 06.81.12

А. Каракеев¹

*¹Казахстанско-Немецкий Университет
Алматы, Казахстан*

МЕТОДЫ БЮДЖЕТИРОВАНИЯ КАК ТЕХНОЛОГИИ ФИНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА КОМПАНИИ

Аннотация

В текущих экономических условиях в практике финансового менеджмента возросла значимость технологий внутрифирменного бюджетирования, главный смысл которых сводится к повышению эффективности и финансовой устойчивости компании путем координации усилий всех подразделений на достижение конечного, количественно определенного результата.

Целью данной работы является развитие теоретических положений финансового менеджмента с учетом обобщения современных тенденций и закономерностей развития технологии бюджетирования.

В ходе исследования применялись методы структурного, системного, сравнительного анализа, экспертных оценок, классификации, а также общенаучные методы познания.

На основе изучения и обобщения теории и опыта внутрифирменного планирования и бюджетирования автором разработаны конкретные рекомендации по построению современной системы бюджетирования, обеспечивающей повышение управляемости и адаптивности предприятия к изменениям во внутренней и внешней среде, рост финансовой прозрачности и укрепление финансовой дисциплины предприятия.

Ключевые слова: финансовое планирование, бюджетирование, постановка системы, принцип, цель, теория и практика.

А. Каракеев¹

*¹Қазақстан-Неміс университеті
Алматы, Қазақстан*

КОМПАНИЯНЫҢ ҚАРЖЫЛЫҚ МЕНЕДЖМЕНТІНІҢ ТЕХНОЛОГИЯСЫ РЕТІНДЕ БЮДЖЕТТЕУ ӘДІСТЕРІ

Аңдатпа

Қаржы менеджменті практикасындағы қазіргі экономикалық жағдайда, компанияшілік бюджеттеу технологияларының маңыздылығы арта түсті, оның басты мәні барлық бөлімшелердің түпкілікті, сандық анықталған нәтижеге жету үшін күш-жігерін үйлестіру арқылы компанияның тиімділігі мен қаржылық тұрақтылығын арттыру болып табылады.

Бұл жұмыстың мақсаты қазіргі заманғы тенденциялар мен бюджеттеу технологиясын дамыту заңдылықтарын ескере отырып, қаржыны басқарудың теориялық қағидаларын әзірлеу болып табылады.

Зерттеу барысында құрылымдық, жүйелік, салыстырмалы талдау, сараптамалық бағалау, жіктеу әдістері, сонымен қатар танымның жалпы ғылыми әдістері қолданылды.

Үйді жоспарлау және бюджеттеу теориясы мен тәжірибесін зерделеу және жалпылау негізінде автор заманауи бюджеттеу жүйесін құру бойынша нақты ұсыныстар әзірледі, бұл кәсіпорынның ішкі және сыртқы ортадағы өзгерістерге басқарылуы мен бейімделуін жақсартады, қаржылық ашықтықты арттырады және кәсіпорынның қаржылық тәртібін күшейтеді.

Түйін сөздер: қаржылық жоспарлау, бюджеттеу, жүйені құру, принцип, мақсат, теория және практика.

A. Karakeyev¹

*¹Kazakh- German University
Almaty, Kazakhstan*

BUDGETING METHODS AS A COMPANY FINANCIAL MANAGEMENT TECHNOLOGY

Abstract

The importance of corporate budgeting techniques increased in the current economic situation in the national financial management. Corporate budgeting techniques pursue increasing the efficiency and financial sustainability of the entity by coordinating all departments and directing their activities to attain ultimate and measurable results.

The objective of the research is to elaborate theoretical provisions of financial management, considering contemporary trends and patterns in budgeting techniques.

The research relies upon methods of structural, systems, comparative analyses, expert assessments, classification, and general scientific methods.

Having studied and summarized the theory of corporate planning and budgeting and the relevant practical experience, I prepared recommendations for building a contemporary budgeting system that would make the entity more controllable and adaptable to internal and external changes, increase financial transparency and strengthen financial discipline of the entity.

