

ISSN 1728-5402

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



ХАБАРШЫ ВЕСТНИК BULLETIN

«Экономика» сериясы
Серия «Экономическая»
«Economic» series
№ 1(71), 2022

Алматы
Almaty

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

ХАБАРШЫ

ВЕСТНИК

BULLETIN

«Экономика» сериясы
Серия «Экономическая»
«Economic» series
№ 1(71)

Алматы, 2022
Almaty, 2022

Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті	МАЗМҰНЫ СОДЕРЖАНИЕ CONTENT
ХАБАРШЫ	ТЕОРИЯ ЖӘНЕ ӘДІСТЕМЕ ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ
«Экономика» сериясы, №1 (71), 2022	
2003 ж. бастап шығады. Шығару жиілігі – жылына 4 нөмір	
Бас редактор: Б.Д. Иманбердиев – экон.ғыл.д., профессор	
Бас редактордың орынбасары: А.С. Смағұлов – экон.ғыл.д., профессор Редакция алқасы: К.Н. Нармбаев – ҚР ҰҒА академигі, экон.ғыл.д., профессор, Г.Б. Нурлихина – экон.ғыл.д., профессор, К.Р. Касенов – экон.ғыл.д., профессор, Е.К. Қалдыбаев – экон.ғыл.д., доцент, Victor Pou Serradell – Phd doctor universitat intarnacional de Catalunya (Испания),	Капаева А.Е., Джубалиева З.У. Пути совершенствования коммуникативной политики в ТОО «Expert oil»..... 5 Капаева А.Е., Джубалиева З.У. «Expert oil» ЖШС коммуникациялық саясатын жетілдіру жолдары Karayeva A.E., Dzhubaliev Z.U. Ways to improve the communication policy in expert oil llp
Б.А. Токсабаева – экон.ғыл.д., профессор (Қырғызстан), В.Рудзкене – ScD, Assoc.professor (Литва), М.М. Перез – PhD, professor (Испания), К.Д. Джумабаев – экон.ғыл.д., профессор (Қырғызстан), А.В. Череп – экон.ғыл.д., профессор (Украина), Е.В. Вознюк – экон.ғыл.д., профессор (Латвия), А.К. Адельбаева – магистр-оқытушы (жауапты хатшы).	Кошкарбаев К.У., Ли Яо. Особенности формирования финансовой стратегии предприятий..... 12 Кошкарбаев К.У., Ли Яо. Кәсіпорындардың қаржылық стратегиясын қалыптастыру ерекшеліктері Koshkarbayev K., Li Yao. Features of the formation of the financial strategy of enterprises
© Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті, 2021	Гао Вэньпин., Канабекова М.А. Теоретические основы совершенствования системы внутрифирменного планирования..... 18 Гао Вэньпин., Канабекова М.А. Фирмаішілік жоспарлау жүйесін жетілдірудің теориялық негіздері Gao Wenping., Kanabekova M.A. Theoretical foundations of improving the system of intra-company planning
Қазақстан Республикасының мәдениет және ақпарат министрлігінде 2009 жылы мамырдың 8-де тіркелген №10100-Ж	Тын Да., Изеев С.Н. Мировой опыт государственного регулирования рынка труда..... 25 Тын Да., Изеев С.Н. Еңбек нарығын мемлекеттік реттеудің әлемдік тәжірибесі. Ding Da., Izejev S.N. World experience of state regulation of the labor market
Басуға 08.12.2021 қол қойылды. Пішімі 60x84 1/8. Көлемі 15.5 е.б.т. Таралымы 300 дана. Тапсырыс 502.	Дин Шитун., Канабекова М.А. Разработка конкурентной стратегии компании..... 32 Дин Шитун., Канабекова М.А. Компанияның бәсекелестік стратегиясын әзірлеу Ding Shitong., Kanabekova M.A. Development of the company's competitive strategy
050010, Алматы қаласы, Достық даңғылы, 13. Абай атындағы ҚазҰПУ Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университетінің «Ұлағат» баспасы	Кусман И., Джакишева У.К. Организация учета кредиторской задолженности..... 39 Кусман И., Джакишева У.К. Кредиторлық берешекті есепке алуды ұйымдастыру Kusman Ingar ., Dzhakishева U.K. Organization of accounting of payables

Казахский национальный педагогический университет имени Абая

ВЕСТНИК

Серия «Экономическая»
№1 (71), 2022

Выходит с 2003 года.
Периодичность – 4 номера в год

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

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

Нарибаев К.Н. – академик НАН РК,
д.э.н., профессор,

Нурлихина Г.Б. – д.э.н., профессор,
Касенов К.Р. – д.э.н., профессор,
Калдыбаев Е.К. – д.э.н., доцент,
Victor Pou Serradell – Phd doctor
universitat intarnacional de Catalunya

(Испания),
Токсабаева Б.А. – д.э.н., профессор
(Киргизстан),

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

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

Джумабаев К.Д. – д.э.н., профессор
(Киргизстан),

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

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

Адельбаева А.К. –
магистр-преподаватель
(ответ. секретарь).

© Казахский национальный педагогический университет имени Абая, 2021

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

Подписано в печать 08.12.2021.
Формат 60x84 1/8. Объем 15.5 уч.-изд.л.
Тираж 300 экз. Заказ 502.

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

МАКРОЭКОНОМИКАЛЫҚ РЕТТЕУ
МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ

- Го Пэн., Канабекова М.А. Цифровая трансформация энергетической отрасли..... 45
- Го Пэн., Канабекова М.А. Энергетика саласын цифрлық трансформациялау
Guo Peng., Kanabekova M.A. Digital transformation of the energy industry
- Ли Вэньтао, Телагусова Э.О. Формирование финансовых ресурсов компании в условиях ее ограничения..... 52
- Ли Вэньтао, Телагусова Э.О. Компанияның қаржылық ресурстарын оны шектеу жағдайында қалыптастыру
Li Wentao, Telagussova E.O. Formation of financial resources of the company in conditions of its limitation
- У. Тау, Оралбаева Ж.З. Применение цифровых технологий в управлении персоналом..... 58
- У. Тау, Оралбаева Ж.З. Персоналды басқаруда цифрлық технологияларды қолдану
U. Tau, Oralbaeva Zh.Z. Applying of digital technologies in hr management
- Ли Сянмин., Изеев С.Н. Зарубежный опыт венчурного финансирования инновационной деятельности..... 65
- Ли Сянмин., Изеев С.Н. Инновациялық компанияларды венчурлық қаржыландырудың шетелдік тәжірибесі.
Li Xiangming. Izeyev S.N. Foreign experience in venture financing of innovative companies.
- Азбергенова Р.Б., Изеев С.Н. Модель экономического роста казахстана и ее трансформация в современных условиях..... 74
- Азбергенова Р.Б., Изеев С.Н. Қазақстанның экономикалық өсу моделі және оның қазіргі жағдайдағы трансформациясы
Azbergenova R.B. Izeyev S.N. Kazakhstan's economic growth model and its transformation in modern conditions
- Фан Лунфэй., К.У. Кошкарбаев. Оценка текущего состояния финансовой системы Республики Казахстан..... 82
- Фан Лунфэй., К.У. Кошкарбаев. Қазақстан Республикасы қаржы жүйесінің ағымдағы жай-күйін бағалау
Fang Longfei., K.U. Koshkarbaev. Assessment of the current state of the financial system of the Republic of Kazakhstan
- Чжоу Шень Эн., Канабекова М.А. Мотивация и стимулирование труда персонала фирмы 89
- Чжоу Шень Эн., Канабекова М.А. Фирма персоналының еңбегін ынталандыру
Zhou Shengen., Kanabekova M.A. Digital transformation of the energy industry

**Kazakh national pedagogical
university named after Abai**

BULLETIN

**Series of «Economic»
№1 (71), 2022**

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

Editor in chief:

B.D. Imanberdiev –

Doctor of economic Sciences, Professor

Deputy Editor:

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

Editorial Board:

K.N. Naribaev – *Doctor of economic
sciences, professor, Academician of the
National Academy of Science of the
Republic of Kazakhstan,*

G.B. Nurlihina – *Doctor of economic
sciences, professor,*

K.R. Kassenov – *Doctor of economic
sciences, professor,*

E.K. Kaldybaev – *Doctor of economic
sciences, Associate Professor*

Victor Pou – *Ph.D Doctor International
University of Catalonia (Spain),*

B.A. Toksabaeva – *Doctor of economic
sciences, professor (Kyrgyzstan),*

V.Rudzkene – *ScD, Assoc. Professor
(Lithuania),*

M.M. Perez – *Ph.D., professor (Spain),*

K.D. Dzhumabaev – *Doctor of economic
sciences, professor (Kyrgyzstan),*

A.V. Cherep – *Doctor of economic
sciences, professor (Ukraine),*

E.V. Voznyuk – *Doctor of economic
sciences, professor (Latvia),*

A.K. Adelbaeva – *master of science,
teacher (executive secretary)*

**© Kazakh national pedagogical
university after Abai, 2021**

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

Signed to print 08.12.2021.
Format 60x84 1/8. Volume – 15.5 publ.
literature. Edition 300 num. Order 502.

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

**ЖАС ҒАЛЫМДАРДЫҢ МІНБЕСІ
ТРИБУНА МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ**

Капаева А.Е., Джубалиева З.У. Сеть интернет как эффективный канал коммуникативной политики компании.....	97
Капаева А.Е., Джубалиева З.У. Компания саясатының тиімді арнасы ретінде интернет байланыс	
Капаева А.Е., Джубалиева З.У. The internet as an effective channel of the company's communication policy	
Нұрғалиқызы Ж., Каримова М.Д. Влияние цифровой экономики на управленческие процессы.....	104
Нұрғалиқызы Ж., Каримова М.Д. Сандық экономиканың басқару процестеріне әсері	
Nurgalikyzy Zh., Karimova M.D. The impact of the digital economy on management processes	
Сапарбаева А.М. ҚР инвестициялық нарығының тартымдылығын арттыру жолдары.....	108
Сапарбаева А.М. Пути повышения привлекательности инвестиционного рынка РК	
Saparbayeva A.M. Ways to increase the attractiveness of the investment market of the Republic of Kazakhstan	
Ошанбай С., Джакишева У.К. Тіркелген активтер.....	117
Ошанбай С., Джакишева У.К. Фиксированные активы	
Oshanbay S., Dzhakisheva U. K. Fixed assets	
Авторлар туралы мәлімет.....	122
Сведения об авторах	
Information about authors	

ТЕОРИЯ ЖӘНЕ ӘДІСТЕМЕ ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ

МРНТИ 06.81.55

Капаева А.Е.¹, Джубалиева З.У.¹

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

ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ КОММУНИКАТИВНОЙ ПОЛИТИКИ В ТОО «EXPERT OIL»

Аннотация

В статье проводится анализ на примере ТОО «Expert Oil», которая является одной из лучших магазинов города Алматы, представляющим абсолютно весь перечень продукции концерна Shell. Ценность ТОО «Expert Oil» – это специалисты многократно прошедшие квалификационные тесты поставщиков: MOBIL, CASTROL, SHELL, MOTUL, LIQUI MOLY.

В статье указывается, что в своей деятельности ТОО «Expert Oil» успешно использует такие инструменты корпоративной политики как наружная реклама, баннеры и др. Однако, проведенный анализ свидетельствует о не эффективном использовании корпоративной политики в сети Интернет в деятельности ТОО «Expert Oil»:

Во-первых, у предприятия отсутствует сайт с интернет-магазином, в отличие от конкурентов, к примеру, таких как в компании Zamaslom.kz.

Во-вторых, представленная на страничке в «ВКонтакте» информация о ТОО «Expert Oil» не дает полную картину об ассортименте, цене, скидках и прочее. Что является очевидным недостатком, поскольку число пользователей интернет ресурсом ежедневно растет, а соответственно увеличивается и число интернет-магазинов, в том числе и авто.

Ключевые слова: коммуникативная политика в сети Интернет, маркетинг, конкуренты, моторное масло, рыночные отношения, интернет-коммуникации

А.Е. Капаева¹, З.У. Джубалиева¹

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

«EXPERT OIL» ЖШС КОММУНИКАЦИЯЛЫҚ САЯСАТЫН ЖЕТІЛДІРУ ЖОЛДАРЫ

Аңдатпа

Мақалада Shell өнімдерінің толық тізімін ұсынатын Алматы қаласындағы ең жақсы дүкендердің бірі болып табылатын «Expert Oil» ЖШС талданып отыр. «Expert Oil» ЖШС құндылығы – жеткізушілердің біліктілік сынақтарынан бірнеше рет өткен мамандар: MOBIL, CASTROL, SHELL, MOTUL, LIQUI MOLY.

Мақалада «Expert Oil» ЖШС өз қызметінде сыртқы жарнама, баннерлер және т.б. сияқты корпоративтік саясат құралдарын сәтті қолданатыны айтылады. Алайда жүргізілген талдау «Expert Oil» ЖШС қызметінде Интернет желісіндегі корпоративтік саясаттың тиімсіз пайдаланылғанын көрсетеді:

Біріншіден, компанияның Zamaslom.kz сияқты бәсекелестерге қарағанда интернет-дүкені бар веб-сайтының жоқ.

Екіншіден, Вконтакте парақшасында ұсынылған «Expert Oil» ЖШС туралы ақпарат ассортимент, баға, жеңілдіктер және т.б. туралы толық мәлімет бермейді. Бұл айқын кемшілік, өйткені интернет-ресурстарды пайдаланушылар саны күн сайын артып келеді, сәйкесінше интернет-дүкендердің, соның ішінде автокөліктердің саны да артып келеді.

Түйін сөздер: Интернеттегі коммуникациялық саясат, маркетинг, бәсекелестер, мотор майы, нарықтық қатынастар, интернет коммуникациялары

Karayeva A.E.¹, Dzhubalieva Z.U.¹

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

WAYS TO IMPROVE THE COMMUNICATION POLICY IN EXPERT OIL LLP

Abstract

The analysis was carried out on the example of Expert Oil LLP, which is one of the best stores in the city of Almaty, representing absolutely the entire list of Shell products. The value of Expert Oil LLP is specialists who have repeatedly passed the qualification tests of suppliers: MOBIL, CASTROL, SHELL, MOTUL, LIQUI MOLY.

In its activities, Expert Oil LLP successfully uses such corporate policy tools as outdoor advertising, banners, etc. However, the analysis performed indicates the ineffective use of corporate policy on the Internet in the activities of Expert Oil LLP:

Firstly, the company does not have a website with an online store, unlike competitors, such as Zamaslom.kz, for example.

Secondly, the information about Expert Oil LLP presented on the Vkontakte page does not give a complete picture of the assortment, price, discounts, and so on. Which is an obvious disadvantage, since the number of Internet resource users is growing daily, and, accordingly, the number of online stores, including cars, is also increasing.

Keywords: corporate policy on the Internet, marketing, competitors, motor oil, market relations

Введение

Процесс экономических преобразований в Казахстане привел к новому пониманию принципов предпринимательского поведения предприятий на рынке. Системный характер этих принципов определен, в том числе, и возрастающей ролью коммуникационного процесса в системе маркетингового взаимодействия субъектов рыночной инфраструктуры. В современных условиях предприятия должна иметь непрерывную коммуникационную связь с существующими и потенциальными клиентами, а также с другими субъектами рыночных отношений. В связи с этим перед предприятиями встает существенная проблема управления системой маркетинговых связей, что решается посредством разработки и внедрения на предприятии коммуникативной политики [1].

Так как эффективность работы и конкурентоспособность предприятия всецело зависит от успешного взаимодействия с различными рыночными субъектами, то особую важность приобретает построение единой коммуникативной политики на предприятии. Это делает актуальным проведение исследований, направленных на изучение путей совершенствования коммуникативной политики предприятия в сети Интернет.

Экспериментальная часть

Анализ проводился на примере ТОО «Expert Oil», которая является одной из лучших магазинов города Алматы, представляющим абсолютно весь перечень продукции концерна Shell. Ценность ТОО «Expert Oil» – это специалисты многократно прошедшие квалифи-

кационные тесты поставщиков: MOBIL, CASTROL, SHELL, MOTUL, LIQUI MOLY – постоянное участие в тренингах и обмен опытом заставляют мастеров постоянно повышать свою квалификацию [2].

В магазинах ТОО «Expert Oil» можно найти различные типы моторных и трансмиссионных масел, ATF, Antifreeze, DOT, всех известных мировых производителей. Мониторинг поставщиков исключает продажу контрафактной или нелегальной продукции.

ТОО «Expert Oil» является небольшой компанией имеющей большой потенциал развития и на данный момент имеет слабые стороны в направлении коммуникативной политики в сети Интернет.

Результаты и обсуждения

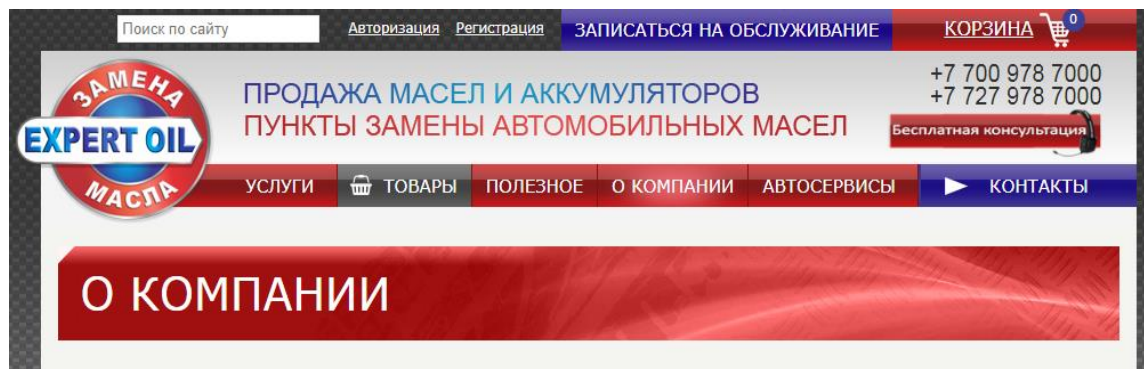
На основании проведенного анализа и выявления потребительских предпочтений клиентов ТОО «Expert Oil» были разработаны следующие рекомендации по корпоративной политике предприятия в сети Интернет:

- разработка веб-сайта интернет-магазина;
- разработка мобильного приложения;
- SEO оптимизация и раскрутка;
- группа в социальной сети «ВКонтакте»;
- разработка CRM системы;
- Email маркетинг.

1. Доработка веб-сайта предприятия ТОО «Expert Oil».

При доработке сайта первым делом следует обратить внимания на содержание сайта. Как показало исследование, для большинства клиентов ТОО «Expert Oil» наиболее важной информацией является прайс-лист и информация о продукте. На прайс-лист и информация о продукте должен быть основной упор при доработке сайта.

Исследование показало, что 58% клиентов ТОО «Expert Oil» не устраивает оформление сайта и оно нуждается в переработке. На рисунке 1 представлен дизайн сайта ТОО «Expert Oil».

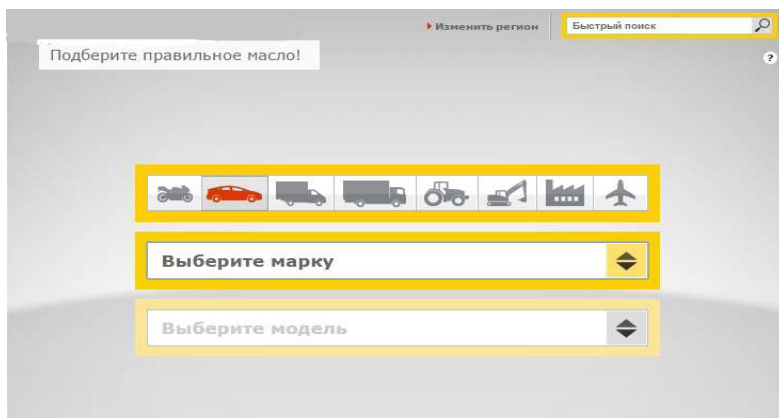


Примечание – составлено автором самостоятельно
Рисунок 1 – Макет главной страницы сайта ТОО «Expert Oil»

Данный сайт имеет приятную цветовую гамму, имеет информацию о компании (история компании, пути её развития, планы на будущее). Так же на сайте ТОО «Expert Oil» будет увеличен ассортимент, на данный момент на сайте представлена не вся продукция, реализацией которой занимается организация. Графу «Товары» переименуем на графу «Ассортимент» здесь будет как сама продукция, так и цены на неё.

Также появится графа «Акции», так как многие автовладельцы покупают продукцию, ориентируясь на какие-то акции и бонусы от компании.

На главной странице сайта ТОО «Expert Oil» появится графа «Обратная связь», в связи с этим будет уделено большое внимание функции обратной связи, для наиболее быстрой и комфортной связи клиента с менеджером ТОО «Expert Oil». Одним из самых основных разделов является раздел «Сервис подбора масла», он позволяет любому посетителю сайта подобрать масла для своей техники, не выходя из дома, это очень удобно и эффективно так как сильно упрощает процесс поиска нужного масла (рисунок 2).



Примечание – составлено автором самостоятельно
Рисунок 2 – Функция подбора масла на сайте ТОО «Expert Oil»

2. Разработка мобильного приложения.

Для удобства использования сайта, можно разработать мобильное приложение, которое будет доступно любому желающему (рисунок 3).



Примечание – составлено автором самостоятельно
Рисунок 3 – Мобильное приложение

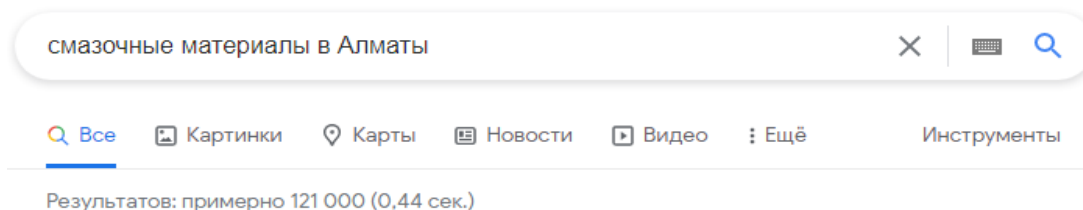
Что бы сделать приложение максимально простым в использовании, содержать оно будет только наиболее важную информацию о ассортименте сайта, сервис по подбору масла и обратную связь.

3. Seo оптимизация и раскрутка сайта.

Нужно знать, что важно для потребителя в интернет-магазине, чтобы обеспечить наиболее комфортное пребывание на сайте. По итогам исследования ответы респондентов распределились по степени важности следующим образом [3].

Наиболее важными для потребителя являются: репутация сайта – 29%, лёгкость нахождения всего – 20%.

Репутация сайта зарабатывается со временем, а вот лёгкость в его нахождении обеспечивается с помощью продвижения адреса сайта в поисковых системах (рисунок 4).



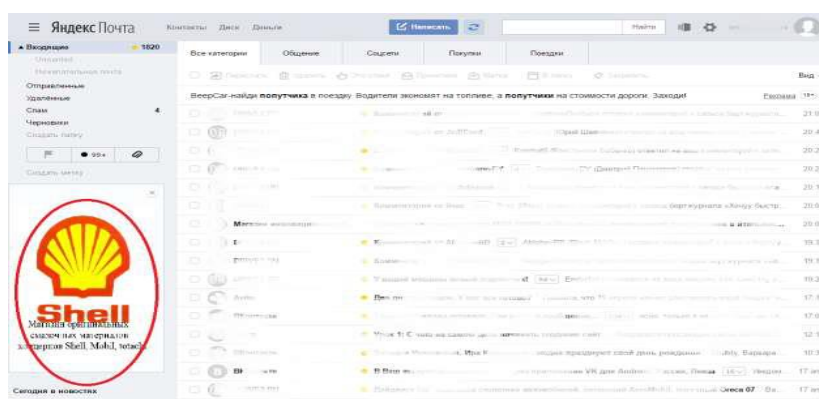
Примечание – составлено автором самостоятельно
Рисунок 4 – Поиск смазочных материалов через поисковую систему

Если в недавнем прошлом интернет использовался преимущественно для поиска информации, то сегодня ситуация сильно изменилась. Постоянное увеличение числа интернет-пользователей, новые технологии (коммуникация с целевой аудиторией с помощью сайта, системы оплаты через интернет, возможность заказа on-line и т.д.) и многие другие факторы превратили интернет и в мощнейший маркетинговый инструмент, и в место для продаж одновременно. Например, бум интернет-магазинов определенно свидетельствует о том, что умело используемые интернет-технологии приносят стабильную прибыль владельцам сайтов [4].

Интернет-продвижение будет эффективно для ТОО «Expert Oil». Согласно статистике, численность интернет-пользователей растет с каждым годом, сегодня уже более трети казахстанцев пользуются интернетом. Причем именно эта аудитория очень привлекательна для бизнеса, т.к. она обладает высокой платежеспособностью. Задумайтесь, тысячи, а, возможно, десятки тысяч людей ежедневно ищут смазочные материалы, а находят товары конкурентов! И все потому, что более расторопные конкуренты уже заняли самые лучшие места в выдаче поисковых систем. ТОО «Expert Oil» тоже может занять эти «места под солнцем» – для этого нужно начать поисковую оптимизацию сайта.

С помощью продвижения сайта в поисковых системах можно упростить процесс поиска сайта для клиентов, которые забыли его точный адрес и чем выше будет сайт в поиске, тем больше пользователей будут на него заходить. Это поможет не только сохранить нынешних клиентов, но и привлечь новых.

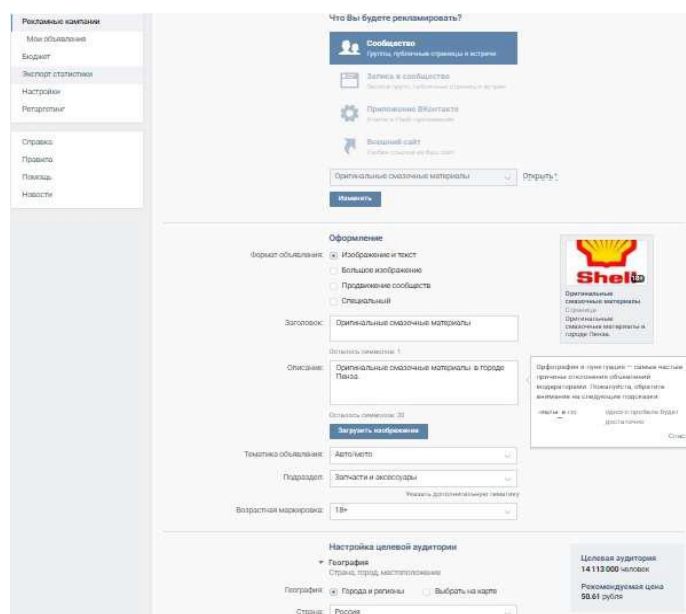
Для привлечения внимания пользователей можно распространить баннерную (рисунок 5) и контекстную рекламу в интернете.



Примечание – составлено автором самостоятельно
Рисунок 5 – Размещение баннерной рекламы в интернете

4. Группа в социальной сети «ВКонтакте».

Помимо сайта у ТОО «Expert Oil» имеется группа в социальной сети «ВКонтакте». На данный момент она малоизвестна, но это можно легко исправить благодаря рекламе в других, более известных сообществах. Чтобы создать рекламное объявление сначала создаётся его макет (рисунок 6).



*Примечание – составлено автором самостоятельно
Рисунок 6 – Создание макета рекламы группы «ВКонтакте»*

Данные, которыми заполняется объявление:

- формат объявления;
- описание товара;
- тематика, подраздел объявления;
- настройка целевой аудитории.

Такая реклама является платной. Формы оплаты:

- оплата за переход (оплата за каждого человека, который перешёл в группу кликнул по объявлению);
- оплата за показ (оплата за количество раз, когда объявление было размещено в определённых группах).

В самой группе указаны часы и дни работы магазина, нахождение магазина, небольшая информация о продукции и почта на случай, если клиент по каким-либо причинам не захочет связываться с представителем организации в социальной сети «ВКонтакте». Что бы группа развивалась, необходимо влияние финансовых средств.

5. Разработка CRM системы.