Keywords: financial planning, budgeting, system set-up, principle, purpose, theory and practice.

В современных условиях без бюджетирования сложно представить себе успешную и развивающуюся компанию, поскольку именно на основе системы бюджетов в дальнейшем достигается целенаправленное финансово устойчивое развитие компании, осуществляются организация запланированных работ, контроль за финансовыми результатами и анализ плановых показателей.

Бюджетирование — один из современных методов финансового планирования и контроля. Оно позволяет компании определить ориентиры финансово-хозяйственной деятельности, выбрать наиболее эффективный способ развития бизнеса, реализовать через систему финансовых показателей утвержденные стратегические цели, контролировать эффективность использования имеющихся финансовых ресурсов.

Развитие теории и методологии бюджетирования во многом обусловлено развитием экономики, сменой характеристик бизнес-среды и модернизацией науки корпоративного менеджмента.

Исторически на этапе развития массового производства бюджетирование рассматривалось как метод финансового менеджмента компанией для планирования и распределения его материальных ресурсов и контроля за расходами. В настоящее время ведущим направлением в развитии бюджетирования становится методология синергии, основанная на интеграционных идеях различных парадигм управления. Бюджетирование интегрируется со стратегическим планированием в единую систему, при этом бюджет рассматривается как управленческий инструмент, обеспечивающий достижение стратегических целей компании.

Бюджетирование представляет собой нижний уровень системы внутрифирменного планирования, на котором реализуется вся вертикаль планов, отражающих намеченные долгосрочные цели компании.

Посредством бюджетирования реализуется текущее и оперативное финансовое планирование, обеспечивается их взаимосвязь и подчиненность финансовой стратегии компании. Именно бюджетирование является инструментом распределения ключевого вида внутрифирменных ресурсов — финансовых средств для достижения целевых установок и реализации стратегии компании.

Первостепенное значение для конструирования современной системы финансового менеджмента компании имеет исследование концептуальных положений теории и практики внутрифирменного планирования и бюджетирования.

Теоретические и методические аспекты бюджетирования широко освещены в научных монографиях и исследованиях. Сложившиеся взгляды экономистов по вопросу определения сущности бюджетирования можно свести к двум основным:

- 1) бюджетирование как процесс финансового планирования, элемент метода управленческого учета и контроля;
- 2) бюджетирование как инструментальной системы менеджмента.

Современные условия развития предпринимательства, характеризующиеся нестабильностью общей экономической конъюнктуры, ужесточением конкуренции, взрывообразным распространением новых бизнес-технологий и доступностью информации, обозначили необходимость пересмотра существующих подходов к определению сущности и принципов бюджетирования. [1]

Сложившиеся взгляды экономистов заслуживают внимания в сфере исследования генезиса теории и практики корпоративного бюджетирования, однако они не отражают его сущности и специфики в современных условиях ведения бизнеса. Поэтому в дополнение понятийного аппарата финансового менеджмента автор высказывает свою точку зрения относительно трактовки понятия «бюджетирование», под которым понимается система согласованного управления финансами, подразделениями и бизнес-процессами компании, обеспечивающая достижение стратегических её целей с помощью бюджетов.

Данное определение соответствует актуальным на сегодняшний день доминантам в области финансового менеджмента: ориентацией на постоянно изменяющиеся производительные силы, производственные отношения и запросы потребителя, тем самым позволяет конкретизировать наиболее существенные аспекты современных систем бюджетирования.

В основе бюджетирования лежит бюджет компании, который в настоящее время представляет собой основной инструмент финансового менеджмента.

Определение понятия «бюджет» является изначальным пунктом процесса постановки системы бюджетирования в компании, поэтому ошибочность его теоретического обоснования может оказать негативное влияние на эффективность системы корпоративного менеджмента в целом.

Проведенный анализ литературы с учетом современных тенденций и закономерностей развития бюджетирования, позволил автору выделить сложившиеся подходы к раскрытию понятия «бюджет» (таблица 1), обосновать и аргументировать дополнения в понятийно-терминологический аппарат финансового менеджмента.