На самом деле, CRM-системой можно считать любой вариант контроля и учета, который поможет улучшить взаимодействие с клиентами. Даже если вы ведете историю звонков и контактов на бумаге или в Excel – это можно считать CRM-системой в том случае, если разработанная схема учета и контроля работает и позволяет контролировать все варианты взаимодействия с клиентами. Конечно, такие методы ведения учета уходят в прошлое, ведь в современном мире без эффективной автоматизации сложно представить себе работу любого

бизнеса. А потому, когда говорят о CRM-системе, обычно подразумевают специальное программное обеспечение [5].

В среднем и малом бизнесе самое главное требование – это не потерять клиента. Не столь важно, будут ли отправляться контактному лицу поздравления с днем рождения или с Новым годом, или каким образом будет происходить взаимодействие. Главное – это не потерять клиента, не потерять взаимодействия, чтобы все усилия, которые были потрачены на его привлечение, не пропали даром. А потому очень важно контролировать поток входящих звонков и поступление запросов с сайта, по email и т.д.

6. E-mail маркетинг.

E-mail маркетинг – важный инструмент работы с целевой аудиторией и продвижения в Интернете, способствующий прямому общению между бизнесом и покупателями. Целью таких усилий является укрепление лояльности и рост продаж. У ТОО «Expert Oil» он развит слабо и нуждается в развитии.

Организация ТОО «Expert Oil» пользуется рассылкой коммерческих предложений по электронной почте, но это лишь один из инструментов E-mail маркетинга.

Помимо рассылки коммерческих предложений можно оповещать клиентов о новых акциях или продукции. Можно отправлять письмо с приветствием или благодарностью за регистрацию на сайте организации. Так же электронную почту можно использовать для личного общения с клиентом и индивидуально консультировать его.

Несмотря на появление всё новых инструментов корпоративной политики в сети Интернет, E-mail маркетинг остаётся актуальным. ТОО «Expert Oil» имеет все возможности для его развития и эффективного использования.

Заключение

Итак, можно сделать вывод, что для развития корпоративной политики в сети Интернет в ТОО «Expert Oil» нужно переработать оформление сайта, расширить ассортимент, добавить функцию подбора масла, улучшить работу обратной связи, разработать мобильное приложение сайта. Необходимо, после переработки сайта, продвинуть его в поисковых системах как можно выше. Так же нужно финансировать группу в социальной сети «ВКонтакте» для её дальнейшего развития, создать CRM систему и продолжать развитие E-mail маркетинга.

Список использованной литературы

1. Устав ТОО «Expert Oil»
2. Джефкинс Ф. Реклама: учебное пособие для вузов. Пер. с англ. Под ред. Ерёминой Б.Л. / Ф. Джефкинс – М.: Юнити-Дана, 2018. – С. 543.
3. Иванов И. SEO: поисковая оптимизация от А до Я / И. Иванов, Д. Голополов – М.: Интернет-издание, 2020. – С. 536.
4. Зувев М.Б. Продвижение сайтов в поисковых системах / М.Б. Зувев, П.А. Маурус – М.: Бином. 2019. – С.305.
5. Корнев К. Особенности Интернет-коммуникации и типы Интернет-пользователей в молодёжной среде / К. Корнев – СПб., 2020. – С. 76-85.

МРНТИ 06.51.25

Кошкарбаев К.У.,¹ Ли Яо¹

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

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ФИНАНСОВОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Аннотация

В рассматриваемой статье представлены этапы последовательной разработки финансовой стратегии с учетом необходимости учета многих факторов риска при формировании финансовой стратегии компаний в условиях рыночной экономики.

Современные условия хозяйствования предприятий характеризуются высокой динамичностью экономических процессов, разнонаправленными темпами их развития, существенной неопределенностью в выборе наиболее рациональных направлений развития, значительным воздействием на параметры предприятия факторов внешней среды. Данное обстоятельство приводит к резкому возрастанию роли и значения долговременных программ развития предприятия, которые обычно выражаются в виде стратегии развития.

Формирование стратегически ориентированных программ развития предприятия требуется для того, чтобы снизить риски деятельности, обеспечить прогнозирование перспектив, оценить внутренний потенциал и ресурсные возможности, скоординировать действия всех подсистем управления для достижения поставленных целей.

Выявлены перспективные варианты построения новых стратегических финансовых моделей в рамках применения матричного подхода. Обозначены направления переориентации классических моделей стратегического менеджмента в сферу финансового управления. Система матричных карт и комплексная оценка конкурентной позиции определяются в качестве основы стратегического управления в области финансов.

Ключевые слова: модели финансовых стратегий, перспективы, разработка, матричные карты, конкурентная позиция, предприятие.

К.У. Кошкарбаев,¹ Ли Яо¹

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

КӘСПОРЫНДАРДЫҢ ҚАРЖЫЛЫҚ СТРАТЕГИЯСЫН ҚАЛЫПТАСТЫРУ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ

Аңдатпа

Қарастырылып отырған мақалада нарықтық экономика жағдайында компаниялардың қаржылық стратегиясын қалыптастыру кезінде көптеген қауіп факторларын ескеру қажеттілігін ескере отырып, қаржылық стратегияны дәйекті түрде әзірлеудің кезеңдері берілген.

Кәсіпорындарды басқарудың қазіргі жағдайлары экономикалық процестердің жоғары динамизмімен, олардың дамуының көп бағытты қарқынымен, дамудың ең ұтымды бағыттарын

таңдаудағы айтарлықтай белгісіздікпен, кәсіпорынның параметрлеріне қоршаған орта факторларының айтарлықтай әсерімен сипатталады. Бұл жағдай кәсіпорынның ұзақ мерзімді даму бағдарламаларының рөлі мен маңыздылығының күрт өсуіне әкеледі, олар әдетте даму стратегиясы түрінде көрінеді.

Кәсіпорынның стратегиялық бағдарланған даму бағдарламаларын қалыптастыру қызмет тәуекелдерін азайту, перспективаларды болжауды қамтамасыз ету, ішкі әлеует пен ресурстық мүмкіндіктерді бағалау, мақсаттарға қол жеткізу үшін басқарудың барлық ішкі жүйелерінің әрекеттерін үйлестіру үшін қажет.

Матрицалық тәсілді қолдану аясында жаңа стратегиялық қаржылық модельдерді құрудың перспективалық нұсқалары анықталды. Қаржылық басқару саласындағы стратегиялық менеджменттің классикалық модельдерін қайта бағдарлау бағыттары белгіленді. Матрицалық карталар жүйесі және бәсекелестік позицияны кешенді бағалау қаржы саласындағы стратегиялық басқарудың негізі ретінде анықталады.

Түйін сөздер: қаржылық стратегия модельдері, перспективалар, әзірлеу, матрицалық карталар, бәсекелестік позиция, кәсіпорын.

K.Koshkarbayev, ¹Li Yao¹

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

FEATURES OF THE FORMATION OF THE FINANCIAL STRATEGY OF ENTERPRISES

Abstract

This article presents the stages of the consistent development of a financial strategy, taking into account the need to take into account many risk factors when forming a financial strategy of companies in a market economy.

Modern business conditions of enterprises are characterized by high dynamism of economic processes, multidirectional rates of their development, significant uncertainty in the choice of the most rational directions of development, significant impact on the parameters of the enterprise of environmental factors. This circumstance leads to a sharp increase in the role and importance of long-term enterprise development programs, which are usually expressed in the form of a development strategy.

The formation of strategically oriented enterprise development programs is required in order to reduce the risks of activity, to provide forecasting of prospects, to assess internal potential and resource capabilities, to coordinate the actions of all management subsystems to achieve the goals.

Promising options for building new strategic financial models within the framework of the matrix approach have been identified. The directions of reorientation of classical models of strategic management in the sphere of financial management are indicated. The system of matrix maps and a comprehensive assessment of the competitive position are defined as the basis of strategic management in the field of finance.

Keywords: financial strategy models, prospects, development, matrix maps, competitive position, company.

Происходящие в настоящее время трансформационные процессы на отечественных предприятиях, во многом связаны с финансами. Анализ денежных потоков, поиск эффективных

источников финансирования, эффективных инвестиционных решений, разработка различных видов бухгалтерской и финансовой отчетности и налоговой политики – все это является основным требованием деятельности предприятий в настоящее время.

В целом, при формировании финансовой стратегии на любом предприятии, решение о выборе структуры источников финансирования должно учитывать положение предприятия на рынке, инвестиционные возможности, потребность в финансировании, специфику организационно-правовой формы и дивидендную политику.

Основная цель финансовой стратегии-обеспечение высоких темпов экономического развития и повышение конкурентных позиций предприятия. А также обеспечение предприятия необходимыми и достаточными финансовыми ресурсами. Если тенденции развития товарного и финансового рынка не совпадают, может возникнуть ситуация, когда цели общей стратегии развития предприятия не могут быть реализованы из-за финансовых ограничений. В этом случае финансовая стратегия предприятия вносит определенные коррективы в общую стратегию развития «в соответствии с таблицей 1» [1].

Таблица 1-Финансовые и стратегические цели предприятия

Финансовые цели	Стратегические цели
Рост доходов	Увеличение доли рынка
Рост дивидендов	Повышение качества товаров
Рост дохода на инвестированный капитал	Низкие затраты по сравнению с конкурентами
Повышение кредитного и облигационного рейтинга	Расширение ассортимента продукции и повышение их привлекательности
Рост денежных потоков	Укрепление репутации перед потребителями
Повышение курсов акций	Повышение уровня обслуживания
Оптимизация и улучшение структуры источников доходов	Расширение восприятия инноваций

Примечание-таблица составлена автором на основе [1]

Финансовая стратегия предприятия решает задачи, обеспечивающие финансовую устойчивость предприятия в рыночных условиях.

Для наиболее эффективного формирования финансовой стратегии при изучении направлений использования риск-менеджмента, следует обратить внимание на анализ трех основных видов рисков, связанных с деятельностью предприятий. А именно: мониторинг, платежеспособность организации и финансовая стабильность. Учитывая необходимость учета многих факторов риска при формировании финансовой стратегии компаний в условиях рыночной экономики, рассмотрим *следующие этапы последовательной разработки финансовой стратегии [2]:*

– На первом этапе разработать не одну, а ряд альтернативных стратегий, позволяющих впоследствии выбрать финансовую стратегию, отвечающую миссии и поставленным целям. Это позволяет оценить перспективу финансово-хозяйственной деятельности предприятия, а также выбрать потенциально эффективный вариант.

– На втором этапе прорабатывается финансовая стратегия развития предприятия в той мере, в какой она наиболее точно соответствует целям предприятия, и выявляется альтернатива, явно не отвечающая целям предприятия.

– На третьем этапе анализируются финансовый потенциал и альтернативные стратегии, адекватные поставленным целям. Выбирается и принимается одна общая стратегия, которая затем уточняется, развивается и дополняется экономическим содержанием.

Финансовая стратегия является одним из основных инструментов управления предприятием. Поэтому финансовая стратегия предполагает, что предприятию необходимо разработать *стратегический, тактический и оперативный план*, так как система рыночных отношений тесно связана с финансовыми показателями.

Процесс формирования финансовой стратегии компании осуществляется по следующим этапам «согласно рисунку 1» [3].:

1. Определение общего этапа формирования финансовой стратегии. Данный период формируется в зависимости от: продолжительности периода, принятого для формирования корпоративной стратегии развития предприятия; прогноза развития экономики в целом и конъюнктуры сегментов финансового рынка в зависимости от будущей финансовой деятельности компании; стадии жизненного цикла и так далее.

2. Исследование факторов внешней финансовой среды. На данном этапе исследование предопределяет изучение экономико-правовых условий финансово-хозяйственной деятельности предприятия и его возможных изменений в будущем. Кроме того, на данном этапе разработки финансовой стратегии анализируется конъюнктура финансового рынка и ее определяющие факторы, а также разрабатывается прогноз конъюнктуры в разрезе отдельных сегментов данного рынка в зависимости от предстоящей финансовой деятельности предприятия.

3. Оценка сильных и слабых сторон, определяющих особенности финансовой деятельности компании. В процессе такой оценки необходимо определить, обладает ли предприятие достаточным потенциалом для использования открываемых инвестиционных возможностей, а также определить, какие его внутренние характеристики ослабляют результативность финансовой деятельности. Для диагностики внутренних проблем осуществления данной деятельности используется метод управленческого исследования предприятия, основанный на изучении различных функциональных зон предприятия, обеспечивающих развитие финансовой деятельности.



*Рисунок 1- Основные этапы процесса разработки и реализации финансовой стратегии предприятия
Примечание-Рисунок составлен на основе [3]*

4. *Комплексная оценка стратегической финансовой позиции предприятия.* В процессе такой оценки должно быть получено четкое представление об основных параметрах, характеризующих возможности и ограничения развития финансовой деятельности предприятия: каков уровень стратегического мышления собственников, управляющих и финансовых менеджеров предприятия; уровень знаний финансовых менеджеров о состоянии и предстоящей динамике важнейших элементов внешней среды; эффективность функционирующих на предприятии систем финансового анализа, планирования и контроля; определить, в какой мере они направлены на решение стратегических задач и так далее.

5. *Формирование стратегических целей финансовой деятельности предприятия.* Главной целью данной деятельности является повышение уровня благосостояния владельцев предприятия и максимизация его рыночной стоимости. Система стратегических целей должна обеспечивать выбор наиболее эффективных направлений финансовой деятельности; формирование достаточного объема финансовых ресурсов и оптимизацию их состава; приемлемость уровня финансовых рисков в процессе осуществления предстоящей хозяйственной деятельности и многое др.

6. Разработка целевых стратегических нормативов финансовой деятельности. Их разработка является базой для принятия основных управленческих решений и обеспечения контроля за выполнением финансовой стратегии.

7. Принятие основных стратегических финансовых решений. На данном этапе, исходя из целей и целевых стратегических нормативов финансовой деятельности, определяются главные стратегии финансового развития предприятия в разрезе отдельных доминантных отраслей, финансовая политика по отдельным аспектам его финансовой деятельности, формируется портфель альтернатив стратегических подходов к реализации намеченных целей и осуществляется их оценка и отбор. Это позволит сформировать комплексную программу стратегического финансового развития предприятия.

8. Оценка разработанной финансовой стратегии. Такая оценка проводится по системе специальных экономических и неэкономических критериев, устанавливаемых предприятием. По результатам оценки в разработанную финансовую стратегию вносятся необходимые корректировки, после чего она принимается к реализации.

9. Обеспечение реализации финансовой стратегии. В процессе реализации финансовой стратегии наряду с заранее намеченными стратегическими мероприятиями разрабатываются и реализуются новые управленческие решения, связанные с неожиданным изменением факторов внешней финансовой среды.

10. Организация контроля за реализацией финансовой стратегии. Данный контроль осуществляется на основе стратегического финансового контроллинга, отражающего ход реализации основных стратегических целевых нормативов финансовой деятельности предприятия [4].

Таким образом, формирование финансовой стратегии предприятия играет следующую важную роль в обеспечении эффективного развития организации:[5]

– Финансовая стратегия обеспечивает механизм реализации долгосрочных общих и финансовых целей будущего экономического и социального развития предприятия, а также его отдельных структурных подразделений.

– Позволяет точно оценить финансовые возможности предприятия, обеспечить максимальное использование его внутреннего финансового потенциала и возможность активного маневрирования финансовыми ресурсами.

– Обеспечивает возможность быстрой реализации новых перспективных инвестиционных возможностей, возникающих в процессе динамичных изменений внешней среды.

– Финансовая стратегия учитывает возможные варианты развития неконтролируемых факторов внешней среды предприятия и позволяет снизить их негативное влияние на деятельность предприятия.

– Показывает сравнительные преимущества компании по сравнению с ее финансовыми конкурентами.

– Наличие финансовой стратегии обеспечивает четкую связь между стратегическим, текущим и оперативным управлением финансовой деятельностью компании.

– В системе финансовой стратегии формируется сущность оценки основных критериев выбора важных финансовых управленческих решений.

– Разработанная финансовая стратегия является одной из основных предпосылок стратегических изменений в общей организационной структуре и культуре предприятия.

Список использованной литературы

1. Палян Э.С. Финансовая стратегия как основополагающий элемент стратегического управления финансами предприятия // Вестник современных исследований. 2018. № 5.4 (20). С. 302–304.

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

МРНТИ 21.41.63

Гао Вэньпин¹, Канабекова М.А.¹

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

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СИСТЕМЫ ВНУТРИФИРМЕННОГО ПЛАНИРОВАНИЯ

Аннотация

В статье рассматривается содержание внутрифирменного планирования на предприятии, как часть научно обоснованной системы планирования производства, её практическое назначение, раскрывается механизм планирования в экономической организации с учетом отечественного и зарубежного опыта. В современных условиях планирование играет важную роль в развитии любого предприятия. Планирование – это вид управленческой деятельности по определению системы, связанный с постановкой целей и задач, выбором путей и способов их достижения, разработкой на этой основе плановых заданий, распределение необходимых ресурсов. Планирование организации начинается, когда команда высшего руководства определяет краткосрочные и долгосрочные цели компании. После того как эти цели определены и уточнены, необходимо разработать конкретные стратегии и планы для достижения этих целей. Планирование организации гарантирует, что есть видение и перспектива для бизнеса. Цели, которые ставит компания, должны быть достаточно реалистичными, чтобы быть реализованными в рамках ресурсов организации.

Ключевые слова: системный подход, система внутрифирменного планирования, контроль, стимулирование, системные характеристики, фирма.

Гао Вэньпин¹, М.А. Канабекова¹

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

ФИРМАШІЛІК ЖОСПАРЛАУ ЖҮЙЕСІН ЖЕТІЛДІРУДІҢ ТЕОРИЯЛЫҚ НЕГІЗДЕРІ

Аннотация

Мақалада өндірісті жоспарлаудың ғылыми негізделген жүйесінің бөлігі ретінде кәсіпорындағы ішкі жоспарлаудың мазмұны, оның практикалық мақсаты қарастырылады, отандық және шетелдік тәжірибені ескере отырып, экономикалық ұйымдағы жоспарлау механизмінің мәні ашылады. Қазіргі жағдайда жоспарлау кез-келген кәсіпорынның дамуында

маңызды рөл атқарады. Жоспарлау – бұл мақсаттар мен міндеттерді қоюға, оларға қол жеткізудің жолдары мен тәсілдерін таңдауға, осы негізде жоспарланған тапсырмаларды әзірлеуге және қажетті ресурстарды бөлуге байланысты жүйені анықтауға арналған басқарушылық қызмет түрі. Ұйымды жоспарлау жоғары басшылық тобы компанияның қысқа мерзімді және ұзақ мерзімді мақсаттарын анықтаған кезде басталады. Осы мақсаттар анықталып, нақтыланғаннан кейін, оларға жету үшін нақты стратегиялар мен жоспарлар жасау қажет. Ұйымды жоспарлау бизнес үшін көзқарас пен перспективаның болуын қамтамасыз етеді. Компанияның алға қойған мақсаттары ұйымның ресурстары аясында жүзеге асырылуы үшін шынай болуы керек.

Түйін сөздер: жүйелік тәсіл, ішкі жоспарлау жүйесі, бақылау, ынталандыру, жүйелік сипаттамалар, фирма.

Gao Wenping¹, M.A. Kanabekova¹

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

THEORETICAL FOUNDATIONS OF IMPROVING THE SYSTEM OF INTRA-COMPANY PLANNING

Abstract

The article examines the content of intra-company planning at the enterprise, as part of a scientifically based production planning system, its practical purpose, reveals the mechanism of planning in an economic organization taking into account domestic and foreign experience. In modern conditions, planning plays an important role in the development of any enterprise. Planning is a type of management activity to determine the system associated with setting goals and objectives, choosing ways and means to achieve them, developing planned tasks on this basis, and allocating the necessary resources. Organization planning begins when the senior management team determines the short-term and long-term goals of the company. Once these goals are defined and clarified, it is necessary to develop specific strategies and plans to achieve these goals. Organization planning ensures that there is a vision and perspective for the business. The goals set by the company must be realistic enough to be implemented within the resources of the organization.

Keywords: system approach, intra-company planning system, control, stimulation, system characteristics, firm.

В современных условиях развития отечественной экономики грамотное планирование экономической деятельности организаций является важной предпосылкой их развития, обеспечивающей эффективное распределение и потребление производственных ресурсов. Предпринимательская деятельность в современном мире претерпела существенные изменения, которые проявляются в обострении конкурентной борьбы, в переходе к многономенклатурному производству в условиях короткого жизненного цикла товаров, изменчивости позиций ассортимента. В результате меняется и содержание плановой работы, возрастает объем ее деятельности.

Опыт зарубежных и казахстанских предприятий показывает, что недооценка планирования производственной деятельности зачастую приводит к большим, неоправданным экономическим потерям. Хотя на многих предприятиях осуществляется внутрифирменное планирование производственной деятельности и технологического развития производственных подразделений, но отсутствует системный подход к внутрифирменному планированию и планирование организационно-экономического развития практически не осуществляется. Планирование выступает центральной частью интегрированных систем

управления. Поэтому актуализируется необходимость разработки методики и показателей планирования организационно-экономического развития, позволяющих целенаправленно формировать управленческий инструментарий, применение которого обеспечивает улучшение показателей предприятий.

Планирование организации гарантирует, что есть видение и перспектива для бизнеса. Цели, которые ставит компания, должны быть достаточно реалистичными, чтобы быть реализованными в рамках ресурсов организации. Неспособность поразить цели, которые находятся вне досягаемости, может деморализовать компанию. Цель также должна быть количественно измерима. Таким образом, компания может отслеживать свой прогресс в течение всего периода, проверяя, как далеко они продвинулись и сколько еще им осталось пройти. Также важно наметить временные рамки для достижения цели, например, в течение финансового года или квартала. Таким образом, компания может установить крайние сроки проекта, чтобы держать всех в курсе.

Помимо определения целей и разработки планов их достижения, внутрифирменное планирование охватывает кадровое обеспечение и распределение ресурсов. Для выполнения своих функций необходимы соответствующие люди, а также необходимые ресурсы, в том числе финансовые, производственные, материальные, для того чтобы организация могла успешно осуществлять свои планы.

Планирование имеет большое значение для бизнеса, что выражается в следующем.

- *Эффективное использование ресурсов.* Все организации, большие и малые, имеют ограниченные ресурсы. Процесс планирования предоставляет информацию, необходимую руководству для принятия эффективных решений о том, как распределять ресурсы для достижения своих целей. Производительность максимальна, и ресурсы не тратятся на проекты с небольшим шансом на успех.

- *Установление целей организации.* Постановка целей, которые бросают вызов всем в организации, чтобы стремиться к лучшей производительности, является одним из ключевых аспектов процесса планирования. Организации не могут позволить себе быть слишком довольными тем, как они сейчас работают, или они могут потерять позиции для конкурентов. Цель – это желаемое будущее состояние, которое организация пытается реализовать. Цели важны, потому что организация существует для определенной цели, а цели определяют и формулируют эту цель. Цели определяют будущие ориентиры. Они должны быть агрессивными, но реалистичными и быть количественно измеримыми.

- *Управление рисками и неопределенностью.* Управление рисками имеет важное значение для успеха организации. Даже крупнейшие корпорации не могут контролировать экономическую и конкурентную среду вокруг них. Происходят непредвиденные события, которые необходимо быстро устранить, прежде чем негативные финансовые последствия этих событий станут серьезными. Планирование поощряет разработку сценариев «что, если», где менеджеры пытаются предвидеть возможные факторы риска и разрабатывать планы действий в чрезвычайных ситуациях для их устранения. В бизнесе происходят быстрые изменения, и организации должны быть в состоянии быстро адаптировать свои стратегии к этим меняющимся условиям. Планирование организации помогает компаниям быть стратегическими в том, как они принимают ключевые решения. Когда есть более крупные цели компании, то легче прийти к определенным решениям, используя стратегический метод.

- *Корпоративный дух и сотрудничество.* Планирование способствует формированию команды и духа сотрудничества. Когда план составлен и доведен до сведения членов

организации, все знают, каковы их обязанности и как другие области организации нуждаются в их помощи и опыте для выполнения поставленных задач. Они видят, как работа каждого способствует успеху организации в целом и может гордиться их вкладом. Люди менее склонны возмущаться бюджетными целями, когда они участвуют и имеют право голоса при их создании. В этой ситуации потенциальный конфликт может быть уменьшен, когда в процессе постановки целей информация для планов высшему руководству предоставляют нижние звенья и подразделения компании.

- *Создание конкурентных преимуществ.* Планирование помогает организациям получить реалистичное представление о своих сильных и слабых сторонах по сравнению с основными конкурентами. Команда менеджеров видит области, где конкуренты могут быть уязвимы, а затем разрабатывает маркетинговые стратегии, чтобы воспользоваться этими недостатками. Наблюдение за действиями конкурентов помогают определить упущенные возможности организации такие, как появление новых рынков или новых потребителей и клиентов. Аналогичным образом, планирование организации может помочь компаниям развить свои сильные стороны. Если есть конкретные области, в которых организация преуспевает, было бы разумно играть на них больше, чтобы развивать бизнес.

Из пяти функций управления-планирования, организации, укомплектования персоналом, руководства и контроля-планирование фирмы является наиболее фундаментальным. Все остальные функции вытекают из планирования. В то же время планирование взаимодействует с другими функциями управления, как организация и координация деятельности, контроль, регулирование и стимулирование [1, с. 97]. Менеджеры должны понимать, что процесс планирования не так прост, как они думали, или что даже самые продуманные планы могут оказаться ошибочными. Настройка компании на успех является одной из главных причин, почему они должны использовать планирование организации. Разрабатывая планы и процессы, компания может работать над совершенствованием процедур, которые постоянно вводятся в действие. Совершенствование методов работы компании помогает им также получить конкурентное преимущество, что также может увеличить их бизнес.

Прежде чем менеджер сможет выполнить какие-либо другие функции, он должен сначала разработать план. План – это план достижения цели, в котором указаны необходимые ресурсы, графики, задачи и другие действия.

Слово внутрифирменное планирование включает в себя обе идеи: оно означает определение целей организации и определение средств для их достижения. Планирование позволяет менеджерам адаптироваться к окружающей среде, а не просто реагировать на нее. Планирование увеличивает вероятность выживания в бизнесе благодаря активному прогнозированию и управлению рисками, которые могут возникнуть в будущем. Следовательно, планирование подготовка сегодня к завтра. Именно деятельность позволяет менеджерам определить, чего они хотят и как они этого добьются.

Планирование в общепринятом понимании – это рациональное распределение ресурсов для достижения поставленных целей. Более глубокий анализ различных литературных источников показал, что внутрифирменное планирование – это многоаспектное явление (рисунок 1)

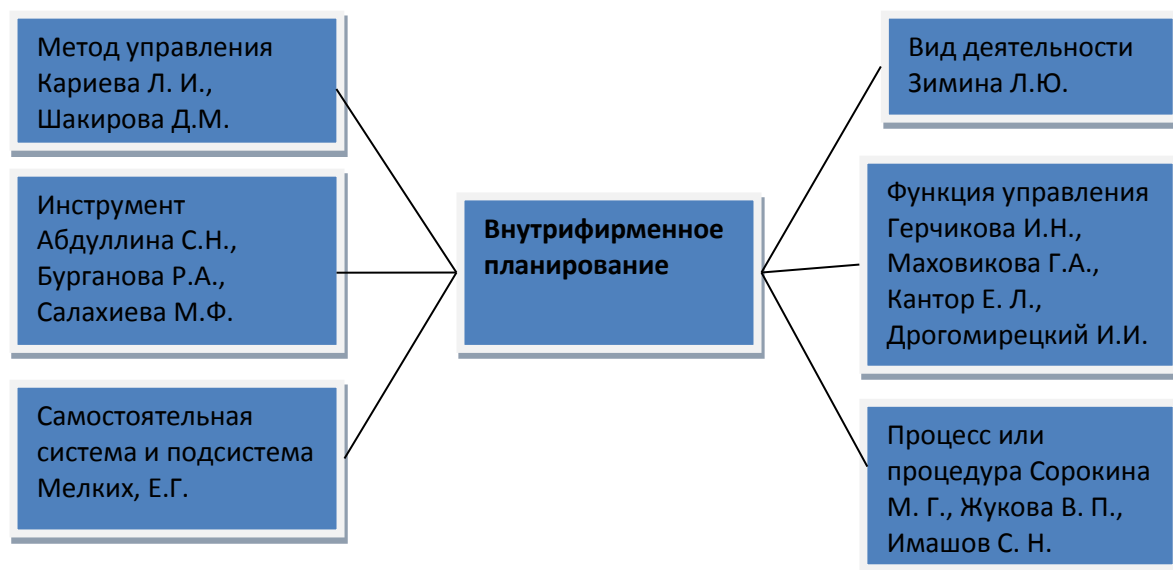


Рисунок 1 – Различные аспекты понятия внутрифирменного планирования

Примечание – составлено на основе источников [2]

На основе обобщения различных точек зрения можно сделать вывод о том, что внутрифирменное планирование – это деятельность по разработке адекватных внешней среде целей предприятия и обеспечению их реализации эффективными инструментами планирования при оптимальном (наиболее полном и согласованном) использовании его внутренних и внешних ресурсов.