Автор	Сущность
А.Д. Кот	Бюджетирование — это процесс трансформации планов деятельности компании в параметры доходов и расходов, платежей и поступлений, т.е. в финансово-экономические показатели [2]
В.В. Бочаров	Бюджетирование — это процесс разработки и формирования плановых бюджетов, объединяющих планы руководства предприятий
В.Н. Самочкин	Бюджетирование — это система согласованного управления подразделениями предприятия в условиях динамично изменяющегося, диверсифицированного бизнеса [3]
А. Кочнев	Бюджетирование — это технология управления бизнесом на всех уровнях компании, обеспечивающая достижение ее стратегических целей с помощью бюджетов на основе сбалансированных финансовых показателей [4]
А. Апчерч	Бюджетирование — это процесс согласованного планирования и управления деятельностью организации с помощью бюджетов и экономических показателей, позволяющих определить вклад каждого подразделения и каждого менеджера в достижение общих целей [5]
Д.К. Шим, Д.Г. Сигел	Бюджетирование — это распределенная система согласованного управления деятельностью подразделений предприятия. В начале отчетного периода бюджет представляет собой план или стандарт, формализующий ожидания менеджеров относительно продаж, расходов и других финансовых операций в наступающем периоде. В конце — он играет роль измерителя, позволяющего менеджерам управлять по отклонениям: сравнивать полученные результаты с запланированными и корректировать дальнейшую деятельность [6]
В.Е. Хруцкий	Бюджетирование — это процесс разработки, исполнения, контроля и анализа финансового плана, охватывающего все стороны деятельности организации, позволяющий сопоставить все понесенные затраты и полученные результаты в финансовых терминах на предстоящий период в целом и по отдельным подпериодам

И.Б. Немировский, И.А. Старожукова	Бюджетирование — это важная управленческая технология, с помощью которой можно спланировать, а впоследствии дать финансовую оценку и управлять финансовыми потоками как отдельно взятого бизнеса, фирмы в целом, подразделения, бизнес-процесса, так и любого другого выделенного объекта бюджетирования [7]
В.В. Бурцев	Бюджетирование — это система краткосрочного планирования, учета и контроля ресурсов и результатов деятельности коммерческой организации по центрам ответственности и (или) сегментам бизнеса, позволяющая анализировать прогнозируемые и полученные экономические показатели для управления бизнес-процессами [8]

Таблица 1 – Оценка существующих подходов к определению термина «бюджетирование»

Автор под бюджетом понимает детализированный план деятельности компании, отражающий через взаимосвязь финансовых и нефинансовых показателей ожидаемые результаты и распределяемые ресурсы на определенный период времени, позволяющий контролировать результативность деятельности компании и его отдельных подразделений для наиболее эффективного достижения поставленных стратегических целей. [9]

Данное определение в отличие от существующих является более содержательным и актуальным с учетом специфики периода, переживаемого современным бизнес-сообществом. Его конструктивные элементы подчеркивают, что бюджет является:

- 1) способом представления запланированных целей деятельности компании через взаимосвязь финансовых и нефинансовых показателей;
- 2) инструментом контроля за результатами финансово-хозяйственной деятельности организации;
- 3) эффективным средством мотивации руководителей к достижению поставленных стратегических целей компании. [10]

Все это имеет большое значение для становления и укрепления методологических позиций современного финансового менеджмента.

Требования современной деловой среды накладывают отпечаток на методологию финансового менеджмента и обуславливают необходимость соответствующей корректировки его понятийного аппарата. Это ставит на повестку дня проблему структурного и функционального анализа систем бюджетирования.

Многоступенчатое и разветвленное деление логического объема понятия «бюджет» дает его научная классификация, которая особо значима при управлении внутрифирменными финансами, поскольку позволяет четко определять место и роль каждого вида бюджета в системе корпоративного финансового менеджмента, функциональную направленность, пределы и возможности их регулирующего воздействия.