Преимущества внутрифирменного планирования многочисленны. Планирование решает следующие задачи [2].

Позволяет компании полностью раскрыть свой потенциал. Используя системный подход, компании могут определить, куда они хотят пойти, а затем реализовать шаги, которые они могут использовать, чтобы добраться туда. Если организация заинтересована в росте и не совсем знает, как его достичь, то планирование организации может помочь определить шаги, которые необходимо предпринять, как для определения своих целей, так и для их достижения.

Дает организации чувство направления. Без планов и целей организации просто реагируют на повседневные события, не задумываясь о том, что произойдет в долгосрочной перспективе. Например, решение, которое имеет смысл в краткосрочной перспективе, не всегда имеет смысл в долгосрочной перспективе. Планы избегают этой дрейфующей ситуации и гарантируют, что усилия на коротком расстоянии будут поддерживать и согласовываться с будущими целями.

Повышает эффективность организации. Планы держат людей, которые выполняют их, сосредоточенными на ожидаемых результатах. Кроме того, сохранение цели также мотивирует сотрудников. Он фокусируется на работе и ресурсах всей организации, создает четкое и убедительное представление о том, что команда и правление желают развиваться с надлежащей координацией на пути к успеху.

Создает основу для совместной работы. Разнообразные группы не могут эффективно сотрудничать в совместных проектах без комплексного плана.

Помогает предвидеть проблемы и справляться с изменениями. Когда руководство планирует, оно может помочь прогнозировать будущие проблемы и вносить любые необходимые изменения заранее, чтобы избежать их. Планирование этих потенциальных проблем помогает минимизировать ошибки и уменьшить «неожиданности», которые неизбежно происходят [3].

Предоставляет руководящие принципы для принятия решений. Решения ориентированы на будущее. Если у руководства нет планов на будущее, у них будет мало руководящих принципов для принятия текущих решений. Если компания знает, что она хочет представить новый продукт через три года, ее руководство должно помнить о решениях, которые они принимают сейчас. Планы помогают руководителям и сотрудникам следить за общей картиной.

Служит необходимым условием для использования всех других функций управления. Планирование является первичным, потому что, не зная, чего хочет достичь организация, руководство не может разумно предпринять какие-либо другие основные управленческие действия: организацию, укомплектование персоналом, руководство и / или контроль.

Внутрифирменное планирование является частью экономического планирования и осуществляется на уровне предприятия. Внутрифирменное планирование и планирование предприятия – это понятия синонимы [4]. В литературных источниках приведены различные виды и классификации внутрифирменного планирования, среди классификационных признаков обычно выделяют сроки или период планирования, характер плановых заданий, сферу планирования, иерархический уровень [5,6].

Люди часто путают роль планирования и плановости. Они представляют собой разные методологии и используют другой набор инструментов. Планирование имеет футуристический взгляд и устанавливает ожидаемые сроки, а плановость фокусируется на повседневной деятельности организации.

Функция планирования в управлении является одной из важнейших. Это включает в себя постановку целей компании, а затем управление ресурсами для достижения таких целей. Это систематический процесс, включающий восемь этапов [7].

1. *Анализ внешней и внутренней среды.* Важной частью процесса планирования является знание деловых возможностей как во внешней среде фирмы, так и внутри самой фирмы. Как только такие возможности будут признаны, менеджеры могут распознавать действия, которые необходимо предпринять для их реализации. Надо реалистично взглянуть на перспективу этих новых возможностей и провести SWOT-анализ.

2. *Постановка целей.* Это самый важный шаг процесса планирования, определение того, что должно быть выполнено в течение периода планирования. Видение и формулировка миссии дают долгосрочное, широкое руководство о том, куда движется организация и как она туда доберется. Процесс планирования должен определять конкретные цели и показывать, как цели поддерживают видение и миссию. Цели должны быть изложены в измеримых терминах, где это возможно. Например, цель должна состоять в том, чтобы «увеличить продажи на 15 процентов в следующем квартале», а не «максимально увеличить продажи».

Цели могут быть как долгосрочными, так и краткосрочными. Они указывают конечный результат, которого компания хочет достичь. Таким образом, цели будут зависеть от менеджеров, а также будут направлять и подталкивать сотрудников в правильном направлении.

3 *Стратегический анализ.* Планирование требует сделать некоторые предположения о будущем. Известно, что условия будут меняться по мере реализации планов, и менеджеры должны делать прогнозы относительно того, какими будут изменения. К ним относятся изменения внешних условий (законы и нормативные акты, действия конкурентов, доступность новых технологий) и внутренних условий (каким будет бюджет, результаты обучения сотрудников, строительство нового здания). Важно, чтобы эти предпосылки были четко указаны в начале процесса планирования. Менеджеры должны отслеживать условия по мере реализации плана. Если анализ не окажется точным, план, вероятно, придется изменить [3].

4. *Определение альтернатив.* Не существует единого способа достижения целей фирмы, существует множество вариантов. Менеджеры должны определить возможные альтернативы и

оценить, насколько сложно будет реализовать каждый из них и насколько вероятно, что каждый из них приведет к успеху. Для менеджеров важно искать информацию из разных источников при определении альтернатив. Разные перспективы могут обеспечить разные решения. Проблема на этом этапе не в том, чтобы найти альтернативы, а в том, чтобы сузить их до разумного количества вариантов, чтобы все они могли быть тщательно оценены.

5. *Анализ альтернативного курса действий* – это оценка и тщательное изучение каждого из альтернативных планов. Каждый вариант будет проходить экспертизу, где будут взвешиваться все плюсы и минусы. Альтернативные планы должны оцениваться в свете организационных целей. Подробный расчет и анализ выполняются для того, чтобы план был способен достичь поставленных целей наилучшим и наиболее эффективным способом.

6. *Выбор альтернативы*. Здесь лучший и наиболее выполнимый план будет выбран для реализации. Идеальный план является наиболее прибыльным с наименьшим количеством негативных последствий и также адаптируется к динамическим ситуациям. Выбор основан на научном анализе и математических уравнениях. Но интуиция и опыт менеджеров также должны сыграть большую роль в этом решении. Иногда несколько разных аспектов разных планов объединяются, чтобы придумать один идеальный план.

7. *Разработка плана поддержки*. После того, как выбран план, который будет реализован, менеджерам придется придумать один или несколько планов поддержки. Эти второстепенные планы помогают в реализации основного плана. Например, планы по найму большего количества людей, обучению персонала, расширению офиса и т. д. Поддерживают планы по основному плану запуска нового продукта. Таким образом, все эти вторичные планы на самом деле являются частью основного плана. Далее руководители должны определить ресурсы, необходимые для реализации плана. Они должны изучить ресурсы, которыми располагает в настоящее время организация, какие новые ресурсы потребуются, когда они потребуются и откуда они поступят. Ресурсы могут включать людей с определенными навыками и опытом, оборудованием и техникой, технологиями или деньгами. Этот шаг должен быть выполнен в сочетании с предыдущим, потому что каждая альтернатива требует различных ресурсов. Частью процесса оценки является определение стоимости и доступности ресурсов.

8. *Реализация плана*. Когда все другие функции управления вступают в игру, и план приводится в действие для достижения целей организации. Инструменты, необходимые для такой реализации, включают типы планов, процедур, политик, бюджетов, правил, стандартов и т. д. [7].

Очень важно, чтобы менеджеры могли отслеживать ход выполнения плана. План должен определить, какие задачи являются наиболее важными, какие задачи с наибольшей вероятностью столкнутся с проблемами, а какие могут вызвать узкие места, которые могут задержать выполнение общего плана. Затем менеджеры могут определить показатели производительности и запланировать этапы для отслеживания прогресса. Регулярный мониторинг и корректировка по мере реализации плана должны быть встроены в процесс, чтобы гарантировать, что все будет в порядке.

Планирование организации может применяться к любому размеру компании, будь то малый предпринимательский бизнес или многонациональный конгломерат. В любой ситуации руководящей команде крайне важно определить цели компании и наметить планы их достижения, а также ресурсы, необходимые для достижения этих целей. Четко сформулированный план показывает широкой общественности, спонсорам и ключевым партнерам, что компания максимально оптимально использует свои активы в интересах клиентов, которым она служит. Уровень и качество внутрифирменного планирования определяются следующими важнейшими условиями: компетентностью руководства фирмой на всех уровнях управления; квалификацией специалистов, работающих в функциональных

подразделениях; наличием информационной базы и обеспеченностью компьютерной техникой.

Список использованной литературы

1. Акофф Р. Планирование будущего корпорации. Пер. с англ. – М.: Сирин, 2002. – С.256.
2. Абдуллина С.Н., Бурганова Р.А., Салахиева М.Ф. Внутрифирменное планирование. Конспект лекций / С.Н.Абдуллина, Р.А.Бурганова, М.Ф.Салахиева; Каз.федер.ун-т. – Казань, 2013. – С. 89.
3. Зими́на Л.Ю. Методологические основы внутрифирменного планирования: Учебное пособие. – Ульяновск, УлГУ, 2017 – С. 115.
4. Планирование на предприятии: учебное пособие / Т.Г. Рыжжакина.-Томский политехнический университет. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2015. – С.193.
5. Бухалков М.И. Внутрифирменное планирование: учебник / М.И. Бухалков. - 4-е изд., испр. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2019 – С.340.
6. Тонких И.И. Анализ выбора и использования инструментов стратегического управления / И.И. Тонких // В сборнике: Инновационное развитие экономики. Будущее России. материалы и доклады VI Всероссийской (национальной) научно-практической конференции. 2019. – С. 118-121.
7. Внутрифирменное планирование : учебник / под ред. С.Н. Кушкина, В.Я. Позднякова, Е.С. Васильевой. –3-е изд., перераб. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2016. – С.322.

МРНТИ 06.77.59

Тын Да.¹, Изеев С.Н.¹

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

МИРОВОЙ ОПЫТ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ РЫНКА ТРУДА

Аннотация

Кардинальные изменения, происходящие в последние годы в современной модели экономического развития, требуют формирования новых подходов в создании научно обоснованных) инструментов оптимального функционирования рынка труда. В настоящее время Казахстан вступил в новую эпоху, когда процессы интеграции ускоряются, мир становится чрезвычайно взаимозависимым, перемещение капиталов, людей, информации практически не знает границ, а многие из особенностей, которые еще недавно характеризовали рынок труда и сферу занятости, подверглись радикальному преобразованию. Сегодня рынок труда испытывает значительное воздействие открытости экономики, активизации внешнеэкономических связей, роста влияния международной трудовой миграции. Именно поэтому пересмотр и осмысление изменившихся за последнее время социально-экономических отношений на рынке труда, сложившихся форм занятости становятся центральной темой обсуждения среди ученых-теоретиков и практиков

В статье анализируется мировой опыт государственного регулирования рынка труда. Рассматриваются сложившиеся тенденции и проблемы в развитии рынка труда.

Ключевые слова: рынок труда, безработица, рабочая сила, занятость, государственное регулирование, мировой опыт.

Тын Да.¹, С.Н. Изеев¹

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

ЕҢБЕК НАРЫҒЫН МЕМЛЕКЕТТІК РЕТТЕУДІҢ ӘЛЕМДІК ТӘЖІРИБЕСІ

Аңдатпа

Экономикалық дамудың қазіргі моделінде соңғы жылдары орын алған түбегейлі өзгерістер еңбек нарығының оңтайлы жұмыс істеуінің ғылыми негізделген құралдарын құрудың жаңа тәсілдерін қалыптастыруды талап етеді. Қазіргі уақытта Қазақстан интеграциялық үдерістер жеделдеп, әлем бір-біріне өте тәуелді болып жатқан, капиталдың, адамдардың қозғалысы, ақпарат іс жүзінде шекараны білмейтін және соңғы уақытқа дейін еңбек нарығы мен жұмыспен қамтуды сипаттайтын көптеген ерекшеліктерге ие болған жаңа дәуірге аяқ басты. Түбегейлі өзгеріске ұшырады. Бүгінгі таңда еңбек нарығына экономиканың ашықтығы, сыртқы экономикалық байланыстардың күшеюі, халықаралық еңбек миграциясының ықпалының күшеюі айтарлықтай әсер етуде. Сондықтан да еңбек нарығындағы соңғы уақытта өзгерген әлеуметтік-экономикалық қатынастарды, жұмыспен қамтудың қалыптасқан нысандарын қайта қарау және түсіну ғалымдар – теоретиктер мен практиктердің орталық пікірталас тақырыбына айналуда.

Мақалада еңбек нарығын мемлекеттік реттеудің әлемдік тәжірибесі талданады. Еңбек нарығын дамытудың қазіргі тенденциялары мен проблемалары қарастырылады.

Түйін сөздер: еңбек нарығы, жұмыссыздық, жұмыс күші, жұмыспен қамту, мемлекеттік реттеу, әлемдік тәжірибе.

Ding Da.¹, Izeyev S.N.¹

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

WORLD EXPERIENCE OF STATE REGULATION OF THE LABOR MARKET

Abstract

The cardinal changes that have taken place in recent years in the modern model of economic development require the formation of new approaches to the creation of scientifically based instruments for the optimal functioning of the labor market. Currently, Kazakhstan has entered a new era, when integration processes are accelerating, the world is becoming extremely interdependent, the movement of capital, people, information practically knows no boundaries, and many of the features that until recently characterized the labor market and employment have undergone a radical transformation. Today, the labor market is significantly affected by the openness of the economy, the intensification of foreign economic relations, and the growing influence of international labor migration. That is why the revision and understanding of the recently changed socio-economic relations in the labor market, the established forms of employment are becoming the central topic of discussion among scientists - theorists and practitioners.

The article analyzes the world experience of state regulation of the labor market. The current trends and problems in the development of the labor market are considered.

Keywords: labor market, unemployment, labor force, employment, state regulation, world experience.

Рынок труда является одним из маркеров, которое позволяет определить уровень и качество жизни в стране. Состояние его развития является важным условием развития национальной экономики, а его успешное функционирование – важным условием устойчивого экономического роста. Рынок труда – это некая «экосреда», система социально-экономических и институционально-организационных условий, которая регулирует уровень и формы экономической активности населения, уровень и структуру оплаты труда и других трудовых доходов населения, объем и структуру потребности в трудовых услугах.

Рынок труда очень сильно подвержен влиянию факторов внешней среды – макроэкономические, социально-демографические, институциональные факторы, а также влиянию факторов микросреды-личностные качества и характеристики работника, его предпочтения, жизненные ориентиры, установки, ценности.

Модель рынка труда – это системное представление о механизме функционирования и регулирования рынка труда, включая количественное и качественное описание его составляющих, факторов, определяющих их динамику, уровней реализации. Исходным пунктом всех экономико-теоретических моделей рынка труда выступает сущностная характеристика его функциональных составляющих – спроса на труд, предложения труда, цены труда [1].

Глобализация и стремительный технический прогресс конца XX века, позволяют ученым говорить о смене моделей экономического развития, которую в самом общем виде можно представить, как переход от индустриального к постиндустриальному обществу [2]. Для рынка труда это имело ряд серьезных последствий:

1. Изменение структуры и характера спроса на рынках труда в развитых странах. Уровень и квалификация рабочей силы той или иной страны становятся решающей предпосылкой для использования преимуществ современного научно-технического прогресса. Занятость в этих сферах растет более динамично, чем в других областях хозяйственной деятельности. Так, в 2012-е годы в производстве электронных компонентов и оборудования связи численность работающих возросла в Ирландии на 48%, в Финляндии на 12,6%, в Дании на 8%. В производстве компьютеров и комплектующих к ним в большинстве стран ЕС прирост занятости значителен: более 26% в Ирландии, 2% в Великобритании, 16% в Испании и Швеции, 12% в Германии и Греции. Общая занятость в секторе высокотехнологичных товаров и информационных технологий в среднем по ЕС-15 составила в 2015 г. почти 4%, в США – 6%, в Венгрии – 4,3%, в Китае – 1% от экономически активного населения [3].

2. Снижение стабильности рабочих мест и гарантий занятости. Сокращение продолжительности производственного цикла, прекращение деятельности невостребованных промышленных объектов, необходимость снижения затрат по мере изменения стратегии предприятия обуславливают необходимость гибкости производства для сохранения конкурентоспособности компании. Очевидно, что перманентная реструктуризация производства напрямую отражается на сокращении числа постоянных рабочих мест. Если раньше масштабное увольнение работников было связано с фазами экономического цикла и носило волновой характер, то теперь проблема затрагивает даже тех, кто имел традиционно стабильную занятость в базовых секторах рынка труда с высокими возможностями продвижения по службе. По результатам анализа МОТ, которые оглашались на международной конференции труда в 2010 г., занятость в целом стала менее стабильной [4].

3. Повышение требований к профессиональной подготовке работника. Нестабильность рабочих мест, переход в обрабатывающих отраслях многих производственных функций к машинам сопровождалось перераспределением большого числа видов производственной деятельности, что требует от работника большего кругозора, широты производственной подготовки и уровня компетенции. Кроме того, усилилась поляризация между работниками с высокотехнологичной подготовкой и низкоквалифицированной рабочей силой. Для последней

фирмы всё больше склонны применять найм на неполный рабочий день и заключать субподрядные договора. Подобные тенденции приводят к ухудшению занятости неквалифицированной рабочей силы и по заключению международных экспертов отразились в реальном сдвиге в отношении общего отработанного времени между высоко- и низкоквалифицированными работниками [5].

4. Увеличение удельного веса нестандартных видов труда. В 60-х годах преобладающей формой занятости было рабочее место с полным рабочим днем на основе постоянного трудового контракта. Процесс непрерывной реструктуризации предприятий привел к появлению в 80-х годах значительной доли рабочих мест с нестандартным рабочим днем и временной занятости. В конце 90-х годов на условиях временной занятости работало от 8 до 13% рабочей силы в Канаде, Ирландии, Португалии, до 23,5% в Австралии, 33,5% в Испании [5].

Так, стратегия Великобритании, наиболее быстро перестроившей систему государственного регулирования рынка труда, заключалась в уменьшении воздействия на условия рыночной сделки со стороны, как государства, так и профсоюзов. Эта стратегия также включала такие компоненты как индивидуализация трудовых отношений (имеется в виду продолжительность контракта, условия оплаты, длительность рабочего дня и т.д.), повышение амплитуды колебания цены рабочей силы в зависимости от спроса и предложения, распространение нетрадиционных форм занятости. При этом повышение гибкости рынка труда рассматривалось как средство решения проблемы безработицы.

Результатом этих нововведений, явилось освобождение условий найма рабочей силы, а исследование MOT, проведенное в 2015 году в электронных фирмах Великобритании [6] показало, что их руководство использовало своих инженерно-технических работников, как правило, по краткосрочным договорам, регулируя количество квалифицированных специалистов в соответствии с потребностями расширения ассортимента и качества выпускаемой продукции.

Так, в странах с либеральной моделью имеют место незначительные, либо полностью отсутствуют гарантии сохранения за работником его рабочего места. Практика найма и увольнения в США, Канаде, Великобритании лишь в минимальной степени регламентирована законом, а коллективно-договорное регулирование не получило широкого развития, так как профсоюзами охвачена очень небольшая часть работников.

Компенсационный механизм при утрате работы основан на страховых принципах и устанавливаются достаточно жесткие правила сохранения права на страховые выплаты по безработице, которые если и пересматриваются, то только в сторону ужесточения.

В Канаде, например, право на страховое пособие гарантируется страховыми взносами предшествующего периода и зависит, в первую очередь, от размера и продолжительности уплаты взносов. Кроме того, для получения пособия требуется готовность приступить к работе и наличие определенного рабочего стажа на протяжении 52 недель, предшествовавших периоду безработицы. Требуемая продолжительность стажа различна в зависимости от региона. Например, в регионе с уровнем безработицы 11-12% для получения пособия в течение максимального периода в 50 недель необходимо полностью отработать предшествующие 52 недели, в то время как в регионе с уровнем безработицы выше 15% достаточно 42 отработанных недель. Если безработица не превышает 6%, то пособие не может выплачиваться больше 36 недель [7]. С учетом специфики последних десятилетий учет отработанного стажа идеен не в неделях, а в отработанных часах. Величина пособия по безработицы установлена на уровне 55% среднего заработка за период реальной работы, в при наличии иждивенцев - доходит до 60%. Если уровень дохода семьи безработного падает ниже социально приемлемого минимума, то разница выплачивается из системы вспомоществования, независимо от действующей системы страхования безработицы.

Правительством Канады также реализовывались следующие основные меры, направленные на стимулирование экономического роста, создание новых рабочих мест и улучшение ситуации на рынке труда:

- облегчение условий кредитования и снижение налоговой нагрузки для крупного и малого бизнеса;
- целевая помощь в виде льготных кредитов и грантов на НИОКР авиационно-космической промышленности, лесопромышленному и аграрнопромышленному комплексу и атомной энергетике;
- выделение крупных ассигнований на инфраструктурные проекты; — временные адресные налоговые льготы с целью стимулирования потребительских расходов отдельных категорий населения;
- увеличение расходов на профессиональную переподготовку работников и помощь семьям с детьми [8].

План действий правительства Канады был основан на трех основных принципах: срочность, адресная поддержка, временный характер большинства мер. Меры, направленные на социальную поддержку работников в условиях мирового финансово-экономического кризиса, сводились, главным образом, к удлинению сроков выплаты пособий по безработице. Реализация Плана поддержки экономики Канады в 2015–2020 гг. позволила создать новые рабочие места в строительстве, здравоохранении, образовании и прочих услугах общественного характера.

Правительство Канады разработало и применяет на практике метод профилирования безработных, в соответствии с которым на раннем этапе безработицы, с учетом индивидуальных характеристик безработного, рассчитывается её временной период и разрабатывается оптимальная траектория интеграции претендента в официальную занятость. Период, как правило, от 1 до 3 месяцев. Такая программа рассчитана на впервые безработных и на занятых работников с высоким риском увольнения. Считается, что длительно безработные – бесперспективная категория.

Парламент Канады одобрил закон страхования занятости, призванный заменить старые законы о страховании от безработицы и профессиональной подготовки. Согласно этому закону предусмотрены две категории страховых выплат: традиционные и «активные». Активные пособия прямо увязаны с профессиональным обучением и переподготовкой, развитием самозанятости и мелкого предпринимательства.

Американская модель характеризуется жесткими условиями труда, где сотрудников компаний освобождают от работы в связи с сокращением производства и затратами, вместо попыток сократить количество рабочих часов. Модель построена на поощрении трудовой активности, и в связи с этим длительность рабочего времени не ограничена. В корпорациях США применяются методы достижения активизации человеческого фактора на производстве: программы профессионального развития рабочей силы, программы вовлечения рабочих в управление производством (*participativemanagement*) – в том числе создание автономных бригад, функционирование кружков качества, и т. п. Руководство страны стремится избежать критического уровня безработицы, который и без того может привести к массовому социальному беспорядку [9, с. 13].

Японская модель рынка труда построена с учетом национального характера (стабильность, преемственность, способность приспособливаться) и признается в мире как одна из наиболее эффективных моделей. Она основывается на принципе «пожизненного найма», которая предполагает трудоустройство работника после окончания им высшего учебного заведения вплоть до обязательного ухода на пенсию. Размеры социальных премий, вознаграждений и заработной платы варьируются в зависимости от продолжительности трудового стажа. Фирма планомерно осуществляет повышение квалификации своего персонала. Любое перемещение

сотрудников на ту или иную должность происходит строго по плану. Японская модель предусматривает особую преданность сотрудников, заботу о качестве и имидже компании, трудолюбие, а также творческое отношение к работе.

Страны с социальной моделью регулирования рынка труда отличает более жесткое регулирование, строгая регламентация (сравнительно с первой моделью) процедуры увольнения, которая сочетается с достаточно щедрой системой материальной поддержки безработных. Законодательное регулирование в этих странах направлено на формирование и поддержание достойных условий занятости, и повышение гарантий её сохранения для наемного работника, как менее защищенного агента на рынке труда.

На практике строгая регламентация и большие издержки на процедуру увольнения для уже вышедших на рынок труда работников в 80-е годы обернулись невозможностью для впервые выходящих попробовать свои силы, а для потерявших работу найти её.

Кроме этого, достаточно щедрые пособия по безработице, длительные сроки в сочетании с мягкими условиями для их получения, как правило, не стимулируют безработного к интенсивному поиску работы.

Рынок труда Швеции предполагает активную политику правительства с целью недопущения повышения уровня безработицы в стране. Шведская модель отличается полной занятостью рабочего населения посредством применения инструментов фискальной политики, нацеленной на поддержку менее прибыльных предприятий и сдерживание прибыли успешных фирм для снижения уровня конкуренции между ними в стимулировании роста заработной платы; поддержку работников, которые не в состоянии конкурировать на должном уровне с другими; «политику солидарности» в заработной плате, предусматривающей равную оплату за равный труд вне зависимости от уровня доходности организации либо отрасли; поддержку выборочных секторов экономики, решающих важные социальные вопросы, несмотря на их низкие экономические индикаторы [9, с. 11]. Во многих странах профессиональная подготовка является весьма затратным сегментом для частного сектора. Это, как правило, стимулирует государство к софинансированию (от 50 до 80% расходов компаний) путем создания центров профессиональной подготовки в различных фирмах, а также обучения персонала. Так, в Швеции предприятиям, принимающим на работу молодежь в возрасте 16-18 лет (не имеющую полного среднего образования), государственные органы обеспечивают покрытие до 80% издержек, связанных с профессиональным образованием и выплатой заработной платы.

Службы занятости в странах с социальной моделью традиционно щедро финансируются, причем независимо от компенсационных программ. В этих странах роль служб занятости традиционно высока и сохраняет свою значимость. Одновременно эти страны (в частности, Германия), делают попытки ужесточить условия страхования от безработицы, нацелить население на более активную позицию в отношении своего трудоустройства и прохождении программ переподготовки и повышения квалификации.

Государственная политика регулирования рынка труда в Германии нацелено на обеспечение постоянной трудовой занятости рабочего населения страны. Государство нацелено на обеспечение постоянной занятости: заключение тарифных договоров на уровне объединений предпринимателей либо профсоюзов как инструмент координации рынка труда; консультационная поддержка населения по поиску работы, повышение квалификации кадров, обучение; антидискриминационная политика в отношении полового различия; страхование и помощь по безработице [9, с. 12].

Правительство Франции ведет борьбу с безработицей посредством создания всех условий для максимально гибкого рынка труда, делает акцент на демократичности рынка труда, что подразумевает создание рабочих мест с частичной занятостью, трудоустройство на фиксированный срок на контрактной основе, а также упрощение процедуры увольнений. Власти намерены сократить продолжительность полного рабочего времени до 35 часов в

неделю на законодательной основе, что послужит созданию новых рабочих мест и понизит уровень безработицы в стране. Вместе с тем, во Франции действуют льготы по снижению размеров обязательных социальных отчислений.

Таким образом, несмотря на сохраняющиеся различия либеральной и социальной модели регулирования рынка труда, можно обозначить явную тенденцию трансформации государственного регулирования и законодательства о труде в направлении либеральных норм и правил.

Список использованной литературы:

1. Рынок труда Республики Беларусь: особенности формирования и развития / Е.В. Ванкевич [и др.]; под науч. ред. Е.В. Ванкевич. – Витебск: УО “ВГТУ”, 2008 – С.303.
2. Черковец О. Глобализация сотрудничества или конкуренции? // Экономист. – 2002, № 10. – С.3-16.
3. World employment Report 2015: Life at work in the information economy: An ILO report. Geneva : International labour office 2015. – С.371.
4. Подготовка кадров и обеспечение занятости: содействие социальной интеграции, повышению производительности труда и занятости молодежи. Развитие людских ресурсов и подготовка кадров: профориентация и профессиональная подготовка // Межд. конф. труда (88-я сес.). – Женева, 2010. – С.85
5. Вишневская Н. Т. Рынок рабочей силы в ретроспективе XX столетия // МЭ и МО. - 2001, № 9. – С.52-61.
6. Говорова Н. Занятость в постиндустриальном мире // МЭ и МО. – 2008, № 12, – С.35-41.
7. Дуткевич П., Соболева И. Организация системы страхования от безработицы в Канаде // Проблемы теории и практики управления. – 1998, № 2. – С.89-93.
8. Пилуй, М.П. Государственное регулирование рынка труда Канады в условиях мирового кризиса: опыт, представляющий интерес для Беларуси / М.П. Пилуй // НИЭИ Министерства экономики РБ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elib.bsu.by>. – Дата доступа: 28.09.2016.
9. Калтаева, С. А. Регулирование рынка труда в РК и мировой опыт регулирования рынка труда и политики занятости в зарубежных странах / С.А. Калтаева, А.М. Самаликова // Молодой ученый, 2016. – №8 – С. 11-13.

МРНТИ 21.41.63

Дин Шитун¹, Канабекова М.А.¹

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

РАЗРАБОТКА КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ КОМПАНИИ

Аннотация

В своем Послании от 1 сентября 2021 года «Единство народа и системные реформы – прочная основа процветания страны» Президент РК Касым-Жомарт Токаев обозначил вектор экономического развития Казахстана в постпандемический период. Стратегическая цель страны – усилить лидирующую роль в Центральной Азии и укрепить свои позиции в мировой экономике. В продолжение данного курса, и учитывая реалии начала 2022 года, Президент К.Токаев в числе ключевых принципов Нового экономического курса назвал честную конкуренцию, прозрачность принимаемых решений, социальную ответственность предпринимателей [1]. В процессе трансформации экономики страны необходимо дальнейшее развитие ресурсного потенциала на основе критического переосмысления организации сырьевых отраслей, подходов к управлению природными ресурсами и активного внедрения комплексных информационно-технологических платформ.

В настоящее время Республика Казахстан входит в число 15 государств мира с наибольшими запасами углеводородного сырья. Нефть занимает главную позицию в обеспечении энергетических потребностей всего мира, что предопределяет роль нефтедобывающих стран в качестве гарантов рыночной стабильности. Лидирующая роль нефтяной промышленности в экономике Казахстана объясняется, прежде всего, потенциальными возможностями извлечения ресурсов из недр. Республика сегодня относится к группе государств, обладающих стратегическими запасами углеводородов и оказывающих влияние на формирование мирового рынка.

Ключевые слова: стратегия, активность, стратегия лидера, стратегия специалиста, матрица, конкуренция.

Дин Шитун¹, М.А. Канабекова¹

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

КОМПАНИЯНЫҢ БӘСЕКЕЛЕСТІК СТРАТЕГИЯСЫН ӘЗІРЛЕУ

Аңдатпа

ҚР Президенті Қасым – Жомарт Тоқаев 2021 жылғы 1 қыркүйектегі "Халық бірлігі және жүйелі реформалар – елдің өркендеуінің берік негізі" атты Жолдауында Қазақстанның пандемиядан кейінгі кезеңдегі экономикалық даму векторын белгіледі. Елдің стратегиялық мақсаты – Орталық Азиядағы жетекші рөлді күшейту және әлемдік экономикадағы өз ұстанымын нығайту. Осы бағыттың жалғасы ретінде және 2022 жылдың басындағы шындықты ескере отырып, Президент Қ.Тоқаев жаңа экономикалық бағыттың негізгі қағидаттарының қатарында адал бәсекелестікті, қабылданатын шешімдердің ашықтығын, кәсіпкерлердің әлеуметтік жауапкершілігін атап өтті [1]. Ел экономикасын трансформациялау

процесінде шикізат салаларын ұйымдастыруды, табиғи ресурстарды басқару тәсілдерін сыни қайта қарастыру және кешенді ақпараттық-технологиялық платформаларды белсенді енгізу негізінде Ресурстық әлеуетті одан әрі дамыту қажет.

Қазіргі уақытта Қазақстан Республикасы көмірсутек шикізатының ең көп қоры бар әлемнің 15 мемлекетінің қатарына кіреді. Мұнай бүкіл әлемнің энергетикалық қажеттіліктерін қамтамасыз етуде басты орын алады, бұл мұнай өндіруші елдердің нарықтық тұрақтылықтың кепілі ретіндегі рөлін анықтайды. Қазақстан экономикасындағы мұнай өнеркәсібінің жетекші рөлі, ең алдымен, жер қойнауынан ресурстар алудың әлеуетті мүмкіндіктерімен түсіндіріледі. Республика бүгінде көмірсутектердің стратегиялық қорлары бар және әлемдік нарықтың қалыптасуына әсер ететін мемлекеттер тобына жатады.

Түйін сөздер: стратегия, белсенділік, көшбасшы стратегиясы, маман стратегиясы, матрица, бәсеке.

Ding Shitong¹, M.A.Kanabekova¹

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

DEVELOPMENT OF THE COMPANY'S COMPETITIVE STRATEGY

Abstract

In his Message dated September 1, 2021, "Unity of the people and systemic reforms are a solid foundation for the prosperity of the country", President of Kazakhstan Kassym–Jomart Tokayev outlined the vector of economic development of Kazakhstan in the post-pandemic period. The country's strategic goal is to strengthen its leading role in Central Asia and strengthen its position in the global economy. In continuation of this course, and taking into account the realities of the beginning of 2022, President K.Tokayev named fair competition, transparency of decisions, and social responsibility of entrepreneurs among the key principles of the New Economic Course [1]. In the process of transformation of the country's economy, it is necessary to further develop the resource potential on the basis of a critical rethinking of the organization of raw materials industries, approaches to natural resource management and the active introduction of integrated information technology platforms.

Currently, the Republic of Kazakhstan is among the 15 countries in the world with the largest reserves of hydrocarbon raw materials. Oil occupies the main position in ensuring the energy needs of the whole world, which determines the role of oil-producing countries as guarantors of market stability. The leading role of the oil industry in the economy of Kazakhstan is explained, first of all, by the potential possibilities of extracting resources from the subsoil. The Republic today belongs to the group of states with strategic hydrocarbon reserves and having an impact on the formation of the world market.

Keywords: strategy, activity, leader strategy, specialist strategy, matrix, competition.

Первоначально термин «strategos» относился к роли человека (командующего армией). Впоследствии слово приобрело новый смысл – «искусство военного командования», т. е. говорило о психологических и поведенческих навыках, необходимых для выполнения роли командующего. Ко времени Перикла (450 г. до н. э.) этим словом стали обозначать любые навыки управления (административный талант, ораторское мастерство, силу). А ко времени Александра Македонского (330 г. до н.э.) термин означал умение организовать силы для победы над противником и создавать единую систему всеобъемлющего управления [2].

В «Военном словаре» Джеймса, стратегия отличается от тактики, под которой понимаются немедленно предпринимаемые действия при столкновении с противником. Стратегия же

занимается тем, что «происходит за пределами видимости противника». Корни стратегии можно последить в книге Сун Цзы «Искусство войны», вышедшей в 500 году до н.э. [3]. Современные подходы к стратегии бизнеса появились впервые в начале 1960-х годов в работе «Корпоративная стратегия» И.Ансоффа, в которой указывается, что конечный продукт решений, связанных со стратегией, является обманчиво простым – комбинация товаров и рынков, выбранных для компании [2].

На сегодняшний день существует множество определений стратегии, что объясняется многогранностью и неоднозначностью этого понятия, а также высокой динамикой внешнего окружения, которое вынуждает специалистов теории и практики уточнять, дополнять и актуализировать данный термин. Кроме того, на данный момент не существует устоявшегося и единого определения у специалистов.

Стратегия организации – взаимосвязанный комплекс долгосрочных мер или подходов во имя укрепления жизнеспособности и мощи организации по отношению к её конкурентам. Стратегия организации, по существу, набор правил для принятия решений, которыми организация руководствуется в своей деятельности. Обычно фирма имеет не одну, а несколько стратегий на все случаи жизни. В современной отечественной и зарубежной теории управления можно выделить три основных подхода к определению понятия «стратегия предприятия». Первый основан на структуризации целевой области предприятия и ориентацию на заинтересованных в деятельности предприятия лиц. Стратегия при этом встроена в целевую иерархию предприятия: миссия, стратегия, цели, задачи и действия.

Согласно второму подходу, стратегия предприятия рассматривается через проекцию взаимоувязанных стратегических решений, необходимых для описания основных направлений деятельности предприятия. Третий подход представляет собой различные комбинации и сочетания первых двух. Некоторые из определений стратегии представлены в таблице 1.

Таблица 1. Определения понятия «стратегия»

Автор	Определение
М. Портер	Создание уникальной и эффективной позиции предприятия на рынке путем выбора видов деятельности, которые отличны от конкурентов (либо выполняются другим способом)
И. Ансофф	Набор правил для принятия решений, которыми организация руководствуется в своей деятельности
Г. Минцберг	План действий; порядок действий; действия, нацеленные на то, чтобы перехитрить своих конкурентов; позиция в окружающей среде; перспектива, видение того состояния, к которому надо стремиться
М. Обермайер	Сильная деловая концепция и набор действий, который способен привести эту деловую концепцию к созданию реального конкурентного преимущества, способного сохраняться длительное время
А. Чандлер	Сущность стратегии заключается в разработке долгосрочных целей развития предприятия. Эти цели должны оставаться неизменными и постоянными до тех пор, пока внешняя или внутренняя среда организации не заставит пересмотреть данные ориентиры
Г. Клейнер	Совокупность взаимосвязанных стратегических решений, касающихся основных направлений функционирования предприятия
Е. Кассельс	Модель поведения, которой следует предприятие для достижения своих долгосрочных целей
М. Скотт	Набор правил, которым следует предприятие для выполнения своей миссии, и такая стратегия должна быть нацелена на максимизацию доходов акционеров
П. Дойль	Комплекс принимаемых менеджментом решений по размещению ресурсов предприятия и достижению долговременных конкурентных преимуществ на целевых рынках»
Составлено по [4, 5, 6, 7, 8, 9, 10]	

Применение той или иной стратегии зависит от ситуации и целей процесса изменений, его желательной скорости и сложности. Для достижения успеха часто одновременно используются несколько стратегий, но, поскольку их реализация связана с риском, считается необходимым ограничивать их число. Под стратегией следует понимать модель принятия решений, которая определяет и раскрывает цели и задачи предприятия, задает его основную политику и планы реализации поставленных целей, под управлением – функцию организационных систем, обеспечивающую сохранение их структуры, поддержание режима деятельности, реализацию ее программы и цели.

Стратегия – это упорядоченная во времени система приоритетных направлений, форм, методов, средств, правил, приемов использования ресурсного, научно-технического и производственно-сбытового потенциала предприятия с целью экономически эффективного решения поставленных задач и поддержания конкурентного преимущества [10]

Экономическая сущность стратегии организации состоит в том, что стратегия – это процесс, определяющий последовательность действий организации по разработке и реализации стратегии. Процесс выработки стратегии включает анализ внешней и внутренней среды организации, постановку целей, выработку стратегии, и не завершается каким-либо немедленным действием. Обычно он заканчивается установлением общих направлений, продвижение по которым обеспечит рост и укрепление позиций фирмы. На следующей ступени в рамках стратегического анализа, фирма сравнивает полученные результаты первого и второго этапов и определяет возможные варианты стратегий, выбирает наиболее предпочтительный вариант и формулирует собственную стратегию.

Известный канадский специалист в области стратегического управления Г.Минцберг предложил определение стратегии в рамках системы «5-Р», которое включает:

- План (plan) – заранее намеченные в деталях и контролируемые действия на определенный срок, преследующие конкретные цели;
- Прием, или тактический ход (ploy), представляющий собой кратковременную стратегию, имеющую ограниченные цели, способную меняться, маневр с целью обыграть противника;
- Модель поведения (pattern of behavior) – часто спонтанного, неосознанного, не имеющего конкретных целей;
- Позицию по отношению к другим (position in respect to others);
- Перспективу (perspective) [6].

Сочетание данных пяти характеристик («5Р») позволяет стратегии выступать в качестве системы, обеспечивающей развитие предприятия. Г.Минцберг, исследуя необходимость разработки стратегии, говорит о том, что «на каждое стратегическое преимущество найдется своя слабая сторона или недостаток». На рисунке 1 представлено значение стратегии [6].

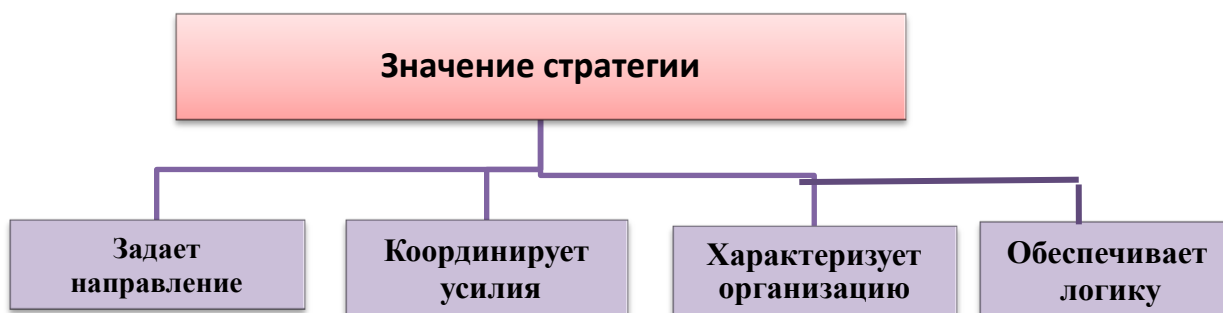


Рисунок 1. Значение стратегии

Таким образом, при разработке стратегии предприятия необходимо учитывать не только положительные, но и отрицательные результаты от внедрения определенной стратегии развития предприятия.

Задачи стратегии заключаются в следующем:

- создание конкурентного преимущества фирмы;
- устранение негативного эффекта нестабильности окружающей среды;
- обеспечение доходности и уравновешенности внешних требований и внутренних возможностей.

Способность организации проводить самостоятельную стратегию во всех областях делает ее более гибкой, устойчивой, позволяет адаптироваться к требованиям среды и обстоятельствам. Стратегия формируется под воздействием внутренней и внешней среды, постоянно развивается, так как всегда возникает что-то новое, на что нужно реагировать.

К любой стратегии предъявляются следующие требования:

- реальность, предполагается ее соответствие ситуации, целям бизнеса, техническому и экономическому потенциалу фирмы, опыту и навыкам работников и менеджеров, менталитету, культуре, существенной системе управления;
- логичность, внутренняя целостность, гибкость, непротиворечивость отдельных элементов и поддержка ими друг друга;
- этичность, нравственность (реализация стратегии не должна предполагать противоречащие нормам морали и права действия);
- совместность со средой, обеспечивающая возможность взаимодействия с ней (стратегия находится под влиянием изменений в окружении фирмы и может сама формировать эти изменения);
- оправданная рискованность;
- направленность на формирование конкурентных преимуществ, достижение успеха;
- учет интересов общества, местных властей, акционеров, деловых партнеров, персонала, особенности отрасли и позиции фирмы в ней;
- альтернативность.

Стратегия дает ответы на следующие вопросы:

- Какой может стать организация в будущем?
- В чем ее предназначение (миссия)?
- Что конкретно может достичь (цели)?
- Что для этого необходимо и как сделать (задачи, правила, процедуры)?

Стратегия позволяет:

- сосредоточиться на главных проблемах и отбросить второстепенные;
- определить будущие пути развития и мобилизации всех ресурсов для того, чтобы обеспечить себе первенство в сферах, где имеются наибольшие шансы на успехи;
- наметить и скоординировать действия по реализации миссии и основных целей организации, пути ее потребления в новое состояние, способы использования необходимых для этого ресурсов;
- отыскать пути нейтрализации соперников;
- сформировать стратегический потенциал в виде совокупности материальных и иных условий.

Формируя стратегию, нельзя учесть всех возможностей, поскольку ее разработка часто основывается на недостоверной или неполной информации. При осуществлении миссии организации, достижении ее целей или коренном изменении ситуации стратегия полностью обновляется, так как перестают существовать те объективные внешние и внутренние условия, реакцией на которые она была. Таким образом, стратегия представляет собой фундамент

практической деятельности организации, координации ее отдельных направлений, процесса адаптации к среде. Стратегия – это не только рассчитанная на перспективу концепция действий, но и способ мышления управленцев.

Известный теоретик менеджмента И.Ансофф выделяет несколько отличительных особенностей стратегии:

1. Процесс выработки стратегии не завершается каким-либо немедленным действием. Обычно он заканчивается установлением общих направлений, продвижение по которым обеспечит рост и укрепление позиций фирмы.

2. Сформулированная стратегия должна быть использована для разработки стратегических проектов, методов поиска. Роль стратегии в поиске состоит в том, чтобы, во-первых, сосредоточить внимание на определенных участках или возможностях, во-вторых, отбросить все остальные возможности как несовместимые со стратегией.

3. Необходимость в данной стратегии отпадает, как только реальный ход событий выведет организацию на желаемое развитие.

4. В ходе формулирования стратегий нельзя предвидеть все возможности, которые откроются при составлении проекта конкретных мероприятий, поэтому приходится пользоваться сильно обобщенной, неполной и неточной информацией о различных альтернативах.

5. Как только в процессе поиска открываются конкретные альтернативы, появляется и более точная информация. Однако она может поставить под сомнение обоснованность первоначального стратегического выбора. Поэтому успешное использование стратегии невозможно без обратной связи.

6. Поскольку для отбора проектов применяются как стратегии, так и ориентиры, может показаться, что это одно и то же. Но это разные вещи. Ориентир представляет собой цель, которую стремится достичь фирма, а стратегия – средство для достижения цели. Ориентиры – это более высокий уровень принятия решений. Стратегия, оправданная при одном наборе ориентиров, не будет таковой, если ориентиры организации изменятся.

7. Наконец, стратегия и ориентиры взаимозаменяемы как в отдельные моменты, так и на различных уровнях организации. Некоторые параметры эффективности (например, доля рынка) в один момент могут служить фирме ориентирами, а в другой – станут ее стратегией. Далее, поскольку ориентиры и стратегии вырабатываются внутри организации, возникает типичная иерархия: то, что на верхних уровнях управления является элементом стратегии, на нижних – превращается в ориентиры [2].

Создавая конкурентную стратегию, менеджмент должен ответить еще на один чрезвычайно важный вопрос: *как достичь поставленных целей, учитывая положение и перспективы организации.*

Цели – это «место назначения», а стратегия – средство его достижения. Для достижения цели требуются, во-первых, продуманные и целенаправленные действия, во-вторых, при необходимости – реакция на непредвиденные события, изменившиеся условия рынка и усиление конкуренции, в-третьих, непрерывное коллективное обучение организации – одной интуиции недостаточно, организация должна постоянно обучаться и повышать свою конкурентоспособность [6]. Стратегия одновременно активна (т.е. продумана и спланирована заранее) и адаптивна, т.е. носит приспособительный характер (Рисунок 2).

Как видно на рисунке 2, стратегия – это нечто большее, нежели продуманный и методично реализуемый абстрактный план. Стратегия корректируется за счет добавления одних параметров и отказа от других в ответ на изменение рынка, потребительских потребностей и предпочтений, стратегических маневров компаний конкурентов, приобретенного опыта, новых возможностей и угроз, непредвиденных событий, свежих идей. Условия ведения бизнеса в будущем достаточно неопределенны и непредсказуемы, поэтому не имеет смысла планировать

каждый шаг; лучше создать общий план и корректировать его при необходимости. Более того, здравый смысл подсказывает, что любая деятельность компании, как плановая, так и адаптивная, не должна выходить за границы компетенции этой компании и ее конкурентных возможностей.

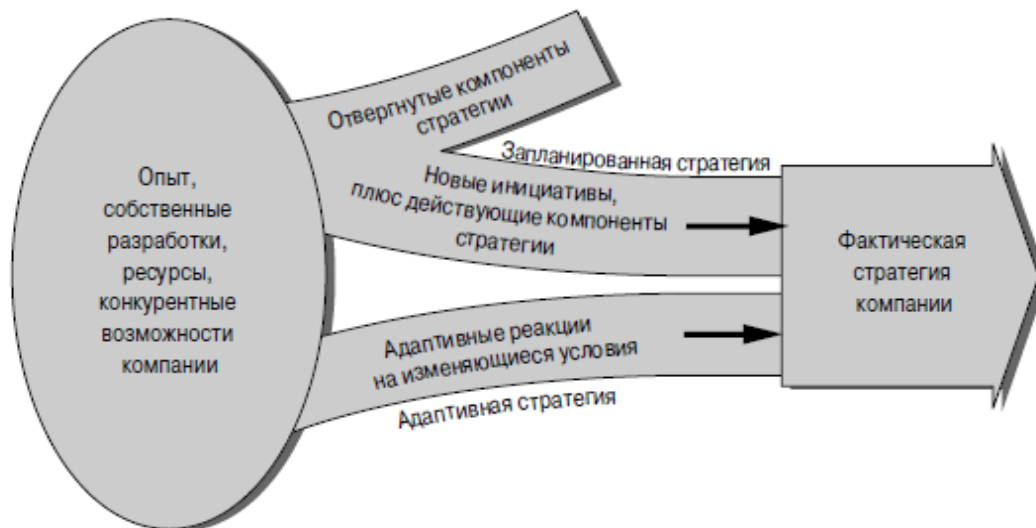


Рисунок 2. Активность и адаптивность стратегии компании

Большинство успешных отечественных предпринимателей стратегически ориентируются на 3-5 лет и рассчитывают на стабильность стратегии в последующие 8-10 лет. Обычно пересмотр стратегии происходит в результате обстоятельств, в виде быстрой смены руководства фирмы и вмешательства налоговой инспекции, государственных органов по делам несостоятельности и банкротству, местных органов управления, вынуждающих заниматься разработкой антикризисной политики:

- угроза смены владельца или поглощения предприятия;
- сознание менеджерами необходимости «прорыва» в процессе функционирования предприятия в случае, если оно не выходит на ожидаемые результаты.

Список использованной литературы

1. Глава государства провел встречу с представителями отечественного бизнеса. - [Электрон.ресурс]. – URL: <https://www.akorda.kz/ru/glava-gosudarstva-provel-vstrechu-s-predstaviteli-otchestvennogo-biznesa-2103845> (дата обращения 21.03.2022)
2. Ансофф И. Стратегическое управление [Текст] / И. Ансофф. – М.: Экономика, 2007. – С.519.
3. Крейнер С. Ключевые идеи менеджмента. Пер. с англ. – М.: ИНФРА-М, 2009. – С.347.
4. Портер Е. М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов/ Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – С.454.
5. Ансофф, И. Стратегическое управление: пер. англ. / И. Ансофф ; науч. ред. Л.И. Евенко. – М. : Экономика, 1989. – С. 519.
6. Минцберг Г., Альстрэнд Б., Лэмпл Дж. Школы стратегий. – СПб.: Питер, 2008. – С.336.
7. Попов С.А. Стратегическое управление: 17-модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации». Модуль 4. — М.: «ИНФРА-М», 1999. – С.344.
8. Chandler A.D., Jr. Strategy and Structure. M.I.T. Press, Cambridge, Mass., 1962.
9. Клейнер Г. Б. Стратегия предприятия. – М.: ДЕЛЮ, 2008. – С.568.
10. Cassels E. Book 1. Introduction, B820 Strategy, The Open University, Walton Hall, Milton Keynes, 2000. – 286 p.

МРНТИ 06.35.31

Кусман И¹, Джакишева У.К.¹

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

ОРГАНИЗАЦИЯ УЧЕТА КРЕДИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ

Аннотация

В стратегии «Казахстан 2050» упоминается, что итоговой задачей страны является экономический рост. Главную роль в реализации стратегии является благополучие и развитие хозяйственных субъектов. Сегодня невозможно вести и управлять грамотно предприятием имеющим комплексным экономическим механизмом без подлинной и своевременной информации. Выстроенная и научно доказанная, проверенная практикой система может не только улучшить работоспособность и все финансово-экономические показатели хозяйственного субъекта, но также показать объективную картинку финансового анализа для выстроения лучшей стратегии и избежания предстоящих ошибок. Немаловажным местом в любом хозяйственном субъекте занимает обязательства. Сведения учета используются для эффективного управления деятельностью хозяйственного субъекта и его системных подразделений, для формирования экономического мониторинга и нынешней программы, для анализа республики целом. Существует три вида учета, которые взаимосвязаны и входят в действующую систему хозяйственного учета в Республике Казахстан: оперативный, бухгалтерский и статистический. В бухгалтерском учете отражается финансовая и хозяйственная деятельность организации. Главной критерием финансового положения предприятия является его способность погашать долгосрочные обязательства, что и затрагивается в данной статье.

Ключевые слова: кредиторская задолженность, учет, аудит, хозяйственный субъект, финансовый анализ, бухгалтерский баланс, аудиторская проверка.

И.Кусман¹, У.К. Джакишева¹

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

КРЕДИТОРЛЫҚ БЕРЕШЕКТІ ЕСЕПКЕ АЛУДЫ ҰЙЫМДАСТЫРУ

Аңдатпа

"Қазақстан-2050" Стратегиясында аталып өткендей, елдің басты міндеті – экономикалық өсу. Стратегияны іске асырудағы басты рөл экономикалық субъектілердің әл-ауқаты мен дамуы болып табылады. Бүгінгі таңда нақты және уақтылы ақпаратсыз кешенді экономикалық механизмі бар сауатты кәсіпорынды жүргізу және басқару мүмкін емес. Салынған және ғылыми дәлелденген, практикамен тексерілген жүйе жұмыс қабілеттілігін және шаруашылық жүргізуші субъектінің барлық қаржылық-экономикалық көрсеткіштерін жақсартып қана қоймай, сонымен қатар жақсы стратегия құру және алдағы қателіктерге жол бермеу үшін қаржылық талдаудың объективті бейнесін көрсете алады. Кез келген шаруашылық субъектісінде маңызды орын міндеттемелер алады. Есепке алу мәліметтері шаруашылық жүргізуші субъектінің және оның жүйелік бөлімшелерінің қызметін тиімді басқару үшін, экономикалық мониторинг пен қазіргі бағдарламаны қалыптастыру үшін, тұтастай республиканы талдау үшін қолданылады. Есепке алудың үш түрі бар, олар өзара байланысты

және Қазақстан Республикасындағы қолданыстағы шаруашылық есепке алу жүйесіне кіреді: жедел, бухгалтерлік және статистикалық. Бухгалтерлік есепте ұйымның қаржылық және шаруашылық қызметі көрсетіледі. Кәсіпорынның қаржылық жағдайының басты критерийі оның ұзақ мерзімді міндеттемелерді өтеу қабілеті болып табылады, бұл осы мақалада қарастырылған.

Түйін сөздер: кредиторлық берешек, есеп, аудит, шаруашылық субъектісі, қаржылық талдау, бухгалтерлік баланс, аудиторлық тексеру.

Kusman Ingkar¹, Dzhakisheva U.K.¹

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

ORGANIZATION OF ACCOUNTING OF PAYABLES

Abstract

The strategy "Kazakhstan 2050" mentions that the final task of the country is economic growth. The main role in the implementation of the strategy is the well-being and development of economic entities. Today it is impossible to conduct and manage competently an enterprise with a complex economic mechanism without genuine and timely information. A built and scientifically proven, proven system can not only improve the working capacity and all financial and economic indicators of an economic entity, but also show an objective picture of financial analysis to build a better strategy and avoid upcoming mistakes. Obligations occupy an important place in any economic entity. Accounting data is used for effective management of the activities of an economic entity and its system sub-departments, for the formation of economic monitoring and the current program, for the analysis of the republic as a whole. There are three types of accounting that are interrelated and are included in the current system of economic accounting in the Republic of Kazakhstan: operational, accounting and statistical. Accounting records reflect the financial and economic activities of the organization. The main criterion of the financial position of an enterprise is its ability to repay long-term obligations, which is addressed in this article.