Создание полноценной системы бюджетирования, играющей ключевую роль в управлении финансами, возможно лишь при соблюдении научно обоснованных принципов ее формирования. Исследование экономических положений и признанных общемировой практикой методов разработки бюджетов позволило автору систематизировать базовые принципы формирования современной рациональной системы внутрифирменного бюджетирования:

- единство системы бюджетирования — целостность регламентирующей базы, форм бюджетной документации, санкций, стимулов и методологии формирования и использования бюджетных средств;

- самостоятельность бюджетов — право субъектов управления независимо осуществлять бюджетный процесс, определять источники доходов бюджетов и направления расходования средств;
- разграничение доходов и расходов между бюджетами — закрепление за соответствующими субъектами управления соответствующих видов доходов и полномочий по осуществлению расходов;
- полнота раскрытия доходов и расходов бюджетов — все доходы и расходы подлежат отражению в бюджете субъекта управления;
- сбалансированность бюджета — покрытие предусмотренных бюджетом расходов соответствующим объемом поступлений и доходов;
- минимизация размера дефицита бюджета;
- эффективность и экономность использования бюджетных средств — необходимость достижения заданных бюджетом результатов с использованием наименьшего объема средств или достижения наилучшего результата с использованием определенного бюджетом объема средств;
- достоверность бюджета — надежность показателей прогноза социально-экономического развития субъекта управления, а также реалистичность расчета показателей доходов и расходов бюджета. [11]

Приведенные принципы корпоративного бюджетирования имеют большое значение при построении системы менеджмента компании, которая должна обеспечить не только выработку адекватных управленческих решений, но и высокую скорость реагирования на любое изменение бизнес-среды.

Роль и место бюджетирования в системе управления финансами компании достаточно полно характеризуются его функциональным назначением.

Глубокое и всестороннее рассмотрение теории и практики бюджетирования, в частности трудов таких экономистов, как Ч.Т. Хорнгрен, Дж. Фостер, К. Друри [12], Р. Энтони, О.Н. Волкова, А.Д. Шеремет, Дж. Бримсон, А.М. Карминский, позволило выделить следующие основные функции, реализуемые в технологиях внутрифирменного бюджетирования (рисунок 1).



Рисунок 1 – Функции бюджетирования в цикле управления организацией

Функция планирования деятельности компании сводится к формированию основного бюджета компании, отражающего снабженческие, производственные, сбытовые, финансовые и инвестиционные процессы его деятельности в их взаимосвязи и взаимообусловленности на базе принятых учетных концепций.

Функция координации различных видов деятельности призвана обеспечить общность целей отдельных структурных подразделений и компаний в целом через формирование вариантов бюджетов, а затем сведение их в единый основной финансовый бюджет.

Функция коммуникации направлена на информирование сотрудников компании о намерениях высшего руководства для координации деятельности и достижения поставленных целей.

Функция мотивации реализуется в том, что сформированные бюджеты являются своеобразными целевыми ориентирами деятельности компании и его структурных подразделений и стимулируют сотрудников и руководителей к достижению целевых показателей.

Функция контроля за исполнением бюджетов и результатов производственно-хозяйственной деятельности направлена на выявление отклонений достигнутых показателей деятельности от запланированных, что позволяет более оперативно реагировать на негативные факты и принимать решения по нормализации ситуации.

Функция управления видами деятельности компании реализуется через управление по отклонениям, при котором усиленному контролю и корректирующим воздействиям подвергаются показатели, значительно отклоняющиеся от плановых величин.

Функция обучения направлена на изучение и рост степени осознания менеджерами особенностей деятельности своих подразделений и других центров ответственности через разработку и согласование бюджетов.

Практическая значимость проведенного исследования теоретических аспектов бюджетирования определяется тем, что обоснование и формирование единой терминологии бюджетирования позволит избежать организационных проблем, препятствующих успешному внедрению данной технологии управления в компании.

На основе изучения и обобщения теории и практического опыта внутрифирменного планирования и бюджетирования автором были разработаны конкретные рекомендации по построению стратегически ориентированной системы бюджетирования, наиболее полно отвечающей современным требованиям внешней среды и обеспечивающей гибкость и эффективное управление бизнесом, которые могут быть использованы организациями в процессе совершенствования политики менеджмента корпоративными финансами.

Разработанные методические рекомендации были экспериментально апробированы на примере деятельности двух компаний в сфере ИТ и одной компании в сфере автобизнеса в городе Алматы. Результаты свидетельствуют о росте эффективности финансового менеджмента исследуемых компаний за счет:

- усовершенствования процесса распределения и использования ресурсов компании, повышения его эффективности и прозрачности;
- обеспечения согласованности бюджетных показателей со стратегическими приоритетами организации;
- создания объективной базы оценки результатов деятельности компании как в целом, так и по отдельным подразделениям;
- рационального планирования денежных потоков организации;
- укрепления финансовой дисциплины и повышения финансовой прозрачности;
- улучшения информационного обмена и взаимодействия между подразделениями;
- обеспечения более ответственного подхода специалистов к принятию решений и лучшей мотивации их деятельности.

Таким образом, в результате исследования теоретических основ бюджетирования было установлено, что оно представляет собой технологию управления финансами,

подразделениями и бизнес-процессами компании, обеспечивающую достижение стратегических целей компании с помощью бюджетов.

Внедрение системы бюджетирования способствует повышению управляемости и адаптивности компании к изменениям внутренней и внешней среды, росту финансовой прозрачности в деятельности компании и эффективности использования его ресурсов, укреплению финансовой дисциплины.

Список использованной литературы:

1. Апчерч А. *Управленческий учет: принципы и практика* / пер. с англ. под ред. Я.В. Соколова, И.А. Смирновой. М.: Финансы и статистика, 2002. 951 с.
2. Бримсон Дж. *Процессно ориентированное бюджетирование. Внедрение нового инструмента управления стоимостью компании* / пер. с англ. В.Д. Горюновой; под общ. ред. В.В. Неудачина. М.: Вершина, 2007. 336 с.
3. Бурцев В. *Бюджетирование как технология менеджмента* // Менеджмент сегодня. 2003. № 4. С. 47–52.
4. Волкова О.Н. *Бюджетирование и финансовый контроль в коммерческих организациях.* / О.Н. Волкова М.: Финансы и статистика, 2005. 272 с.
5. Дронченко О.Б. *Принципы эффективного бюджетирования.* URL: http://www.iteam.ru/publications/finances/section_12/article_1295. (Дата обращения 25.03.2020)
6. Друри К. *Управленческий учет для бизнес-решений.* М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. 655 с.
7. Карминский А.М., Оленев Н.И., Примак А.Г., Фалько С.Г. *Контроллинг в бизнесе. Методологические и практические основы построения контроллинга в организациях.* / А.М. Карминский, Н.И. Оленев, А.Г. Примак, С.Г. Фалько М.: Финансы и статистика, 1998. 256 с.
8. Кот А.Д., Филиппов В.Е., Якименко А.А. *Организация процесса бюджетирования в крупных компаниях* // Менеджмент в России и за рубежом. 2003. № 4. С. 82–89.
9. Кочнев А. *Что такое бюджетное управление?* URL: http://www.iteam.ru/publications/finances/section_11/article_423. (Дата обращения 25.03.2020)
10. Лапенков В.И. *Основы бюджетирования.* URL: http://www.iteam.ru/publications/finances/section_11/article_22. (Дата обращения 25.03.2020)
11. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. *Основы менеджмента: пер. с англ/ М.Х.Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури* / М.: Дело, 1998. 800 с.
12. Молвинский А. *Типичные ошибки при построении систем бюджетирования* URL: <http://fd.ru/articles/9665-tipichnye-oshibki-pri-postroenii-sistem-byudjetirovaniya>. (Дата обращения 25.03.2020).

**ҰСЫНЫСТАР ҮШІН
ДЛЯ ЗАМЕТОК**