Keywords: accounts payable, accounting, audit, business entity, financial analysis, balance sheet, audit.

Каждая организация сталкивается с кредиторской задолженностью. Но не каждая в силу неопытности может грамотно организовать учет кредиторской задолженности. Для начала дадим определение организации. Организация – это совокупность людей, чьи силы и действия нацелены на одно общее дело. Аудит – это независимая проверка организации, предприятия в хозяйственном, экономическом и финансовом плане. Кредиторская задолженность – это долг субъекта перед другими лицами, которое необходимо ликвидировать. Если затронуть аудит, в основном аудит представляет из себя самостоятельную и вне зависимости проверку бухгалтерской и финансовой отчетности. В целом известно, что проверка предприятия необходима в удостоверении корректности документации а также в выявлении ошибок и пути их исправления. Аудиторская проверка является высокодоходной операцией по причине того, что организации выгоднее провести проверку, тем самым избежав убытков в будущем [1]. Для полного раскрытия темы, необходимо также упомянуть о видах аудита. Существует два вида аудиторской проверки: общий аудит и налоговый аудит. Общий аудит состоит из инициативного и обязательного. Первый вид проводится по личной инициативе предприятия, когда руководство желает провести проверку во избежании проблем во время налогового проверки и объективной оценке отчетности предприятия. Обязательный же аудит проводится на законодательном уровне. Биржевые, страховые и все крупные организации обязаны

проводить обязательную, аудиторскую проверку. Помимо этого существует внешний и внутренний аудит. Внешний аудит проводится вовлечением специалистов и проводится на добровольной основе. Проводится в целях получения точной, корректной и объективной оценки. Зачастую вызывается руководителями для повышения эффективности предприятия. Получив объективный результат, составляются дальнейшие планы и изменения стратегий предприятия на ближайшее время. Внешний аудит удобен тем, что возможно делегировать часть ответственности от руководителя имея желаемый результат. Внутренний аудит проводится независимыми представителями самого предприятия. Преимущество заключается в более доступной цене.

Проведения аудита финансовой отчетности предприятия включает в себя следующие этапы:

- а) изучение организации
- б) подписание договора на проведения проверки
- в) формирование плана и программы для независимой проверки
- г) экспертиза результатов финансовой отчетности
- д) создание итогов по результатам аудит и представлению заказчику, по договору заключение акта приемки-сдачи работ о проведении экспертизы.

Встреча клиента и аудитора происходит загодя проведения самой аудиторской проверки. Если договор на аудиторскую проверку подписывается в начале отчетного года, то экспертиза осуществляется в конце или начале ближайшего года. Точнее, задолго до этапов аудиторской проверки, аудитор изучает самого предприятия, происходит ознакомление с деталями и особенностями предприятия. В это же время аудитор формирует свое мнение относительно предприятия. Аудитор исследует все аспекты организации учитывая факторы внешней среды предприятия. Рассматривает экономическую среду субъекта, возможно и политические, социальные, технологические факторы. В зависимости от рынка, в котором организация работает.

Цель аудита заключается в создании подлинности финансовой отчетности предприятия и соответствия проведенных ими финансовых действий с установленными стандартами и актами действующие в Республике Казахстан. Для этого нужно обозначить и прояснить, что аудитор ведет проверку не для выявления негативных фактов или компрометирующих сведений, а для обнаружения недостатков в бухгалтерской и экономической деятельности, включение точных предположений по извлечению всевозможных обладающих недочетов и препятствованию в будущем. Благодаря этому важному этапу, аудитору удается установить в меру доверительные отношения и получить доступ к нужным сведениям.

Помимо этого аудиторская проверка может включать в себя проверку бухгалтерского учета и системы внутреннего контроля. Также доказательству сведений проспекта выпуска ценных бумаг, исследованию данных отчетности и созданию плана по закреплению коммерческой устойчивости хозяйственного субъекта, помощь в вопросах клиента. Оценка аудиторского риска и внедрения аудиторских процедур для снижения уровня риска является одной из важных целей аудиторских проверок.

Аудиторский риск – вероятность несоответствия выводов заключенные аудитором от реальных данных в финансовой отчетности. Здесь указывается риск проявления аудитором ошибочного мнения о финансовой отчетности, которые были указаны как объективная оценка. То есть возможной выдаче неправильного аудиторского мнения. Аудиторский риск состоит из трех элементов: риск внутреннего контроля, необнаружения и неотъемлемый.

Аудит кредиторской задолженности рассматриваемого предприятия имеет важный и ключевой момент. Такие компоненты как кредиторская и дебиторская задолженность отражают финансовое и экономическое состояние хозяйственного субъекта, его платежеспособность и кредитоспособность [2]. Главным условием финансового вопроса хозяй-

ственного субъекта – это оценка платежеспособности. Здесь принимается как возможность организации рассчитываться с долгосрочными обязательствами. Чем больше активов имеет предприятие, тем более платежеспособным оно является, даже несмотря на внешние обстоятельства. Ликвидностью мы обозначаем как возможность расплачиваться краткосрочным обязательствам организацией. В случае способности произвести краткосрочные обязательства создавая действующие активы, предприятие будет считаться ликвидным. Следующим лицам необходимо представить финансовое состояние хозяйственного субъекта:

- а) инвесторам
- б) кредиторам
- в) финансовому директору
- г) аудиторам
- д) маркетологам

Если затронуть каждого из вышеперечисленных лиц, то инвесторам финансовое положение необходимо предоставить для того, чтобы они смогли принять решение о создании кейса ценных бумаг. Кредиторам необходимо для уверенности в платежеспособности организации [3]. Аудиторам необходимо для определения финансовых хитростей или маневров со стороны клиента. Финансовому директору необходимо для получения полноценной и объективной картины предприятия; над чем стоит поработать и создать дальнейшие стратегии на ближайший период времени. Последним лицам пункта финансовое положение необходима для построения стратегии по продвижению продукта на рынке предоставляемым самой организацией. В итоге аудит должен составлять независимое лицо от предприятия и воссоздать максимально объективную картину происходящего в плане финансовой ситуации предприятия и предоставить руководству независимую оценку. А руководитель в свою очередь должен имея полную картину анализа хозяйственного субъекта.

Результатом прошлых событий и сделок определяем как обязательства. Обязательства делятся на долгосрочные и текущие. Аудитор должен установить сходство остатков на начало и конец отчетного периода указанных в балансе, анализируя долгосрочные обязательства. Так как в балансе указывается остатки по сведениям счетов аналитического учета, а не всинтетических счетов, установить соответствие сразу невозможно. Здесь очень важно аудитору убедиться в сходстве аналитического и синтетического учета. Немаловажно аудитору убедиться в своевременном погашении кредита сверяя по выпискам банка. В случае нарушения узнать на каком основании было допущено нарушение. Если предприятие успело к тому времени совершить долгосрочные займы от других предприятий, аудитору необходимо в полной мере убедиться в полноте и своевременном погашении и установить подлинность остатков незаконченных заемных сумм.

Текущие обязательства подразумевает кредиторская задолженность предприятия, краткосрочные кредиты и займы. Не более чем на год выдается краткосрочные кредиты банков. При проверке краткосрочных кредитов и займов, аудитору необходимо определить:

- для каких целей был использован кредит и отвечает ли на условия заключенные в договоре указанные цели;
- какие обязательства и снабжения структуры указаны руководством при оформлении кредита;
- по выпискам банка целостность и своевременность возмещения кредита;
- в соответствии с подписанным договором корректность выплаты процентов по кредиту;
- обоснованность получения займов от других предприятий и своевременное погашение;
- корректность соответствия синтетического и аналитического учета;

Главные цели и задачи аудитора при проведении экспертизы кредиторской задолженности являются:

- действительность применяемых при расчетах тарифов и накоплении состояния в счетах, соблюдение порядков платежной дисциплины;
- убедиться в достоверности и юридической действительности и своевременном погашении займа;
- формирование советов и указаний по организации расчетов, сокращению кредиторской задолженности [4].

Также стоит отметить важность утверждения точности ее значений в балансе предприятия при проведении экспертизы кредиторской задолженности. Это и является одной из основных целей аудитора. Положение кредиторской задолженности желательно начинать сверять с инвентаризации расчетов с кредиторами, которая состоит из качественной проверки действительности сумм и определении по определенным документам остатков по счетам. Члены инвентаризационной комиссии и аудитор утверждает продолжительность формирования кредиторской задолженности. Также в этот период необходимо провести взаимную сверку. Это происходит с помощью запрашивания о положении расчетов с выпиской-расшифровкой кредита, насчитывающийся аудируемой организацией.

Форма запрашивания включает в себя сведения об остатках счет-фактуры или на счетах, в зависимости от их значительности. Зачастую зачисляется на бланке организации. Запрос с утверждением отправляются в двух экземплярах, один из них аудитору.

Следовательно, оформляют актом итоги инвентаризации расчетов, где требуется внести суммы не получивший одобрения всех заинтересованных сторон. К акту необходимо приложить справка с названием, сумма долга, адреса кредиторов. Здесь важно подчеркнуть период времени, за которой числится задолженность и необходимые документы указывающие основание кредиторской задолженности.

Реализация инвентаризации расчетов раскрывает перспективу аудитору увидеть недочеты, несоответствия и неточности путем внимательной проверки.

Экспертиза и оценка соответствия имеющей системы ведения заработной платы и учета труда рабочего персонала, ведение предприятия и положения бухгалтерского учета и есть главная задача аудита кредиторской задолженности.

Неучтенные обязательства, мошенничество с расходами и двойные платежи могут произойти в любое время, если не существует надлежащих и строгих процедур контроля за расходами и обязательствами.

При проверке кредиторской задолженности и существовании высокого риска мошенничества, подтверждение кредиторской задолженности выполняется путем отправки писем поставщиком с просьбой заполнить формы такие как непогашенные счета, условия оплаты, истории платежей и т.д.. Также проводятся другие процедуры, такие как проверка квитанций и согласование заявлений поставщиков.

Основными целями аудита кредиторской задолженности являются следующие:

- Обеспечения полноты кредиторской задолженности
- Обеспечить наличие кредиторской задолженности, отраженной в Бухгалтерском балансе
- Обеспечения наличия подлежащих исполнению прав и обязанностей в отношении кредиторской задолженности
- Обеспечения точности счетов, отраженных в Балансе
- Обеспечение надлежащего проведения оценки и распределения для учета кредиторской задолженности

И последнее, но не менее важное: целью аудита кредиторской задолженности является обеспечение надлежащего представления и раскрытия информации в финансовой отчетности [5].

Если затрагивать риски и недостатки контроля в отношении кредиторской задолженности которые могут возникнуть при учете и управлении кредиторской задолженностью, то приведены следующие ключевые риски: Организация или руководство могут намеренно учитывать или занижать кредиторскую задолженность; существует риск дублирования платежей поставщикам, в том числе если платежи были произведены неподходящим поставщикам. Существует риск несвоевременной или пропущенной оплаты поставщикам или поставщикам. Это может привести к штрафным санкциям со стороны поставщиков или дальнейшей переоценке ужесточения условий кредитования в будущем.

Аналогичным образом, существует также возможный риск пропуска начислений.

Существует риск возможного мошенничества как внутреннего (среди внутреннего персонала), так и внешних сторон, когда происходит сговор между персоналом и поставщиками.

Кроме того, существуют также недостатки контроля, которые аудитор должен оценить и выявить. Недостатки контроля приводят к возможному мошенничеству, а также к другим проблемам, которые приводят к искажению кредиторской задолженности, отраженной и представленной в Бухгалтерском балансе [6]. Ниже приведены примеры недостатков контроля, с которыми аудиторы сталкиваются в ходе аудита: Отсутствует надлежащее разделение обязанностей между лицом, утверждающим покупки, регистрирующим счета-фактуры в системе, а также лицом, производящим платеж.

Список использованной литературы

1. Мырзалиев Б.С. Абдушукуров Р.С. Основы бухгалтерского учета, / Б.С. Мырзалиев., Р.С. Абдушукуров. – “Юридическая литература” 2005, – С.796.
2. Ефименко И.С. Матвеева М.В. Управление Дебиторской Задолженностью // “Вестник Орел ГИЭТ”. 2018, № 3 – 45 204 – С.209.
3. Лытнева Н.А. Попова О.А. Информация бухгалтерской (финансовой) отчетности в системе управления организацией // “Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований”, 2016, № 10-2. 310 – С.314.
4. Орлова О.Е. Управление дебиторской и кредиторской задолженностью в кризис // “Актуальные вопросы бухгалтерского учета и налогообложения”, 2016, № 758 – С. 66.
5. Парушина Н.В. Мортикова Е.С. Трудовые действия по управлению и контролю задолженности субъектов предпринимательской деятельности // “Вестник ОрелГИЭТ”, 2017, №4(42)25 – С.31.
6. Теннетт Д. Управление денежными потоками: Как не оказаться на мели, Пер. с англ. – “М.: Альпина паблишер”, 2014, – С. 208.

МАКРОЭКОНОМИКАЛЫҚ РЕТТЕУ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ

МРНТИ 21.41.63

Го Пэн¹, Канабекова М.А.¹

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

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

Аннотация

В этой статье были рассмотрены некоторые современные технологии, применяемые в нефтегазовой отрасли и экономический эффект от их внедрения. В сложном рыночном контексте, особенно ограниченном периодами снижения цен на нефть и газ и сокращением инвестиций в нефтегазовую отрасль, инновации представляют собой мощный рычаг для повышения операционной эффективности и прежде всего для снижения стоимости инвестиционных проектов на несколько млрд. долларов. Отвечая на требования общества и общемировой тренд на декарбонизацию, трансформируется и мировая энергетика. Важными факторами, способствующими изменениям в энергетике, станут цифровые технологии и технологии обработки больших данных.

Нефтегазовая отрасль сталкивается с различными технологическими трудностями: проблемами, связанными с трудноизвлекаемыми запасами нефти и газов, снижением коэффициента извлечения нефти (КИН), заводнением скважин, проблемами безопасности персонала и т. д. Поэтому цифровизация решит много вопросов, в особенности тех, которые до сих пор мало изучены.

Ключевые слова: умное месторождение, разработка, скважина, нефть, газ, экономия, технологии.

Го Пэн,¹М.А. Канабекова¹

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

ЭНЕРГЕТИКА САЛАСЫН ЦИФРЛЫҚ ТРАНСФОРМАЦИЯЛАУ

Аңдатпа

Бұл мақалада мұнай-газ саласында қолданылатын кейбір заманауи технологиялар және оларды енгізудің экономикалық әсері қарастырылды. Күрделі нарықтық мәнмәтінде, әсіресе мұнай мен газ бағасының төмендеу кезеңдерімен және мұнай-газ саласына инвестициялардың қысқаруымен шектелген инновациялар операциялық тиімділікті арттыруға және ең алдымен инвестициялық жобалардың құнын бірнеше млрд.долларға төмендетуге арналған қуатты тетік болып табылады. Қоғамның талаптарына және декарбонизацияға жалпы әлемдік трендке жауап бере отырып, әлемдік энергетика да өзгеруде. Цифрлық технологиялар және ауқымды деректерді өңдеу технологиялары энергетикадағы өзгерістерге ықпал ететін маңызды факторлар болады.

Мұнай-газ саласы әртүрлі технологиялық қиындықтармен бетпе-бет келеді: мұнай мен газдардың қиын өндірілетін қорларымен, мұнай алу коэффициентінің (КИН) төмендеуімен, ұңғымалардың сулануымен, персонал қауіпсіздігінің проблемаларымен және т.б. байланысты проблемалар.

Түйін сөздер: ақылды кен орны, игеру, ұңғыма, мұнай, газ, үнемдеу, технологиялар.

Guo Peng¹, M.A. Kanabekova¹

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

DIGITAL TRANSFORMATION OF THE ENERGY INDUSTRY

Abstract

In this article, some modern technologies used in the oil and gas industry and the economic effect of their implementation were considered. In a complex market context, especially limited by periods of declining oil and gas prices and reduced investment in the oil and gas industry, innovations represent a powerful lever to increase operational efficiency and, above all, to reduce the cost of investment projects by several billion dollars. Responding to the demands of society and the global trend towards decarbonization, the world energy sector is also being transformed. Digital technologies and big data processing technologies will become important factors contributing to changes in the energy sector.

The oil and gas industry is facing various technological difficulties: problems associated with hard-to-recover oil and gas reserves, a decrease in the oil recovery coefficient (KIN), flooding of wells, personnel safety problems, etc. Therefore, digitalization will solve many issues, especially those that are still poorly understood.

Keywords: smart field, development, well, oil, gas, economy, technology.

Цифровых технологий в современном мире становится все больше. В будущем они затронут все отрасли производства и будут способствовать появлению новых видов бизнеса. Технологии, которые окажут наибольшее влияние на трансформацию энергетической сферы, включают продвинутую аналитику данных, в том числе искусственный интеллект (ИИ), облачные и квантовые вычисления, роботизацию, носимые устройства и пр. Они затронут все сегменты отрасли, причем, как ожидается, наибольшее влияние они окажут на электроэнергетику, в которой появятся новые игроки и новые бизнес-модели.

Навыки, связанные с цифровыми технологиями, вероятно, будут одними из самых востребованных на рынке, но потребуются и другие нетехнические компетенции, такие как решение проблем в условиях неопределенности и управление рисками.

Мировая энергетика трансформируется, отвечая на запросы общества и усиление климатических требований. В 2015 году ООН приняла повестку дня в области устойчивого развития до 2030 года. Программа состоит из 17 глобальных целей (ЦУР), в том числе цели, лежащие в области энергетики. Международное энергетическое агентство (МЭА) отметило основные изменения, которые потребуются осуществить для достижения этих целей. Основной вектор развития энергетики на ближайшие 2-3 десятилетия будет направлен на сокращение выбросов углекислого газа в атмосферу с целью достижения нулевых выбросов к 2070 году.

Согласно прогнозам, зафиксированным в сценарии устойчивого развития ООН, в 2040 году, несмотря на рост мировой экономики в среднем на 3,4 % в год, мы увидим существенное снижение спроса на углеводородную энергетику: рынок нефти объемом в 65-70 миллионов баррелей в день к 2040 году вернется к уровню начала 1990-х годов. При этом произойдет

значительное перераспределение инвестиций от ископаемого топлива к возобновляемым источникам энергии: инвестиции в ископаемое топливо сократятся почти на 50 %, а расходы на возобновляемые источники энергии увеличатся на 250 %.

Одним из наиболее важных технологических сдвигов в энергетической отрасли, который приведет к значительному повышению эффективности и рентабельности, станет цифровая трансформация. Попытки осуществления цифровой трансформации предпринимались еще с середины 90-х годов, но прорыв в этой области стал возможен только с появлением и развитием таких технологий как, промышленный интернет вещей (IIoT), обработка больших данных (Big Data) и когнитивные вычисления (Cognitive Computing).

Ожидается, что в добыче нефти и газа рост чистой прибыли будет обеспечен за счет снижения затрат, связанных с интерпретацией данных, повышением добычи благодаря использованию прогнозного технического обслуживания, и увеличением времени безотказной работы основного и вспомогательного оборудования. Сегодня все крупные нефтяные компании реализуют проекты, которые можно отнести к категории «умного» производства: Smart Wells («умные скважины») – Schlumberger, Smart Field («умное месторождение») – Shell, Field of Future («месторождение будущего») – BP, «цифровое месторождение» – «Роснефть» совместно с «Башнефть» и др. [1].

Таблица 2. Преимущества использования умных технологий

Показатели	Технологии управления месторождением		
	Активное управление	Реактивное управление	Проактивное управление
Прирост добычи нефти, %	1	4	10
Прирост запасов нефти, млрд т	5	10	15
Прирост КИН, %	1	5	10
Удельные затраты на автоматизацию, % от выручки	1	2	4
Снижение удельной себестоимости добычи нефти, %	2	5	15
Рост производительности труда, %	1	5	10

Примечание: Составлено по источнику [1]

Все эти системы похожи друг на друга по своим основным целям и задачам, которые они решают. В первую очередь, речь идет о моделировании различных сценариев развития ситуации на нефтегазовом производстве и выборе оптимальных решений при добыче, транспортировке и переработке нефти [2]. К наиболее перспективным умным нефтегазовым технологиям относятся: робототехника для бурения, обслуживания и наблюдения скважины, подводная добыча нефти, беспилотные платформы и др.

Использование умных технологий в режиме реального времени позволяет цифровым нефтегазовым компаниям достичь следующих целей [3]:

- расширить сырьевую базу предприятия в 3 и более раз;
- увеличить показатели извлечения и объемы добычи нефти на 10 %;
- повысить производительность предприятий на 10 %;
- снизить удельную себестоимость добычи нефти на 15 %;
- уменьшить число аварий (включая утечки и выбросы) на 20–30 %.

Экономическая эффективность от применения «умной» нефтегазодобычи достигается в первую очередь за счет уменьшения числа простоев фондов нефтедобывающих скважин, сокращения потерь нефти и газа при сепарации, полной оптимизации процесса нефтедобычи.

К тому же в настоящее время информационное, экономическое и социально-политическое развитие общества напрямую связано с культурой цифровых технологий. Во многих странах, в том числе и в Казахстане, стремление к технологическому и структурному реформированию подталкивает государство к принятию ряда решений по отношению к применению цифровой технологии в различных сферах деятельности народа. В частности, разработанная программа «Цифровой Казахстан» позволяет обеспечить благоприятные условия ведения работы в нефтегазовом секторе. Нефтегазовая отрасль Казахстана является ключевым сектором в его национальной экономике, и увеличение производительности нефтегазовых месторождений за счет применения цифровой технологии позволит увеличить конкурентоспособность Казахстана в мировой экономике. В ближайшем будущем появятся месторождения, которые контролируют себя сами и управляются виртуальными группами экспертов, расположенными в разных странах мира. Именно на это направлена концепция цифровизации. Описаны преимущества использования цифровой технологии в нефтегазовом деле и ее благоприятное воздействие на развитие Казахстана [4].

Добыча на нефтегазоконденсатных месторождениях ведется уже многие десятилетия. И время «лёгкой нефти», когда скважины фонтанировали нефтью в России, уже закончилось, и все больше приходится добывать «трудноизвлекаемую» нефть. Кроме того, новые участки находятся в экстремальных климатических зонах, на шельфе и других местах, удаленных от существующей инфраструктуры, что не может не сказаться на стоимости разработки. С учётом резкого падения цен на нефть (до 25\$ за баррель в марте этого года) показатели себестоимости имеют важнейшее значение. Чтобы оставаться прибыльными, предприятиям приходится искать способы сокращения затрат и повышение своей эффективности. И решать эти задачи помогают новые технологии. Сегодня многие отечественные нефтегазовые компании, осознавая преимущества интеллектуальных технологий, интересуются возможностью их использования. Новые технологии могут помочь освоению глубоководных месторождений морей и океанов, арктических месторождений, а также открыть возможности для извлечения и переработки сверхтяжелой нефти. Для добычи нефти в Арктике приходится учитывать и большие глубины залегания ресурсов, и низкие температуры, и большую удаленность от населенных пунктов, и продолжительность полярной ночи, и большое скопление льда. Для разработки этих месторождений необходимо придумывать новые технологии или заимствовать их у иностранных компаний, ведущих добычу в таких же условиях. Бурение на шельфе осуществляется с плавучих буровых платформ, способных работать в холодных водах и выдерживать столкновения со льдами. В России таких нет, поэтому наши компании вынуждены арендовать их в Норвегии, США и других странах. Так, «Роснефть», открывшая в 2014 г. месторождение «Победа» в Карском море, вела работы совместно с ExxonMobil с помощью норвежской платформы West Alpha. Запасы месторождения «Победа» по категории C1+C2 оцениваются в 130 млн тонн нефти и около 500 млрд куб. м газа. Но из-за введенных американцами санкций ExxonMobil была вынуждена свернуть деятельность в России. По мнению чиновников, разрабатывать месторождение Победа на шельфе Карского моря, можно только при цене нефти в \$130–140 за баррель, так заявил глава Роснедр Евгений Киселев. Бурение остается самым дорогим звеном в цепочке поиска-разработки и добычи. Однако и здесь существуют технологии, способствующие значительному снижению издержек. Так, применение скважин малого диаметра снижает операционные затраты и капитальные вложения на 40 %, а также является более экологически безопасным. Горизонтальные и наклонные скважины также активно используются и при организации промышленной добычи углеводородов. Они помогают уменьшить количество скважин и увеличить объем добываемой нефти. Совершенствование бурового оборудования может привести к сокращению времени бурения более чем на 40 %. К новым технологиям здесь можно отнести бурение с управлением потока давления бурового раствора на устье скважины, роторные

системы направленного бурения и пр. Главное требование к этим сооружениям – способность выдерживать подводные течения, агрессивную морскую среду, противостоять «ледяным атакам». Проектировщикам зачастую приходится придумывать уникальные технологии. Например, на норвежском шельфе есть платформа «Драуген», которая стоит не на четырех опорах, а на одной. Одна «нога» позволяет сохранять сооружению подвижность под напором течений. Наша российская арктическая ледостойкая платформа «Приразломная», которая находится в Печорском море, имеет традиционное основание, вокруг которого отсыпано около 120 тыс. т. щебня и камня – «защитная берма», которая нужна для того, чтобы предотвращать размыв грунта по периметру кессона. Эксплуатационные скважины находятся внутри основания и непосредственно не соприкасаются с открытой водой. Кессон является одновременно хранилищем добытой нефти. При этом он всегда заполнен нефтью или балластной водой. Верхняя часть «Приразломной» защищена от воздействия льда и волн специальными ледовым и волновым дефлекторами, установленными по периметру платформы. Ледовый дефлектор – это стена высотой 16,4 м, наклоненная верхняя часть которой предотвращает переливание набегающих волн. В условиях текущей экономической ситуации и падающей добычи, внедрение технологий «умного месторождения» становится критически важным условием для поддержания конкурентоспособности нефтедобывающих компаний. «Умное месторождение» (Smart Field) – это комплекс программных и технических средств, который позволяет управлять нефтяным пластом с целью увеличения показателей добычи углеводородов, а также повышение энергоэффективности оборудования и технологических процессов. Внедрение этой концепции помогает компаниям сокращать затраты на энергоресурсы и приводит к совокупному снижению выбросов углекислого газа в атмосферу. Одной из лидирующих компаний на рынке является французская компания Schneider Electric, которая является экспертом в области управления электроэнергией и промышленной автоматизации, и может предложить целостную концепцию интеллектуального месторождения и выступить в качестве МАС-МЕС, то есть сдать «под ключ» систему автоматизации процессов добычи и организовать эффективное электроснабжение на месторождении. Уже реализованные Schneider Electric проекты по внедрению систем снижения удельного энергопотребления показывают, что экономия может достигать 20-25 %. Компания рекомендует оснащать приводы насосов и других мощных потребителей частотными преобразователями. Только эта мера может обеспечить до 30 % экономии электроэнергии, потребляемой этим оборудованием, и внести весомый вклад в общую экономию. Также составной частью системы «умное месторождение» является решение Foxboro NetOil&Gas, позволяющее измерять дебит скважины непосредственно в устье и определять показатели расхода воды, нефти и газа.

Новая технология измерения многофазового потока, разработанная компанией Invensys Foxboro, позволяет измерять производительность прямо в устье скважины и выдавать значение дебитов по нефти и газу, включая режимы с объемной долей газа в потоке до 50 %. Это позволяет исключить капитальные затраты на тестовые сепараторы и затраты на обслуживание вспомогательного оборудования. С этой системой нет необходимости разделять поток на составляющие для точного измерения нефти, воды и газа.

Система может управлять как одной скважиной, так и кустами скважин за счёт кустовой механики. Ею контролируются нефтеперекачивающие станции и резервуарные парки. «Умная скважина» наблюдает за факельными системами, системами подготовки нефти и газа, также управляет системами поддержания пластового давления, в том числе водозаборными станциями, узлами учета воды, нагнетательными скважинами. Она позволяет вести одновременно-раздельную эксплуатацию двух объектов разработки. При использовании этой технологии применяется автоматизированное внутрискважинное оборудование, обеспечивающее непрерывный сбор и передачу на поверхность данных о параметрах добычи или

закачки жидкости в пласт в реальном времени. Система предполагает использование различных интеллектуальных и многопараметрических датчиков, а также внедрение систем физической (видеонаблюдение, контроль доступа, пожаротушение) и информационной безопасности. «Умные» технологии обеспечивают удаленный доступ ко всему полевому оборудованию, позволяют диагностировать его состояние и при необходимости конфигурировать.

Верхний уровень SF – автоматизированное управление всем производственным процессом MES (Manufacturing Execution System), позволяющее увязать собственно добычу с остальными процессами, протекающими на предприятии. Примером использования «умных скважин» является совместный проект Shell и «Газпром нефти» в Ханты-Мансийском автономном округе. На предприятии действуют более 20 «умных» скважин, система Smart Field оптимизирует производство и сокращает эксплуатационные расходы. Это позволило увеличивать объемы добычи на салымском проекте в среднем на 2,5 % в год и сократить время простоя скважин. Также «Газпром нефть» внедряет проекты в области блокчейна (непрерывная последовательная цепочка блоков), систем с искусственным интеллектом, предиктивной аналитики на основе big data, промышленного интернета вещей. Предиктивная аналитика – это обучение в процессе работы на основе совместного опыта компании для принятия более аргументированных решений. В «Газпром нефти» подсчитали, что цифровизация повышает эффективность бизнеса на 10-15 %, а снижение затрат на 10 % при добыче позволит ежегодно экономить компаниям более 200 млрд руб. Тем не менее реализация концепции «умное месторождение» была бы невозможна без использования и других ИТ – достижений: безопасных открытых протоколов передачи данных, обеспечивающих легкую интеграцию оборудования разных типов от разных производителей; скоростных, в том числе беспроводных, каналов связи, специализированного программного обеспечения.

Подводя итоги можно выделить следующие перспективы развития ИТ-инфраструктуры отрасли:

➤ В перспективах развития ИТ-инфраструктуры нефтегазовой отрасли в первую очередь лежит автоматизация полного спектра всех работ, связанных с разработкой, добычей, транспортировкой и переработкой нефти и природного газа. Ведь большое значение всё больше приобретает снижение себестоимости добычи, переработки, а также транспортировки нефти и газа. Эту задачу опять же помогает решить автоматизация основных ключевых процессов в таких областях как проектирование и технологический контроль разведочного бурения, обчисление параметров бурения, управление геолого-геофизическими данными и т.д.

➤ Автоматизация процессов планирования, обеспечения и осуществления ремонта оборудования в нефте- и газовой отрасли, дают возможность снизить потери предприятия, которые связаны с аварийными и плановыми простоями оборудования.

➤ Особое значение уделяется в последнее время разработке специализированных баз данных и ПО для использования в геологических, технологических и производственных отделах. При этом учитывается совместимость новых версий с уже имеющимися на оснащении. Создаются и реализуются системы трехмерного проектирования и автоматизированного мониторинга объектов нефтехимии и нефтепереработки.

➤ На все ИТ-технологии в нефтегазовой отрасли распространяются повышенные требования к надёжности оборудования, к таким системам как нефте- и газодобыче, нефте- и газотранспортировке, а также в нефте- и газопереработке. Все технические требования являются нормативной, информационной базой, а также основанием для разработки технических заданий при создании устройств в нефтегазовой отрасли.

Тенденция цифровизации большого количества рыночных сегментов набирает обороты. Энергетическая отрасль, являясь ключевой отраслью для российской экономики, не осталась в стороне от этого процесса. Этапы развития процессов цифровизации в энергетической отрасли страны всегда были обусловлены научно-техническим прогрессом: появление новой техники и технологий сразу же затрагивало все аспекты функционирования предприятий данной отрасли. Так в период с 1990 по 2010 гг. шло активное распространение и внедрение процессов автоматизации (на базе 3D – сейсмических моделей) на месторождения по всему Казахстану, за счет чего происходил рост экономических показателей экономики страны. С 2010 года и по настоящее время в роли таких прорывных технологий в энергетике выступают: искусственный интеллект, продвинутая аналитика, блокчейн, цифровые двойники и др. Осуществление цифровой трансформации является сложной и неоднозначной задачей, при которой необходимо в первую очередь минимизировать риски внеплановой остановки предприятия из-за сбоев при внедрении новых технологий. Кроме того, цифровизации отрасли сильно препятствуют дефицит «цифровых» специалистов, отсутствие целого ряда стандартов, а также кибер угрозы и нестабильность рынка в целом. Анализ международного опыта внедрения цифровых технологий показывает, что внедрение данных технологий на этапах добычи и переработка нефти и газа позволяет повысить эффективность технического обслуживания оборудования на 20-30 %, сократить внеплановые простои оборудования на 15-20 %, увеличить показатели извлечения и объемы добычи нефти на 10 % и снизить удельную себестоимость добычи нефти на 15 %.

В мире так же идут работы в этом направлении, но реальных примеров цифровизации энергетической отрасли пока не так много.

Список использованной литературы

1. Девликамов В.В., Зейгман Ю.В. *Техника и технология добычи нефти.* / В.В. Девликамов., Ю.В. Зейгман. – Уфа: Изд-во УНИ, 1987 – С.116.
2. Еремин Н. А. *Управление разработкой умных месторождений: Учеб. пособие для вузов:* / Еремин А. Н. М.: РГУ нефти и газа им. И. М. Губкина 2012.– С. 210
3. Калашикова Т. В. *Роль новых технологий в мировом нефтегазовом бизнесе // Нефть, газ и бизнес.* – 2007. – № 5 [Электрон.ресурс]. – URL: <https://salympetroleum.ru/technologies/production/smartwells/> (дата обращения: 12.11.2021)
4. *Основные показатели нефтегазовой отрасли Казахстана (декабрь 2018 года) Данные сайта министерства энергетики Республики Казахстан.* [Электрон.ресурс].. – URL: <http://energo.gov.kz/index.php?id=612>. (дата обращения: 12.11.2021)
5. *Основные показатели нефтегазовой отрасли Казахстана за 2019 год Данные сайта министерства энергетики Республики Казахстан.* [Электрон.ресурс]. –URL: <http://energo.gov.kz/index.php?id=503>.(дата обращения: 12.11.2021).

МРНТИ 06.73.21

Ли Вэньтао¹, Телагузова Э.О.¹

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

ФОРМИРОВАНИЕ ФИНАНСОВЫХ РЕСУРСОВ КОМПАНИИ В УСЛОВИЯХ ЕЕ ОГРАНИЧЕНИЯ

Аннотация

В результате исследования были уточнены подходы к определению сущности и особенностей формирования финансовых ресурсов предприятия; проведен анализ управленческих элементов, функций и принципов формирования финансовых ресурсов предприятия с целью максимизации их эффективности. В статье утверждается, что определение "финансовых ресурсов предприятия" как совокупности собственных средств предприятия и внешних доходов, которые могут быть использованы для предпринимательской деятельности и обеспечивают более качественный производственный процесс, является более эффективным.

Финансовые ресурсы предприятия обладают рядом особенностей, которые помогают отличить их от других форм финансовых ресурсов. Таким образом, финансовые ресурсы предприятия являются объектом финансового управления и правом собственности, подверженным влиянию времени, а также источником дохода, риска и ликвидации финансовых обязательств; они обладают высокой преобразующей способностью и, по-видимому, являются основным компонентом финансового потенциала и экономическим и фактором социального развития.

Ключевые слова: финансы, ресурсы, финансовые ресурсы, формирование финансовых ресурсов, капитал, компания.

Ли Вэньтао¹, Э.О. Телагузова¹

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

КОМПАНИЯНЫҢ ҚАРЖЫЛЫҚ РЕСУРСТАРЫН ОНЫ ШЕКТЕУ ЖАҒДАЙЫНДА ҚАЛЫПТАСТЫРУ

Аңдатпа

Зерттеу нәтижесінде кәсіпорынның қаржы ресурстарын қалыптастырудың мәні мен ерекшеліктерін анықтау тәсілдері нақтыланды; олардың тиімділігін барынша арттыру мақсатында кәсіпорынның қаржы ресурстарын қалыптастырудың басқару элементтеріне, функциялары мен принциптеріне талдау жүргізілді. Мақалада «кәсіпорынның қаржылық ресурстарын» кәсіпорынның жеке қаражаттары мен сыртқы кірістердің жиынтығы ретінде анықтау, оны кәсіпкерлік қызмет үшін пайдалануға болады және өндіріс процесін жақсырақ қамтамасыз етеді.

Кәсіпорынның қаржылық ресурстары оларды қаржылық ресурстардың басқа түрлерінен ажыратуға көмектесетін бірқатар ерекшеліктерге ие. Осылайша, кәсіпорынның қаржылық ресурстары қаржылық басқарудың объектісі және уақытқа әсер ететін меншік құқығы, сондай-ақ кіріс, тәуекел және қаржылық міндеттемелерді жою көзі болып табылады; олар жоғары трансформациялық қабілетке ие және қаржылық әлеует пен экономикалық және әлеуметтік даму факторының негізгі құрамдас бөлігі болып көрінеді.

Түйін сөздер: қаржы, ресурстар, қаржы ресурстары, қаржы ресурстарын қалыптастыру, капитал, компания.

Li Wentao¹, E.O.Telagussova¹

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

FORMATION OF FINANCIAL RESOURCES OF THE COMPANY IN CONDITIONS OF ITS LIMITATION

Abstract

As a result of the study, approaches to determining the essence and features of the formation of financial resources of the enterprise were clarified; in order to maximize their effectiveness, an analysis of the management elements, functions and principles of the formation of financial resources of the enterprise was carried out. The article defines «financial resources of the enterprise» as a set of personal funds of the enterprise and external income that can be used for business activities and better ensure the production process.

This study will allow society to save its financial resources, and businesses to manage their financial assets more effectively and improve their financial condition in market conditions of management. The methodology of the research of the article is relevant, significant and has a scientific novelty in terms of calculating the risk-free rate of equity.

Keywords: finance, resources, financial resources, formation of financial resources, capital, company.

Процесс формирования финансовых ресурсов является одним из ключевых факторов, определяющих эффективность рыночной деятельности организации, ее финансовую устойчивость и конкурентоспособность. В условиях, когда многие казахстанские производственные организации находятся в сложном финансовом положении, процесс формирования финансовых ресурсов становится важным, поскольку характер деятельности в настоящее время влияет на конкурентоспособность организаций за пределами страны. Таким образом, финансовое развитие организаций в отечественной экономике осуществляется посредством управленческого механизма формирования финансовых ресурсов, который отражает направление, характер и сущность организационных финансов в рыночной экономике. В условиях трансформации экономической системы финансовые ресурсы предприятия играют ключевую роль в эффективном функционировании организаций и являются основным фактором в процессе расширенного воспроизводства. Для продолжения работы в рыночных условиях казахстанским предприятиям необходимо не только поддерживать финансовую стабильность и платежеспособность, но и эффективно управлять процессом использования и генерирования финансовых ресурсов.

Поскольку финансовые ресурсы являются источником, создающим все остальные ресурсы, эффективное управление ими является одним из основных условий, характеризующих способность организации адаптироваться к динамичным условиям рынка. Одним из наиболее важных факторов, обеспечивающих функционирование и развитие организации в условиях рынка, является получение финансовых ресурсов из различных источников. Эта способность генерирования финансовых ресурсов постоянно совершенствуется в соответствии с объективными требованиями производства и сбыта, растущей сложностью экономических связей и другими особенностями производства[1].

Чтобы понять сущность финансовых ресурсов необходимо более подробно ознакомиться с терминами «формирование финансовых ресурсов» и «финансовые ресурсы».

В целом термин «ресурс» означает инструменты, при использовании которых предприятия могут достичь намеченного результата, путем их использования. В широком смысле «финансовые ресурсы» – это средства, которые могут быть использованы для выполнения

определенных задач в соответствии с заданным планом и позволяют достичь намеченного экономического результата.

Давайте рассмотрим эволюцию термина «финансовые ресурсы» начиная с периода их появления в 1960-х годах и до нашего времени. Сочетание двух слов «финансы» и «ресурсы» определяет термин «финансовые ресурсы» как платежи, которые появляются в процессе воспроизводства и характеризуют обращение, преобразование и возврат средств.

И.Т. Балабанов определяет финансовые ресурсы как денежные средства, имеющиеся в распоряжении хозяйствующего субъекта. Следует выделить такое понятие, как капитал – часть финансовых ресурсов. И.Т. Балабанов дает трактовку понятию «капитал»: «Финансовые ресурсы, направляемые на развитие производственно-торгового процесса, представляют собой капитал в его денежной форме» [2].

«Финансовые ресурсы рассматриваются как средства, находящиеся в распоряжении государства, предприятий, коммерческих организаций и учреждений, используемые для покрытия расходов и формирования различных фондов и резервов» [3].

«Финансовые ресурсы фирмы – это часть денежных средств в форме доходов и внешних поступлений, предназначенных для выполнения финансовых обязательств и осуществления затрат по обеспечению расширенного воспроизводства» [4].

В научных источниках термин «финансовые ресурсы» рассматривается в трех значениях. Первое значение рассматривает финансовые ресурсы на государственном уровне, второй рассматривает финансовые ресурсы на уровне корпоративных финансов, а третий рассматривает уровень воспроизводства финансовых ресурсов. Важно рассмотреть второе и третье значения для лучшего понимания природы финансовых ресурсов. Давайте рассмотрим значение финансовых ресурсов в корпоративных финансах и определим его составляющие с точки зрения функционирования финансов организаций.

Несмотря на то, что в научной литературе в ранних периодах основное внимание уделялось правительственному уровню формирования финансовых ресурсов, А.Бирманн справедливо указал на необходимость более глубокого рассмотрения природы экономических процессов и отношений на уровне организаций. Он обосновал свои взгляды, указав, что основная часть финансовых ресурсов была сформирована в процессе материального производства в организациях из разных отраслей, что означало, что процесс их формирования был децентрализован [5].

Сторонники воспроизводственного подхода определяют финансовые ресурсы в денежном выражении как часть валового национального продукта. Этот подход в основном привлекает внимание к особенностям финансовых ресурсов, таким как их назначение и ограничения в общей стоимости продукта. Тем не менее, в этом определении финансовых ресурсов отсутствует конкретика с точки зрения финансовых ресурсов, являющихся частью денежного обращения.

Рассматривая определения финансовых ресурсов, приведенных в научной литературе разных авторов, таких как, Балабанов; Любушин; и.т.д., можно утверждать, что определения, которые рассматривают финансовые ресурсы как источник создания валютного фонда или как средство получения денежных доходов организаций, значительно снижают значение финансовых ресурсов в организаций, поскольку финансовые ресурсы включают как фондовые, так и не фондовые производные инструменты [6].

Таким образом, финансовые ресурсы предприятия представляют собой совокупность собственных средств и внешних доходов организаций, которые могут быть использованы для формирования основных и оборотных средств, необходимых для бизнеса и расширенной поддержки производства. Рисунок 1 дает более конкретное определение характера финансовых ресурсов на предприятии путем структурирования финансовых ресурсов на предприятии.



Рисунок 1. Структурирования финансовых ресурсов на предприятии

Примечание: рисунок составлена на основе литературы [2].

Мы разделили финансовые ресурсы на три группы: внутреннее финансирование, привлеченное финансирование и внешнее финансирование.

Внутреннее финансирование – это средства предприятия, находящиеся в постоянном обороте. Продолжительность использования внутреннего финансирования не установлена. Он формируется за счет собственного капитала организации, который включает активы, оставшиеся после полного использования активов организаций.

Привлеченное финансирование включает средства, прямо или косвенно полученные от физических и/или юридических лиц на возвратной основе, остатки финансовых активов, возникшие в результате обычной хозяйственной деятельности в интересах физических и юридических лиц.

Внешнее финансирование включает в себя подлежащие возмещению возвратные средства, полученные предприятием в течение ограниченного периода времени. Обычно организация получает внешнее финансирование за счет краткосрочных и долгосрочных банковских кредитов.

Финансовые ресурсы предприятия и его производственно-хозяйственная деятельность, направленная на получение прибыли, включают в себя все вышеперечисленные источники.

Предприятия могут использовать в своей деятельности внутреннее финансирование, которое означает ресурсы, полученные из собственных источников (акционерный капитал, дополнительный капитал и резервный капитал, нераспределенная прибыль) и внешнее финансирование в краткосрочном периоде, на основе определенных принципов (кредиты и займы, кредиторская задолженность, прочие обязательства).

Существуют определенные особенности и характеристики, которые помогают различать и четко идентифицировать определенные типы ресурсов. Особенности финансовых ресурсов представлена ниже в виде таблицы (таблица 1).

Примечательно, что финансовые ресурсы ограничены, и они являются доминирующим элементом всей ресурсной базы в любой организации, что влияет на процесс их эффективного управления. Наличие необходимого объема финансовых ресурсов дает компании доступ к земельным, материальным, трудовым, интеллектуальным ресурсам и так далее. К сожалению, в настоящее время финансовые ресурсы являются самыми дефицитными ресурсами отечественных предприятий, и их нехватка замедляет общее развитие и приводит к сокращению других элементов ресурсной базы предприятия.

Следует также отметить, что финансовые ресурсы, по сравнению с другими ресурсами, являются наиболее мобильными элементами ресурсной базы, и в условиях постоянных изменений внешней среды финансовые ресурсы являются ключевым фактором эффективности.

Таким образом, эффективное формирование и управление финансовыми ресурсами являются основными элементами способности отечественного бизнеса выживать и добиваться успеха в рыночной экономике.

Стиль управления финансовыми ресурсами предприятия является важным элементом обеспечения эффективной финансовой и деловой деятельности и одним из ключевых факторов, влияющих на производственные и бизнес-показатели организации.

Управление финансовыми ресурсами направлено на достижение следующих целей:

- выживание организаций в условиях рыночной конкуренции;
- избежание банкротства и крупных финансовых потерь;
- лидерство по сравнению с конкурентами;
- повышение рыночной стоимости предприятия;
- достижение приемлемых темпов роста экономического потенциала предприятия;
- увеличение прибыли;
- снижение затрат;
- поддержание прибыльности бизнеса.

Для лучшего понимания термина «формирование финансовых ресурсов предприятия в контексте их ограничения» важно рассмотреть несколько определений и проанализировать их значения.

Формирование финансовых ресурсов предприятия и управление ими направлены на обеспечение максимального процветания собственников предприятия в текущем и будущем периодах времени.

Цель создания и дальнейшего управления финансовыми ресурсами имеет конкретное значение в обеспечении максимальной рыночной стоимости предприятия, которая поддерживает конечные финансовые интересы его владельцев, а именно поддержание функций управления финансовыми ресурсами предприятия.

Таблица 1. Особенности финансовых ресурсов

№	Особенность	Характеристики объекта
1	Объект финансового менеджмента	Эта особенность связана с финансовым менеджментом, а именно с системой принципов и методов принятия и реализации управленческих решений, а также распределения и использования финансовых ресурсов предприятия.
2	Источник риска	Существует постоянная связь между прибылью, генерируемой всеми видами активов, и риском – чем выше доход, тем выше будет риск, связанный с этим доходом.
3	Основной	Финансовые ресурсы определяют финансовый аспект экономического

	компонент финансового потенциала	потенциала организации. Ликвидные активы и способность генерировать положительный денежный поток являются основными элементами, позволяющими оценить ликвидность, платежеспособность, кредитоспособность и инвестиционную привлекательность организации.
4	Объект права собственности	По имущественному признаку финансовые ресурсы делятся на собственные и заемные ресурсы организации. С точки зрения собственных ресурсов организации, финансовые ресурсы могут контролироваться только в случае существующего права собственности, права на размещение и права распоряжения.
5	Активы с высокой степенью преобразующей способности	Специфическим аспектом финансовых ресурсов является их непосредственное вовлечение в процесс производства. Важность преобразующего потенциала заключается в его временных аспектах. Во-первых, это означает постоянную, не ограниченную во времени преобразующую способность ресурса. Во-вторых, увеличение временного периода не должно снижать преобразующую ценность ресурса и не должно приводить к росту затрат.
6	Источник дохода	Предприятие с временно несвязанными средствами может ссужать их другим хозяйствующим субъектам в обмен на определенное вознаграждение, такое как процентный заем. Размещение средств на текущих, расчетных, валютных и депозитных счетах в банках обеспечивает доход, а значит, осуществляется на платной основе. Проценты по вкладу – это прибыль.
7	Объект воздействия фактора времени	Основная концепция современной финансовой теории о временной изменяющейся стоимости денег утверждает, что из двух альтернатив наилучший способ получения средств – самый быстрый. Через определенный промежуток времени часть объединенных финансовых ресурсов может быть инвестирована и приносить дополнительный доход.
8	Источник погашения финансовых обязательств	Существует острая необходимость погашения финансовых обязательств предприятия перед владельцами, кредиторами и инвесторами, а в случае отсутствия платежеспособности это приводит к ликвидации бизнеса и его функционированию. Платежи по финансовым обязательствам могут осуществляться способами передачи имущества, взаимозачета, уступки прав и т.д.
9	Фактор экономического и социального развития	Различные уровни жизненного цикла организации направлены на достижение трех целей, таких как финансовая стабильность, прибыльность и экономическое развитие. Долгосрочные цели направлены на достижение экономического развития. Ключевым фактором этой стратегии является, с одной стороны, внутреннее финансирование, а с другой стороны, доступ к внешним источникам финансирования.
Примечание: таблица составлена на основе литературы[2].		

Функции управления финансовыми ресурсами предприятия могут быть определены на основе функций финансового управления. Эти функции включают планирование, организацию, регулирование потоков, защиту активов, учет, контроль и анализ финансовых ресурсов.

В исследовании статьи установлено, что целесообразно определять «финансовые ресурсы предприятия» как совокупность собственных средств предприятия и внешнего финансирования, которые могут быть использованы для формирования основных и оборотных средств, необходимых для ведения бизнеса и расширенного обслуживания производства.

Финансовые ресурсы предприятия обладают рядом характеристик, отличающих их от других видов финансовых ресурсов. Этими характеристиками являются: объект финансового управления, объект права собственности, подверженный влиянию фактора времени, источник дохода, риск и погашение финансовых обязательств. Финансовые ресурсы предприятия являются компонентом финансового потенциала и фактором экономического и социального развития и обладают высокой способностью к преобразованию.

Согласно проанализированной информации, управление формированием финансовых ресурсов представляет собой комплекс мероприятий, направленных на управление собственным капиталом и внешним финансированием, а также создание и управление

структурой капитала, которая позволила бы минимизировать средневзвешенную стоимость капитала и максимизировать рыночную стоимость организации. Этот набор достаточно важен для предприятия в качестве основы для формирования производственных и финансовых возможностей и развития производственных мощностей. Разнообразие способов использования управления финансовыми ресурсами делает этот комплекс мероприятий сложным вопросом со многими элементами.

Список использованной литературы:

1. Сердюкова Е.В., Сердюков В.А.: *Финансы предприятий. Учебное пособие.* Издательство: Российская Академия предпринимательства, 2008 г. – С.160.
2. Балабанов И.Т. *Основы финансового менеджмента. Учебное пособие 2-е изд., доп. и перераб.* - М.: Финансы и статистика, 2009. – С.512.
3. Герасименко А. *Финансовый менеджмент – это просто: Базовый курс для руководителей и начинающих специалистов.* М.: Альпина Паблишер, 2021, 480с.
4. Ковалев В.В. *Финансовый менеджмент: теория и практика. Учебник.* М.: «Проспект», 2007. – С.1024
5. Бирманн Л.А. *Общий менеджмент. – Учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 2013. – С.158.*
6. Любушин Н.П. *Экономический анализ. Учебник.* Москва : Юнити-дана, 2017. – С.575.

МРНТИ 06.1.12

Тау У.¹, Оралбаева Ж.З.¹

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

ПРИМЕНЕНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ

Аннотация

Цифровые технологии широко применяются во многих направлениях производственной и управленческой деятельности, и в том числе в управлении персоналом. Исследованию процессов цифровой трансформации управления человеческими ресурсами придается важное значение для сохранения конкурентоспособности предприятий в современных условиях. Новые цифровые технологии обеспечивают более высокий уровень интеграции и гибкости на рабочем месте. Получая доступ к необходимым инструментам и информации, сотрудники приобретают возможность обновлять и расширять опыт работы.

Цифровые технологии позволяют получать преимущества в управлении персоналом за счет сокращения потерь времени, финансовых ресурсов, повышения адаптации к изменениям. Цифровые технологии повышают качество организации управления персоналом. Процесс цифровизации управления в организациях требует изменений во взаимоотношениях работников.

В статье рассмотрены направления развития цифровых технологий в управлении персоналом, а также отмечено какое влияние имеет применение цифровых технологий на организацию управления персоналом.

Ключевые слова: персонал, управление персоналом, цифровые технологии, цифровизация, цифровая зрелость, обучение персонала

У Тау¹, Ж.З. Оралбаева¹

¹ Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті
Алматы қ, Қазақстан

ПЕРСОНАЛДЫ БАСҚАРУДА ЦИФРЛЫҚ ТЕХНОЛОГИЯЛАРДЫ ҚОЛДАНУ

Аңдатпа

Цифрлық технологиялар өндірістік және басқару қызметінің көптеген салаларында, соның ішінде персоналды басқаруда кеңінен қолданылады. Қазіргі жағдайда кәсіпорындардың бәсекеге қабілеттілігін сақтау үшін адам ресурстарын басқарудың цифрлық трансформациясы процестерін зерттеудің маңызы зор. Жаңа цифрлық технологиялар жұмыс орнындағы интеграция мен икемділіктің жоғары деңгейін қамтамасыз етеді. Қажетті құралдар мен ақпаратқа қол жеткізу арқылы қызметкерлер жұмыс тәжірибесін жаңарту және жақсарту мүмкіндігіне ие болады.

Цифрлық технологияла руақытты, қаржылық ресурстарды жоғалтуды азайту және өзгерістерге бейімделуді арттыру арқылы персоналды басқаруда артықшылықтарға қол жеткізуге мүмкіндік береді. Цифрлық технологиялар персоналды басқаруды ұйымдастыру сапасын жақсартады. Ұйымдардағы басқаруды цифрландыру процесі қызметкерлердің қарым-қатынасын өзгертуді талап етеді..

Мақалада персоналды басқарудағы цифрлық технологияларды дамыту бағыттары талқыланады, сонымен қатар цифрлық технологияларды пайдалану персоналды басқаруды ұйымдастыруға қандай әсер ететіні атап өтіледі.

Түйін сөздер: персонал, персоналды басқару, цифрлық технологиялар, цифрландыру, цифрлық жетілу, кадр даярлау

U. Tau¹, Oralbaeva Zh.Z.¹

¹ Kazakh National University named after Abay, Institute Sorbonne-Kazakhstan,
Almaty, Kazakhstan

APPLYING OF DIGITAL TECHNOLOGIES IN HR MANAGEMENT

Abstract

Digital technologies are widely used in many areas of production and management activities, including personnel management. The study of digital transformation processes of personnel management is considered important for maintaining competitiveness of enterprises in today's environment. New digital technologies provide a higher level of integration and flexibility in the workplace. By gaining access to the necessary tools and information, employees develop capabilities for updating and broadening their work experience.

Digital technologies make it possible to gain advantages in personnel management by reducing the loss of time, financial resources, and increasing adaptation to changes. Digital technologies improve the quality of personnel management organization. The process of digitalization of management in organizations requires changes in the relationship of employees..

This article reviews the direction digital technology is taking in personnel management and the impact digital technology is having on organization of personnel management.

Keywords: personnel, personnel management, digital technologies, digitalization, digital maturity, personnel training

Технологии управления персоналом (HR) непрерывно развивается с постоянным потоком появления новых цифровых инструментов. Наиболее масштабной трансформацией за последние годы стал переход от традиционных ручных HR-процессов к цифровым, автоматизированным. Управление персоналом затрагивает все предприятия, от крупнейших компаний до предприятий малого бизнеса. Это преобразование включает в себя перевод традиционных используемых ресурсов, инструментов и процессов, как традиционные картотеки и указатели, на цифровые средства с использованием технологий больших данных и искусственного интеллекта (ИИ).

Новые цифровые технологии обеспечивают более высокий уровень интеграции и гибкости при выполнении поставленных задач перед работниками [1]. Обеспечивая доступ к необходимым инструментам и информации, сотрудникам представляется возможность самостоятельно управлять своим опытом работы, что повышает эффективность их деятельности и в конечном счете приводит к повышению эффективности системы управления персоналом на предприятиях. Цифровизация управления персоналом – это развивающаяся область, которая занимается всеми аспектами человеческих ресурсов в цифровом мире, включая набор, адаптацию, управление персоналом и обучение. Это растущая область исследований, потому что компании ищут способы улучшить опыт своих сотрудников, а также убедиться, что сотрудники обладают необходимыми навыками в нужный момент времени.

Применение цифровых HR-инструментов позволяет получать преимущества как для сотрудников, так и для работодателей. Их использование предоставляет возможность получения данных, которые можно использовать для улучшения организации HR-процессов, а также способствует экономии времени на обработку получаемых данных. Автоматизация HR-процессов позволяет в полной мере использовать преимущества технологии искусственного интеллекта (ИИ). ИИ – это инструмент, который может помочь во многих аспектах управления персоналом. ИИ можно использовать для автоматизации задач, которые в противном случае отнимали бы много времени и усилий. Его также можно использовать для предоставления HR новых идей и информации о своих сотрудниках, к которым у них, возможно, не было доступа раньше. Кроме того, ИИ может помогать с набором персонала, способствуя нахождению подходящих работников, анализируя такие данные, как история резюме, уровень образования, набор навыков и другое. Также и в других направлениях управления персоналом, связанных с адаптацией, обучением, карьерным развитием и других, применение технологий искусственного интеллекта позволяет получать значительные преимущества [2].

Рассмотрение существующего положения развития технологий управления персоналом позволяет видеть такие тенденции, как

- продолжение роста масштабов применения искусственного интеллекта,
- повышение роли облачных технологий в управлении персоналом,
- использование преимуществ виртуальной реальности в обучении персонала,
- расширение направлений использования чат-ботов в управлении персоналом.

Изучение данных тенденций позволяет понимать получаемый полезный эффект в улучшении качества организации управления персоналом, а также возможные направления дальнейшего развития технологий управления персоналом.

Широкое применение цифровых технологий в управлении персоналом включает приток полезных инструментов искусственного интеллекта в процессах предварительного отбора потенциальных кандидатов на вакантные позиции. Программное обеспечение для найма персонала использует искусственный интеллект, например, для оценки кандидатов, проверки ответов и оценки видеоподготовки, проверки социальных сетей, а также для выбора эффективных стратегий найма. Таким образом, до этапа личного собеседования, проводимого в итоге с отобранными кандидатами, применение искусственного интеллекта помогает в

сокращении объема работы и времени на поиски новых сотрудников и взаимодействия с неподходящими кандидатами.

Облачные технологии быстро становятся неотъемлемым элементом развития бизнеса, поскольку упрощает хранение и использование бизнес-материалов. И можно отметить, что инструментами, активно переносимыми в облако, является программное обеспечение по управлению персоналом. В особенности преимущества использования облачных технологий стали востребованы в условиях пандемии и перехода на удаленную работу, когда организации получили возможность доступа и совместного использования ресурсов бизнеса из одного места для всех.

Также можно отметить проявление интереса к использованию технологий виртуальной реальности в управлении персоналом, в частности в организации обучение.

Активность развития данных технологий обусловлена степенью зрелости автоматизации на фирмах. Например, по данным исследования, проведенного Deloitte в 2019г. в российских компаниях было определено, что индекс цифровизации в среднем составлял 1,84 (в зарубежных -2,08). А также было выделено несколько групп компаний, в зависимости от уровня зрелости автоматизации и понимания ценности автоматизации для компаний [3]:

- до 1,5 баллов- HR на бумаге,
- 1,5-2,5 баллов – фрагментарная автоматизация,
- 2,5-3,2 – зрелая автоматизация,
- 3,2- 4 балла- интеллектуальный HR.

Каждая группа различается по степени их продвинутости и готовности внедрять инструменты цифровизации процессов управления персоналом, как видно в таблице 1. Проведенное исследование показывало, что наиболее активно применяются цифровые технологии, с индексом зрелости автоматизации 2,0, в банковской, финансовой, IT и телекоммуникационной сферах, металлургии и горнодобывающих предприятиях. То есть на предприятиях с относительно большим количеством сотрудников (от 1000 и более сотрудников), где автоматизация процессов управления персоналом целесообразна и затраты окупаются получаемой экономией времени на осуществление этих процессов. Также существенное развитие цифровых технологий в управлении персоналом отмечается в розничной торговле, интернет- торговле, фармацевтических компаниях, в нефтегазовой сфере и транспортных и логистических услуг (где уровень зрелости автоматизации составляет 1,7-1,9 баллов и 1,9-2,0 баллов). Наименьший показатель индекса зрелости автоматизации процессов управления персоналом сохраняется в таких сферах как энергетика, строительство и образование (1,5-1,7 баллов), где большинство процессов управления персоналом осуществляется вручную. Возможно это связано с ограниченностью ресурсов для осуществления процессов автоматизации, но в то же время приводит к невысокой эффективности процессов управления персоналом, особенно связанным с анализом мнений сотрудников, организацией обучения и других, что в целом отражается на эффективности развития данных организаций.

Таблица 1 – Модель зрелости Digital HR

Ценность для бизнеса	до 1,5 баллов HR на бумаге	1,5-2,5 баллов Фрагментарная автоматизация	2,5-3,2 Зрелая автоматизация	3,2- 4 балла Интеллектуальный HR
	– процессы делаются вручную, – процессы не структурированы	– разные системы для разных процессов, – данные хранятся в разных местах,	– процессы связаны, упрощены и стан-артизированы, – кастомизация путем настройки, а не	– машинное обучение, – интеллектуальные возможности, – предиктивная

	<ul style="list-style-type: none"> – кастомизация через доработку, – масштабирование затруднено 	<ul style="list-style-type: none"> доработки, – Мобильный доступ с любых устройств, – единая точка входа, – единая платформа данных 	<ul style="list-style-type: none"> аналитика, Постоянная автоматизация, – VR/AR, – единый интерфейс при множестве дополнительных приложений
Уровень зрелости			

Примечание – таблица приведена по данным [3]

Низкий уровень активности внедрения цифровых технологий означает слабое использование или отсутствие использования процессов аналитики и управления данными в процессах отбора, адаптации, обучения, развития, вознаграждения оценки и других.

Как видно из описаний этапов зрелости компаний можно видеть, что для эффективного внедрения программного обеспечения по управлению персоналом необходимы такие условия, как [3]:

- HR-процессы компании стандартизированы,
- Уже есть бумажные HR – шаблоны.
- Определен стандартный поток согласований.
- У каждой задачи в HR-процессе есть ответственный владелец,
- У компании есть список кадровых политик и правил, которые необходимо соблюдать.

В последние годы уровень распространения цифровых технологий значительно повысился, особенно в период пандемии интерес со стороны компаний к применению данных технологий стремительно возрастает. Согласно опросу, проведенному консалтинговой фирмой McKinsey, в 2021 году 56 % компаний расширили использование искусственного интеллекта в процессах управления персоналом [4]. Происходящие глобальные процессы распространения новых технологий, в том числе в сфере HR, создают новые возможности для роста эффективности управленческой деятельности, а также повышает потребность в наращивании навыков персонала для повышения готовности к процессам цифровой трансформации.

Цифровая трансформация представляет более широкое понятие, чем просто автоматизация процессов управления персоналом и пересмотр бизнес-процессов в компании таких, как [5]:

- адаптация сотрудников на новом рабочем месте,
- обеспечение вовлеченности и приверженность миссии компании среди коллектива работников,
- целеполагание, оценка и развитие работников,
- карьерное развитие и создание кадрового резерва.

Опросы руководителей департаментов управления персоналом, проведенные в процессе исследования PwCDigitalHRTransformationSurvey 2022 показывают, что в условиях цифровых преобразований перед отделами управления персоналом ставится новая роль дизайнеров опыта сотрудников и агентов изменений и разработчиков талантов [6]. То есть, цифровые преобразования в сфере управления персоналом выходят за рамки только цифровизации процессов управления персоналом, но более важным является их связь с повышением квалификации сотрудников и управлением меняющейся культурой и мышлением.

Для реализации процессов цифровой трансформации управления персоналом основными направлениями в отчете PwC отмечены:

- обновление роли управления персоналом для того, чтобы цифровая трансформация была взаимосвязана с формированием цифровой культуры,

– развитие платформ для развития талантов, обмена знаниями и преодоления разрыва в цифровых навыках,

– создание цифровых платформ для обеспечения связей, сотрудничества внутри организаций,

– создание «человеческого цифрового опыта», на основе рассмотрения людей в центре технологий.

То есть, «по мере роста инвестиций в технологии организациям следует сместить фокус цифровой трансформации HR с технологий на людей. Внедрение цифровой культуры, развитие лидеров с цифровым мышлением и создание новых моделей поведения и способов работы становится ключевыми основополагающими элементами обновленной программа цифровой трансформации HR» [6]. Развитие автоматизированных HR-процессов на основе облачных вычислений делает шаг вперед и открывает новые возможности для эффективного использования потенциала кадровых ресурсов [7].

Технологии прогнозирования в управлении персоналом могут применяться при планировании, найме, оценке результативности сотрудников. Использование искусственного интеллекта в процессах обработки и анализа данных о сотрудниках специалистами по персоналу позволяет формировать:

– более точный прогноз возможного дефицита навыков исходя из текущих тенденций в компании;

– стратегии обучения персонала в плане развития необходимых навыков.

Обладая достаточным объемом знаний о сотрудниках и их навыках, алгоритмы машинного обучения могут давать рекомендации по повышению квалификации работников и формированию траектории их карьерного развития. Внедрение облачных технологий в промышленные и бизнес процессы упрощает процессы хранения и использования информации. Особенно важными могут быть эти преимущества в условиях повышения масштабов удаленной занятости, необходимости совместного обсуждения проектов при удаленной занятости. Также HR-аналитика может давать преимущества компаниям в преодолении текучести кадров. Согласно исследованиям, около 50-70% компаний в разных странах внедрили решения для HR-аналитики для оптимизации процессов управления талантами и прогнозирования текучести кадров. В условиях пандемии, когда требования работников по обеспечению безопасности возрастали, определяя уровень производительности, применение HR-аналитики способствовало улучшению отношений с талантами и выявлению необходимости в развитии определенных наборов навыков.

Преимущества, которые компании ожидают от своих новых решений цифровизации HR, включают улучшенный пользовательский интерфейс, доступ к текущим инновациям и лучшим практикам для поддержки бизнеса, а также более быстрое внедрение с быстрым получением отдачи. Компанией Deloitte предлагается подход к выбору стратегий развития управления персоналом с применением цифровых технологий. Каждый из вариантов стратегий обусловлен различными факторами и условиями, в которых компании могут находиться. Важно четкое понимание движущих сил преобразования HR в организации и целевое использование кадровых стратегий. Ясное представление приоритетов и фокусирование направления усилий на их решение позволит получать больший эффект при реализации основных HR-стратегий и стратегий цифровой трансформации бизнеса. [6]. Цифровая трансформация HR потенциально может стать катализатором внедрения цифрового мышления и способствовать цифровому преобразованию организации [7]. Реализация программ цифровой трансформации HR позволяет создавать связи между сотрудниками, стимулируя сотрудничество и положительно влияя на опыт сотрудников в организации. По мере роста инвестиций в цифровые технологии внедрение цифровой культуры, развитие

лидерства в цифровом мышлении и создание новых моделей поведения и способов работы будет способствовать формированию основ цифрового будущего развития организаций [8].

Можно видеть изменение роли управления персоналом в бизнесе в условиях цифровизации, занимающего лидерскую позицию в реализации процессов трансформации, модернизации и инноваций в современных условиях (рисунок 1).



Рисунок 1- Развитие роли HR
Примечание – составлено на основе источника [9]

В заключении можно отметить, возрастающую важность развития цифровых, которые способствуют получению дополнительных конкурентных преимуществ за счет изменения существующих представлений о методах управления персоналом и создания возможностей для гибкой адаптации к меняющимся требованиям.

Список использованной литературы

1. HRCloud. Enabling a path for growth in the technology industry. [Электрон.ресурс]. – URL: <https://www2.deloitte.com/bd/en/pages/technology/solutions/sap-hr-cloud-technology-industry-growth.html> (дата обращения 22.03.2022)
2. Абашикина Е. Цифровая революция в HR. [Электрон.ресурс]. – URL: <https://stimul.online/viewpoint/tsifrovaya-revolyutsiya-v-hr/> (дата обращения 22.03.2022)
3. Цифровая трансформация HR. Опыт российских компаний. Результаты исследования SAP и Deloitte. [Электрон.ресурс]. – URL: <https://obzory.hr-media.ru/cifrovaya-transformaciya-hr-russia> (дата обращения 23.03.2022)
4. The state of AI in 2021. [Электрон.ресурс]. –URL: <https://www.mckinsey.com/business-functions/mckinsey-analytics/our-insights/global-survey-the-state-of-ai-in-2021>(дата обращения 22.03.2022)
5. Starner T. Why building employee trust is the next frontier for AI in HR. [Электрон.ресурс]. – URL: <https://hrexecutive.com/why-building-employee-trust-is-the-next-frontier-for-ai-in-hr/>(дата обращения 23.03.2022)
6. Digital HR Transformation Survey 2022. [Электрон.ресурс]. – URL: <https://www.pwc.com/sg/en/publications/digital-hr-transformation-survey-2022.html>

7. *Цифровая трансформация отраслей: стартовые условия и приоритеты: докл. к XXII Анр. междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества, Москва, 13–30 апр. 2021 г*

8. *Three Strategies for Implementing HR in the Cloud. [Электрон.ресурс]. – URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/human-capital/us-cons-hr-transformation-020915.pdf>(дата обращения 22.03.2022)*

9. *Global Business Driven HR Transformation. The Journey Continues. [Электрон.ресурс]. – URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/de/Documents/human-capital/global-business-driven-hr-transformation.pdf>(дата обращения 22.03.2022)*

МРНТИ 06.71.07

Сянмин Ли,¹ Изеев С.Н.¹

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

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ВЕНЧУРНОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Аннотация

Как показывает опыт развитых стран мира, использование венчурных форм финансирования позволяет добиться наиболее быстрого развития наукоемких и высокотехнологичных отраслей экономики. Формирование национальной системы венчурного финансирования для Казахстана является объективной необходимостью

В статье структурированы существенные характеристики венчурного финансирования с учетом генезиса его объектов – интеллектуальных продуктов и инновационных проектов научно-технологической сферы. Предложена трактовка венчурного финансирования как экономической категории. Выделен ряд критериев моделей венчурного финансирования, на основе которых автором осуществляется их дифференциация в ведущих странах мира таких как – США, стран ЕС, Японии и Израиля.

Осуществлен сравнительный анализ ряда современных тенденций развития системы венчурного финансирования в ведущих странах мира. Показано, что ключевое значение в системе венчурного финансирования имеет не только общий объем средств, но и их рациональное распределение по специализированным стадиям инновационных проектов.

Ключевые слова: интеллектуальные продукты и инновационные проекты научно-технологической сферы, венчурное финансирование, методологический аспект, критерии, модели, НИОКР, технологии, инновации.

Ли Сянмин.,¹ С.Н. Изеев¹

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

ИННОВАЦИЯЛЫҚ КОМПАНИЯЛАРДЫ ВЕНЧУРЛЫҚ ҚАРЖЫЛАНДЫРУДЫҢ ШЕТЕЛДІК ТӘЖІРИБЕСІ

Аңдатпа

Әлемнің дамыған елдерінің тәжірибесі көрсетіп отырғандай, қаржыландырудың венчурлік әдістерін қолдану экономиканың ғылымды қажет ететін және жоғары технологиялық секторлардың қарқынды дамуына қол жеткізуге мүмкіндік береді. Қазақстан үшін венчурлық қаржыландырудың ұлттық жүйесін қалыптастыру объективті қажеттілік болып табылады.

В статье структурированы существенные характеристики венчурного финансирования с учетом генезиса его объектов – интеллектуальных продуктов и инновационных проектов научно-технологической сферы. Предложена трактовка венчурного финансирования как экономической категории. Выделен ряд критериев моделей венчурного финансирования, на основе которых автором осуществляется их дифференциация в ведущих странах мира таких как – США, стран ЕС, Японии и Израиля.

Мақалада венчурлік қаржыландыру объектілерінің пайда болу алғышарттарын, яғни интеллектуалдық өнім және инновациялық жобаларды ескере отырып венчурлік қаржыландырудың маңызды сипаттамалары келтірілген. Венчурлық қаржыландыру модельдерінің бірқатар критерийлері анықталды, олардың негізінде автор оларды АҚШ, ЕО елдері, Жапония және Израиль сияқты әлемнің жетекші елдеріндегі үлгілерін талқылады.

Әлемнің жетекші елдеріндегі венчурлық қаржыландыру жүйесінің дамуының бірқатар заманауи тенденцияларына салыстырмалы талдау жасалды. Венчурлық қаржыландыру жүйесінде қаражаттың жалпы көлемі ғана емес, сонымен қатар оларды инновациялық жобалардың мамандандырылған кезеңдері бойынша ұтымды бөлу де басты мәнге ие екендігі көрсетілген.

Түйін сөздер: ғылыми-технологиялық саланың зияткерлік өнімдері мен инновациялық жобалары, венчурлық қаржыландыру, әдістемелік аспект, критерийлер, модельдер, ҒЗТҚЖ, технологиялар, инновациялар.

Li Xiangming.¹, Izeyev S.N.¹

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

FOREIGN EXPERIENCE IN VENTURE FINANCING OF INNOVATIVE COMPANIES.

Abstract

As the experience of the developed countries of the world shows, the use of venture forms of financing makes it possible to achieve the most rapid development of science-intensive and high-tech sectors of the economy. Formation of a national system of venture financing for Kazakhstan is an objective necessity

The article structured the essential characteristics of venture financing, taking into account the genesis of its objects - intellectual products and innovative projects in the scientific and technological sphere. The interpretation of venture financing as an economic category is proposed. A number of criteria for venture financing models have been identified, on the basis of which the author

differentiates them in the leading countries of the world such as the USA, EU countries, Japan and Israel.

A comparative analysis of a number of modern trends in the development of the venture financing system in the leading countries of the world has been carried out. It is shown that not only the total amount of funds, but also their rational distribution over specialized stages of innovative projects is of key importance in the system of venture financing.

Keywords: intellectual products and innovative projects in the scientific and technological sphere, venture financing, methodological aspect, characteristics, models, R&D, technologies, innovations.

США дала миру своеобразную форму предпринимательства - так называемый венчурный бизнес. Первые венчурные предприятия стали появляться в 50-60 е годы. Однако широкое распространение и использование они получили в 1970-1980 гг. в связи с появлением авангардных направлений научно- технического прогресса [1].

Рисковые инновационные фирмы обычно формируются в виде небольших фирм для проведения разработок научно-технических идей, воплощения этих идей в базовые разработки или готовую продукцию.

Венчурные предприятия обычно иницируются небольшой группой лиц – талантливые инженеры, изобретатели, ученые, менеджеры-новаторы, которые стремятся воплотить в жизнь свои идеи, при этом не имеют ограничений в работе, что неизбежно в лабораториях крупных компаний, подчиненных в своей деятельности жестким программам и централизованным планам корпораций. Такой метод организации исследований позволяет максимально использовать потенциал научных кадров, освобождающихся в этом случае от влияния управленческой бюрократии.

Преимущества рискового бизнеса состоят в гибкости, подвижности, способности мобильно переориентироваться, изменять направление поиска, быстро внедрять новые идеи в производство и выходить на рынок. С другой стороны, рисковый бизнес от других форм хозяйствования отличает высокая ненадежность, неустойчивость положения, высокая вероятность обанкротиться. Так, например, американские исследователи выявили, что из 250 рискованных фирм, сформированных в 60-е годы в США, выжили лишь около 1/3, 32% были поглощены крупными корпорациями, 37% обанкротились. Однако, полученная прибыль оставшихся в бизнесе фирм настолько значительна, что делает венчурный бизнес привлекательным [1].

Венчурное финансирование высокотехнологичных проектов представляет собой высокорисковый, сложный, противоречивый и длительный процесс, включающий ряд специализированных стадий с набором своих источников и институтов.

Венчурный бизнес очень сильно связан с риском. Если рисковая фирма добьется на рынке успеха, она может превратиться в самостоятельную хозяйственную единицу, вплоть до корпорации, как когда-то это сделали компании Microsoft, Intel, Apple Computers и т.д. Традиционно это проходит в несколько этапов.

Первый этап – формирование первоначального капитала который состоит из собственных средств, займов и рискового капитала.

Второй этап – разработка экономической стратегии бизнеса, изучение рынка, подготовка производства. Продукция при этом ориентирована на конкретного потребителя. Сбытом продукции занимаются сами учредители. Задача фирмы: завоевать доверие потребителей.

Третий этап – отладка технологии при одновременном расширении производства. Начинается промышленный выпуск продукции, предназначенной для групп потребителей со схожими характеристиками.

Четвертый этап – этап эмиссии акций. Новые инвестиции при этом будут направляться на улучшение качества продукции, создание оборотных фондов, расширение рынков сбыта [2].

Новой тенденцией за последние годы в венчурном бизнесе является не самостоятельное участие венчурных фирм в продвижении товара, а передача своих идей, изобретений, разработок, результатов научных исследований крупным корпорациям.

Отмечая особенности венчурного бизнеса, следует отметить, что в каждом регионе или стране он имеет свои характерные черты.

Венчурный бизнес в США

Капитал для инвестиций в инновационные фирмы в США предоставляется корпоративными (коллективными) и индивидуальными венчурными инвесторами. Основную часть корпоративного сектора составляют независимые венчурные фонды (компании, фирмы), обычно представляющие собой партнерства. Участниками таких партнерств могут быть как юридические, так и физические лица.

В США основной объем капитала партнерств образуется вкладами государственных и частных пенсионных фондов США: в 1997 году доля пенсионных фондов в мобилизованном венчурном капитале составляла 45%, в 1998 году этот показатель вырос до 50%. Помимо пенсионных фондов, активное участие в венчурных фондах принимают коммерческие и инвестиционные банки, страховые компании, дарственные и благотворительные фонды, корпорации, частные лица.

Безусловно, в настоящее время объем венчурных инвестиций в проекты и компании Казахстана, можно сказать, несопоставим с объемом аналогичных венчурных инвестиций в США: уровень венчурных инвестиций в Соединенных Штатах в 2017–2018 гг. превышал российский почти в 150 раз.

Часто венчурные фонды создаются как аффилированные структуры отдельными банками и страховыми компаниями. Такие фонды осуществляют инвестиции в интересах внешних инвесторов, либо клиентов материнской компании.

Помимо венчурных фондов в корпоративном секторе представлены венчурные фирмы, образованные нефинансовыми промышленными корпорациями как филиалы, осуществляющие инвестиции в интересах материнской компании. Такие фирмы получили название «прямые инвесторы» или «корпоративные венчурные инвесторы».

Индивидуальный сектор венчурного бизнеса представляют частные инвесторы, т.н. «бизнес-ангелы». Наиболее важна роль «бизнес-ангелов» на самых ранних стадиях зарождения и формирования компаний – стадий «посева» и «старта», т.е. когда компания готовится к выводу своего продукта на рынок.

Характерной чертой венчурного бизнеса США, во многом определяющей динамику и устойчивость его развития, является ориентация на вложение средств в инновационные предприятия, реализующие передовые технологии в различных промышленных отраслях. В США наиболее предпочтительными отраслями для венчурных инвесторов являются компьютерные технологии, коммуникационные технологии, биотехнологии, медицина и здравоохранение, потребительские товары и услуги [2].

В самом общем виде американскую модель венчурного инвестирования можно представить в следующем виде (Рисунок 1).

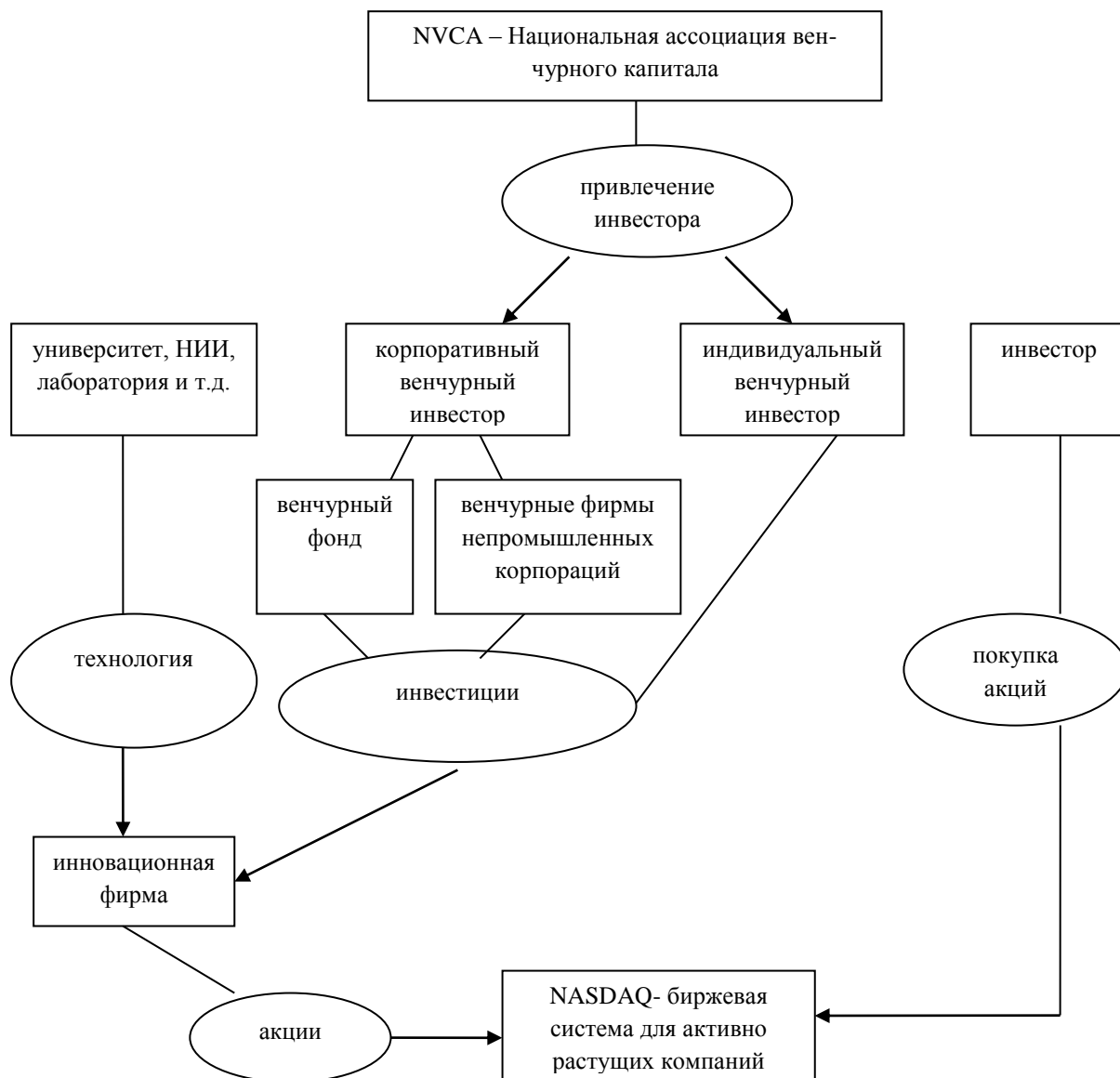


Рисунок 1 – Американская модель венчурного инвестирования [3].
Венчурный бизнес в Европе

В Европе венчурная форма предпринимательства появилась позже, после того как ее эффективность была доказана на практике США. Эволюция инфраструктурного развития европейского венчурного бизнеса во многом повторяют американский опыт. Создание в 1983 г. Европейской ассоциации прямого инвестирования (EVCA) явилось совместной инициативой представителей венчурной индустрии и Европейской комиссии. Целью ассоциации является создание в Европе благоприятных условий для развития венчурного бизнеса. Основными стратегическими задачами, на решение которых нацелена Ассоциация, являются привлечение институциональных инвесторов к участию в венчурном инвестировании, представление интересов своих членов и иных участников венчурной индустрии в европейских структурах, выработка эффективных и доступных стратегий и механизмов выхода венчурного капитала.

При участии Европейской ассоциации венчурного капитала была создана Европейская ассоциация биржевых дилеров (EASD) – объединение венчурных капиталистов, биржевых дилеров, инвестиционных банков и иных инвестиционных институтов – для формирования

механизмов поддержки инноваций в Европе. Одним из первых шагов EASD в развитии венчурного бизнеса стало создание европейской фондовой биржи для активно растущих молодых компаний – Системы автоматической котировки Европейской ассоциации биржевых дилеров (EASDAQ). Ее структура и принципы функционирования заимствованы у аналогичной американской структуры – NASDAQ.

Безусловным лидером в Европе по развитию индустрии венчурного капитала является Великобритания, на которую приходится почти половина всех европейских венчурных инвестиций. Причем около трети этих инвестиций осуществляется за пределами страны.

Объем венчурных инвестиций в Европе за период 1996-2000 годы составил более 91 млрд. евро, из них 27,5% инвестиций было направлено в высокотехнологический сектор. Ежегодный объем инвестиций в странах Европы со стороны более чем 500 действующих здесь венчурных фондов достигает 14,5 млрд. евро.

Венчурный бизнес в Европе все же имеет свои особенности. Во-первых, европейские венчурные инвестиции направляются во все отрасли промышленности. Во-вторых, банки являются основными инвесторами в европейских венчурных фондах, по сравнению с пенсионными фондами в США.

Схему европейского венчурного финансирования можно представить в следующем виде (Рисунок 2).

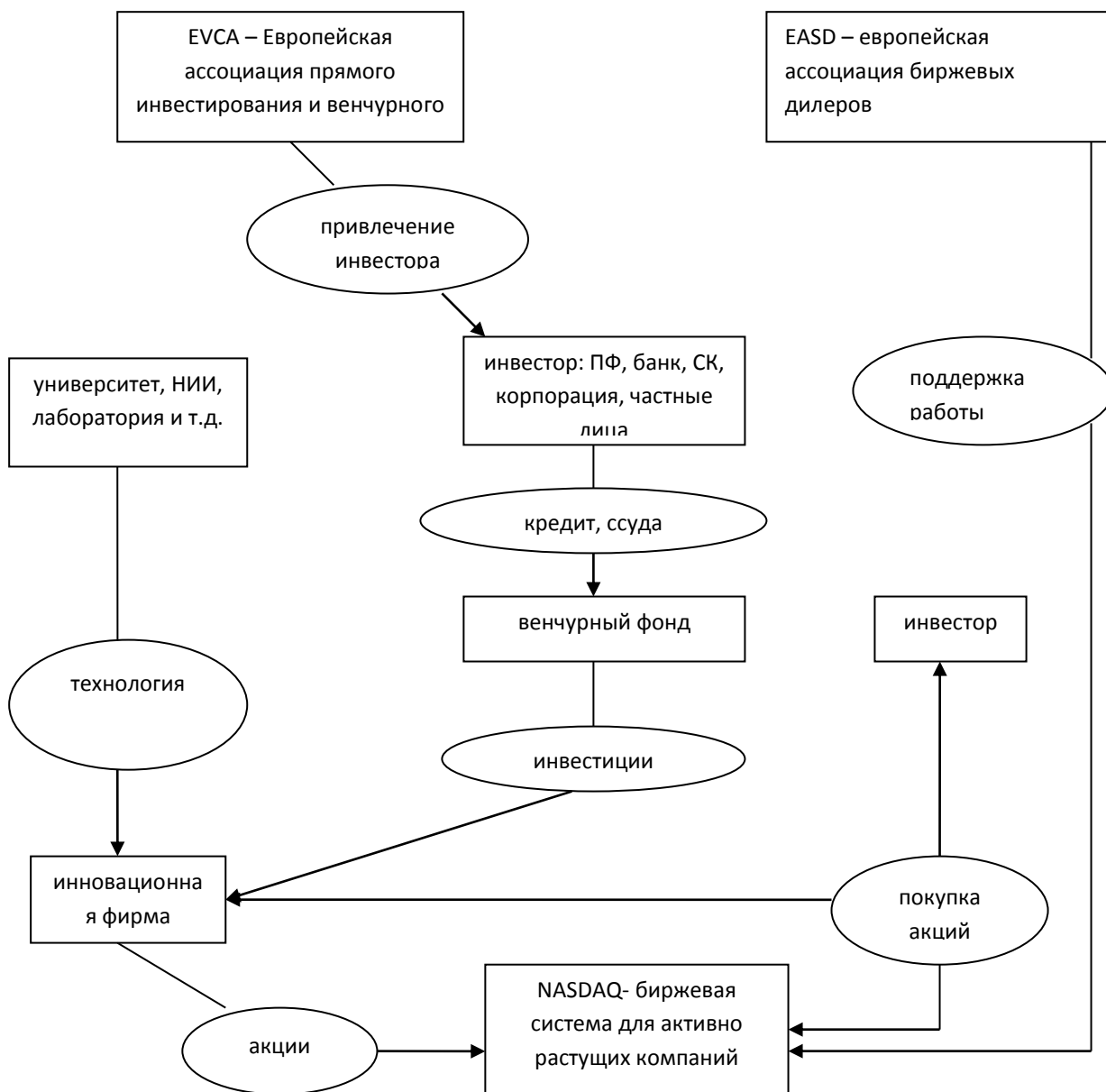


Рисунок 2. - Европейская модель венчурного инвестирования [3].

Ближний Восток

Израиль является примером быстрого и успешного превращения венчурной индустрии из экзотической формы финансирования малого и среднего предпринимательства в высокоразвитую отрасль. Здесь по инициативе Министерства промышленности и торговли Израиля в лице Главного научного управления (ГНУ) в 1992 году была создана программа Yozma в рамках которой венчурные инвестиции направлялись как во вновь создаваемые венчурные фонды, так и напрямую в начинающие высокотехнологичные компании.

Фонд программы был использован для капитализации десяти других венчурных фондов, каждый с капиталом 20 млн долларов. К фондам предъявлялось требование наличия одного израильского партнера и одного американского или европейского с именем и стажем. В обмен фонд получал 8 млн долларов из фондов Yozma (остальные 12 млн партнеры должны были представить совместно), которые в случае провала фонда они не обязаны были возвращать. А в случае успеха партнеры могли выкупить долю государства за те же деньги плюс

символическая процентная ставка (7% от прибыли на эту долю) – таким образом, более 90% дохода доставалось частным участникам программы.

Реализация программы Yozma привело к привлечению только в виде прямого эффекта почти 5 миллиардов долларов США инвестиций или в пятьдесят раз больше временно отвлеченной правительством суммы и косвенно до 7 миллиардов долларов США в течение 1993-2000 годов. Число технологических компаний в стране превысило 4000 единиц. Израиль был успешно включен в мировой технологический бизнес.

Институциональную структуру венчурного финансирования малых инновационных фирм в Израиле можно представить в следующем виде (Рисунок 3).

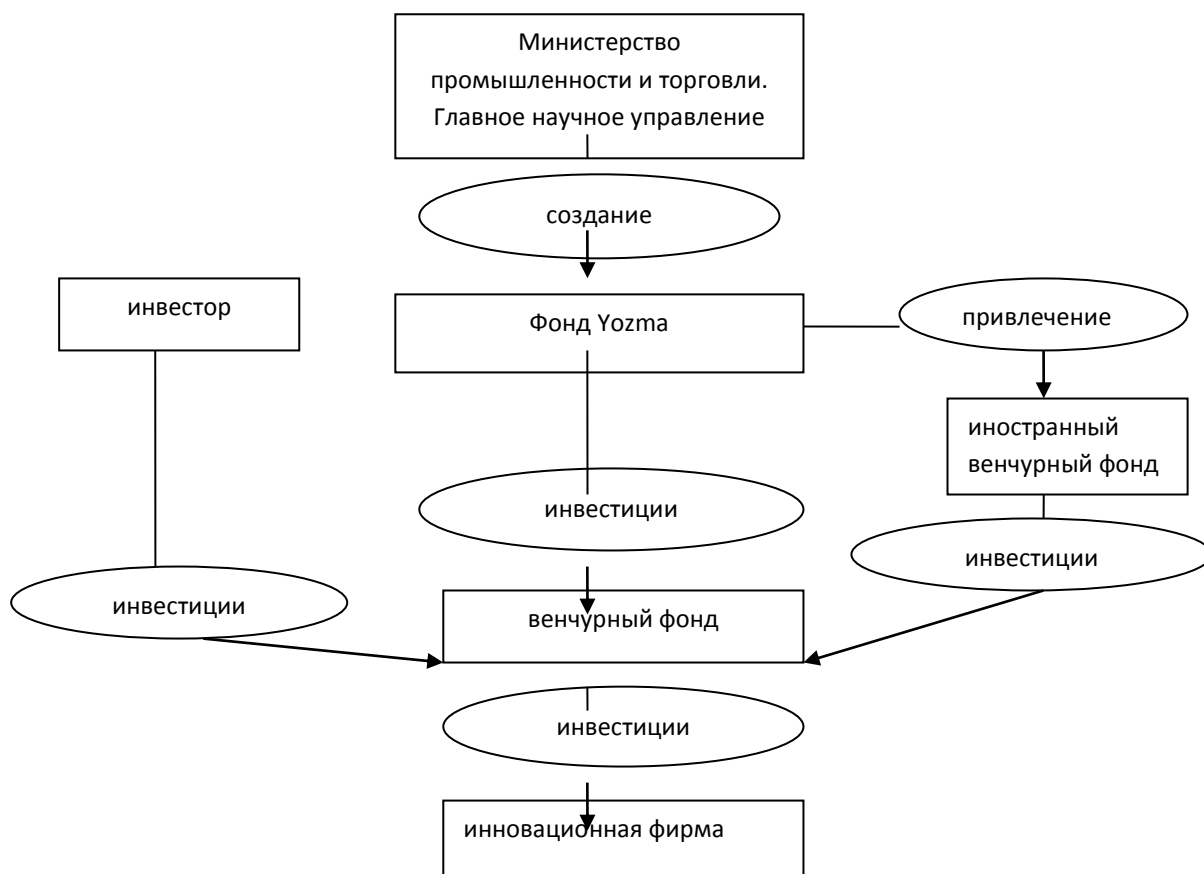


Рисунок 3.- Израильская модель венчурного инвестирования [3].

Япония

Японские венчурные инвесторы более расположены, вкладывать капитал в зрелые, перспективные и хорошо зарекомендовавшие себя компании, чем их американские коллеги.

Основными инвесторами в рисковый бизнес являются корпорации – 46%, далее банки – 30% и страховые компании – 10%.

Япония имеет самый большой рынок венчурного капитала в Азии, но индустрия венчурного капитала не развилась в Японии до уровня США по многим причинам.

Во-первых, Министерство финансов Японии долго поддерживало жесткое регулирование финансовых рынков, что ограничивало японских предпринимателей в получении венчурного капитала и не давало возможности японским пенсионным фондам инвестировать в венчурные компании.

Во-вторых, японские банки отказывались предоставлять новым бизнесам займы, частично потому, что банк, предоставляющий ссуды, в основном, принимает права собственности на

землю как имущественный залог, и немногие предприниматели могут позволить себе предоставлять дорогостоящую недвижимость в Японии.

В-третьих, японские предприниматели несут бремя высоких налоговых норм, которые могут достигать 50% с дохода.

В-четвертых, культура Японии препятствовала развитию предпринимательского сектора, поддерживаемого венчурным капиталом. Модель национального венчурного финансирования инновационных проектов в Японии имеет вид, представленный на рисунке 4.

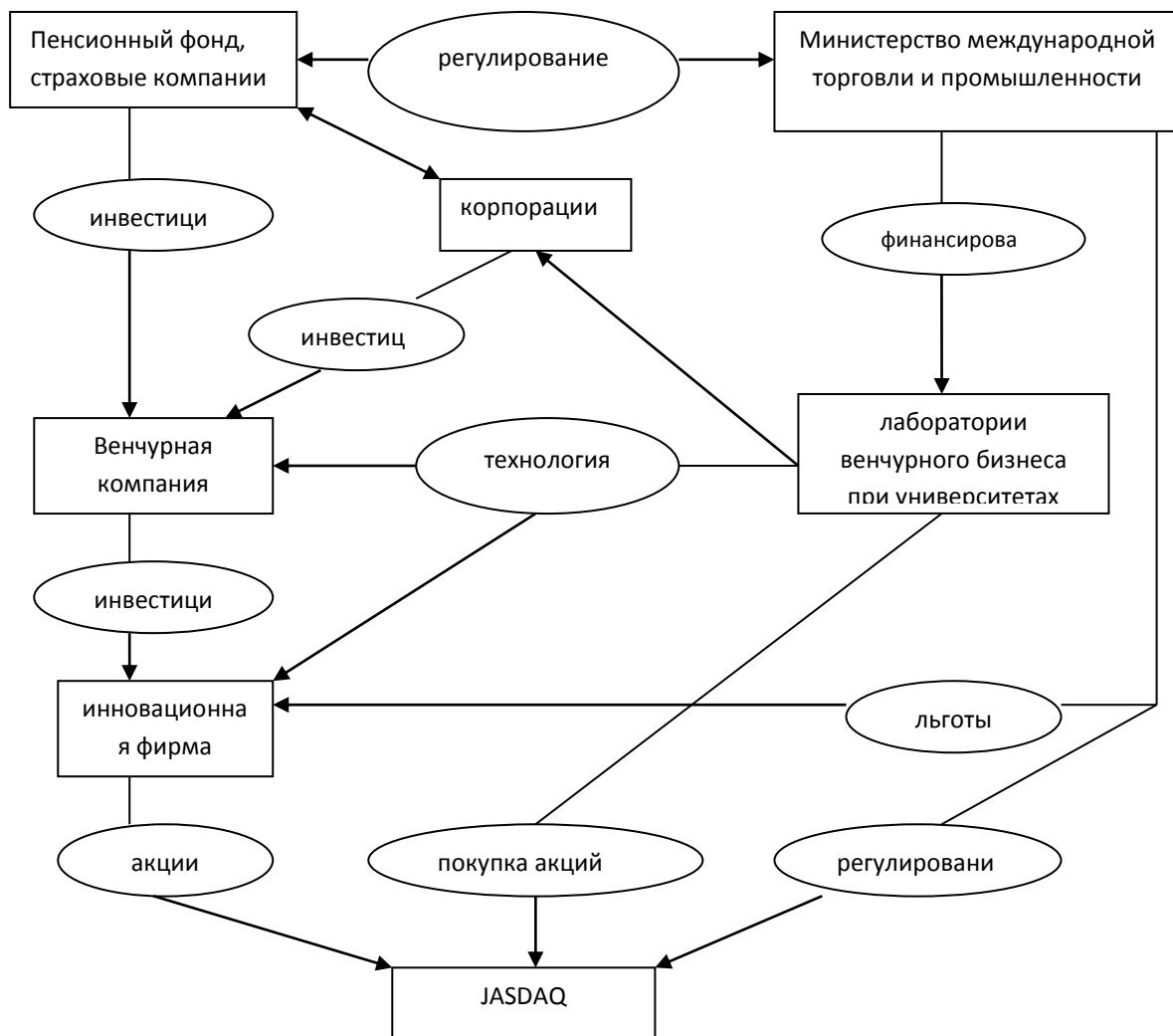


Рисунок 4.- Японская модель венчурного инвестирования [3].

Таким образом, вышеизложенное позволяет сделать вывод о том, что в развитых странах мира сформирован достаточно эффективный механизм инвестиционной поддержки новых инновационных фирм так называемое венчурное инвестирование, которое имеет свои особенности в зависимости от состава участников, степени участия их в венчурном бизнесе и институциональных взаимосвязей между ними.

В настоящее время в Казахстане венчурный бизнес находится на стадии формирования. На наш взгляд, позитивные стороны опыта развитых стран в частности опыт Израиля в становлении и развитии венчурного бизнеса мог бы успешно использоваться в финансировании инновационных компаний в республике.

Список использованной литературы

1. *Инновационный процесс в странах развитого капитализма / под ред. Рудаковой И.Е., М.: МГУ, 1991. – С.502.*
2. *Кежегузин М.Б., Днишев Ф.М., Альжанова Ф.Г. Наука и инновации в рыночной экономике: мировой опыт и Казахстан.- Алматы: ИЭ МОН РК, 2005.– С.52-61.*
3. *А.А. Люлякин, Е.В. Попов, М.В. Новоселов. Зарубежные модели венчурного инновационного проектирования // Инновации. – 2005. – №5. – С.73-81.*
4. *Научно-технический прогресс в промышленности США: Сб. научных трудов / отв. Любимов Л.Л., Назаревский В.А. – М.: ИМЭМО АН СССР, 1987. – С.481.*
5. *Фирсов В.А. Венчурное инвестирование в малый инновационный бизнес // США: экономика, политика, идеология – 1993 – №2. – С. 91-97.*
6. *Т.Цихан. Роль венчурной индустрии в формировании национальной инновационной системы. Опыт США, Европы, России, Украины // Теория и практика управления. – 2004. – № 11. – С. 102-109*

МРНТИ 330.833

Азбергенова Р.Б.¹, С.Н. Изеев¹

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

МОДЕЛЬ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА КАЗАХСТАНА И ЕЕ ТРАНСФОРМАЦИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Аннотация

К настоящему времени в Казахстане сформировалась экспортно-сырьевая модель экономического роста, в основе которой лежит доминирующее развитие добывающего сектора экономики. При преимущественном формировании ВВП за счет внешних факторов, ослаблении экономического суверенитета возрастает неуправляемая зависимость национальной экономики от внешних конъюнктурных колебаний.

Неустойчивость развития экономики Казахстана перед внешними факторами ставит задачу создания новой модели экономического роста. Это означает, что экономический рост должен осуществляться главным образом за счёт индустриально-инновационных достижений, внедрения НТП, применения компьютерных, ресурсосберегающих технологий.

Несмотря на определенный потенциал в сфере человеческого капитала и научных разработок, развитие инновационных процессов в Казахстане находится на низком уровне. Малочисленны инновационные разработки предприятий, слаба патентная активность, наука продолжает функционировать в рамках традиционной (индустриальной) модели, оторванной от бизнеса и образования. Необходимо стимулировать не только предложение, но и спрос на инновации, развивать конкурентные механизмы.

Поддержку инновационной активности нужно направлять в те сектора, которые способны или уже участвуют в международной конкуренции и международной кооперации. Нужно активно привлекать в РК транснациональных игроков на рынке инноваций, развивать механизмы сетевого взаимодействия.

Ключевые слова: модель экономического роста, инновации, конкурентоспособность, инновационная активность, национальная инновационная система, технологическая модернизация.

Р.Б. Азбергенова¹, С.Н. Изеев¹

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

ҚАЗАҚСТАННЫҢ ЭКОНОМИКАЛЫҚ ӨСУ МОДЕЛІ ЖӘНЕ ОНЫҢ ҚАЗІРГІ ЖАҒДАЙДАҒЫ ТРАНСФОРМАЦИЯСЫ

Аңдатпа

Қазіргі уақытта Қазақстанда экономикалық өсудің экспорттық-шикізаттық моделі қалыптасты, оның негізінде экономиканың өндіруші секторының басым дамуы белес алып жатыр. Сыртқы факторлардың есебінен ЖІӨ-нің басым қалыптасуымен, экономикалық егемендіктің әлсіреуімен ұлттық экономиканың сыртқы конъюнктуралық ауытқуларға басқарылмайтын тәуелділігі артады.

Қазақстан экономикасы дамуының тұрақсыздығы сыртқы факторлардың алдында экономикалық өсудің жаңа моделін құру міндетін қойып отыр. Бұл экономикалық өсу негізінен индустриялық-инновациялық жетістіктер, ҒТП енгізу, компьютерлік, ресурс үнемдейтін технологияларды қолдану есебінен жүзеге асырылуға тиіс дегенді білдіреді.

Адами капитал және ғылыми әзірлемелер саласындағы белгілі бір әлеуетке қарамастан, Қазақстанда инновациялық процестерді дамыту төмен деңгейде. Кәсіпорындардың инновациялық әзірлемелері аз, патенттік белсенділік әлсіз, ғылым бизнес пен білім беруден ажыратылған дәстүрлі (индустриялық) модель шеңберінде жұмыс істеуін жалғастыруда. Ұсынысты ғана емес, инновацияларға сұранысты да ынталандыру, бәсекелестік тетіктерді дамыту қажет.

Инновациялық белсенділікті қолдауды халықаралық бәсекелестікке және халықаралық кооперацияға қабілетті немесе қазірдің өзінде қатысатын секторларға бағыттау қажет. ҚР-да инновациялар нарығында трансұлттық ойыншыларды белсенді түрде тарту, желілік өзара іс-қимыл тетіктерін дамыту қажет.

Түйін сөздер: экономикалық өсу моделі, инновациялар, бәсекеге қабілеттілік, инновациялық белсенділік, ұлттық инновациялық жүйе, технологиялық жаңғырту.

Azbergenova R.B.¹, Izeyev S.N.¹

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

KAZAKHSTAN'S ECONOMIC GROWTH MODEL AND ITS TRANSFORMATION IN MODERN CONDITIONS

Abstract

To date, Kazakhstan has formed an export-raw material model of economic growth, which is based on the dominant development of the extractive sector of the economy. With the predominant formation of GDP due to external factors, the weakening of economic sovereignty, the uncontrollable dependence of the national economy on external market fluctuations increases.

The instability of the development of Kazakhstan's economy in front of external factors poses the task of creating a new model of economic growth. This means that economic growth should be carried out mainly due to industrial and innovative achievements, the introduction of STP, the use of computer, resource-saving technologies.

Despite a certain potential in the field of human capital and scientific research, the development of innovative processes in Kazakhstan is at a low level. There are few innovative developments of enterprises, patent activity is weak, science continues to function within the framework of the

traditional (industrial) model, divorced from business and education. It is necessary to stimulate not only the supply, but also the demand for innovations, to develop competitive mechanisms.

Support for innovation activity should be directed to those sectors that are capable or already participate in international competition and international cooperation. It is necessary to actively attract transnational players in the innovation market in the Republic of Kazakhstan, to develop mechanisms of network interaction.

Keywords: economic growth model, innovation, competitiveness, innovation activity, national innovation system, technological modernization.

На сегодняшний день в Казахстане сформирована модель экономического роста, которая базируется на доминирующем развитии сырьевого сектора экономики, что определяет его высокую зависимость от условий мировых рынков. Продолжается тенденция опережающего роста добывающего сектора экономики, особенно его нефтегазовой составляющей. Казахстан еще больше зависит от экспорта нефти, чем Россия.

В настоящее время Казахстан потребляет только 12% добываемой нефти, а экспортирует 88%. При этом экспорт нефти составляет почти три четверти национального ВВП. Так, в структуре казахстанского экспорта 78,4% составляют нефть, газ и 8,2% – металлы, в то время как в структуре импорта 43,6% – машиностроение, 14,3% – химическая продукция и 10,3% – продовольственные товары и металлы

В то же время рост экспорта обеспечивается также промышленной эксплуатацией гигантского месторождения Кашаган, которое до падения цен на нефть было названо проектом века. В настоящее время экспорт нефти составляет почти три четверти национального ВВП. Так, в структуре казахстанского экспорта 78,4% составляют нефть, газ и 8,2% – металлы, в то время как в структуре импорта 43,6% - машиностроение, 14,3% – химическая продукция и 10,3% - продовольственные товары и металлы.

Высокая уязвимость экономики Казахстана к внешним факторам, нестабильность ее развития ставят задачу создания новой модели экономического роста. Основой нового экономического роста должно стать формирование новой технологической, экспортно-ориентированной экономики. Это предполагает развитие новых отраслей, которые создаются с использованием цифровых технологий. Необходимо развивать в стране такие перспективные отрасли, как 3D-печать, интернет-торговля, мобильный банкинг, цифровые услуги, в том числе в здравоохранении и образовании, и другие. Эти отрасли уже изменили структуру экономики развитых стран и придали новое качество традиционным отраслям.

Однако доля казахстанской высокотехнологичной продукции на мировом рынке практически равна нулю, и, как известно, эта доля является обобщающим показателем эффективности научно-технической и инновационной деятельности. По сравнению с Казахстаном доля стран Евросоюза на мировом рынке высокотехнологичной продукции составляет 35%, США-25%, Японии-11%, Сингапура-7%, Южной Кореи-4%, Китая-2%. [1]

Оценка уровня национальной конкурентоспособности в большей степени зависит от мнения представителей бизнес-сообщества и показывает тенденции конкурентного развития и роста страны на среднюю и долгосрочную перспективу. Интересно, что страны, участвующие в рейтинге, распределяются по стадиям развития экономики. С 2012 года Казахстан (как и Россия) в рейтинге участвует в качестве страны с экономикой переходной от 2-го этапа (этап, основанный на производительности) на 3-й этап развития (этап, основанный на инновациях).

Если рассматривать Казахстан в отражении Глобального индекса конкурентоспособности Всемирного экономического форума, то картина выглядит следующим образом:

Первые пять мест в рейтинге 2019 г. заняли: Сингапур, США, Гонконг, Нидерланды и Швейцария.

Казахстан в данном рейтинге ГИК 4.0 расположился на 55 месте, улучшив свою позицию на 4 места (2018 г. - 59 место).

Глобальный индекс конкурентоспособности ВЭФ 2019 года по-прежнему фиксирует значительную слабость страны по категории «Инновационный потенциал» (95-е место), показав ухудшение на восемь позиций по сравнению с 2018 г., в которой практически все ее составляющие показатели находятся ниже общей позиции Казахстана в рейтинге. Одной из основных причин сложившейся ситуации является практическая незаинтересованность бизнеса в разработке и внедрении результатов отечественной науки в производство, крайне малые инвестиции промышленного и частного финансового секторов в науку и научно-инновационную деятельность.

Пандемия COVID-19 еще больше повлияла на снижающийся потенциал роста.

Спустя 2 года после начала пандемии коронавирусной инфекции COVID-19 спровоцированный этим событием экономический спад всё ещё оказывает значительное воздействие на экономику и социальную сферу. Ни одна страна не смогла избежать негативных последствий, в том числе и Казахстан.

Таблица – 1. Экономика Казахстана в период пандемии

Казахстан	2019	2020
Население, млн.	18,5	18,8
ВВП, в текущих ценах, млрд. долл. США	180,2	163,23
ВВП на душу населения, в текущих ценах, долл. США	9731,2	8800
Цена на нефть	66,12	41,86
Темпы роста ВВП	6,5	-11,2

Источник: [2]

Спад мировой экономики, а также внутренние структурные проблемы бросили вызов устойчивости казахстанской модели роста. Несмотря на расцвет в последнее десятилетие культуры предпринимательства, создание новых бизнесов, прорывных технологий, а также продуктов и услуг на основе этих технологий, приостановилось.

По оценкам экспертов, положительный рост ВВП Казахстана находится за пределами 60 долларов США за 1 баррель, то есть, если цена на нефть будет ниже этих значений, страну может ожидать снижение темпов экономического развития. Такая чрезмерная зависимость от цен на нефть сделает экономику Казахстана крайне уязвимой.[2]

Страны с развитой цифровой экономикой и цифровыми навыками были более успешными в поддержании экономического роста в период дистанционной работы. В частности, хорошие результаты показали Нидерланды, Новая Зеландия, Швейцария, Эстония и США.

Страны с надежными системами социальной поддержки в период кризиса, такие как Дания, Финляндия, Норвегия, Австрия, Люксембург и Швейцария были хорошо подготовлены к оказанию необходимой помощи тем, кто не смог продолжить работу.

Аналогичным образом, страны с развитым финансовым сектором, такие как Финляндия, США, ОАЭ и Сингапур смогли с большей легкостью обеспечить предоставление заёмных средств малому и среднему бизнесу и предотвратить массовые банкротства.

Страны, которые смогли успешно спланировать и скоординировать действия в сфере здравоохранения, налоговой и социальной политики, добились сравнительно больших успехов в смягчении последствий кризиса. Среди них Сингапур, Швейцария, Люксембург, Австрия и ОАЭ.

Отдельные примеры свидетельствуют о том, что страны, ранее уже сталкивавшиеся с эпидемией коронавируса (такой как SARS – атипичная пневмония), располагали более совершенными планами действий на случай подобного кризиса, протоколами лечения и технологическими системами (например, Республика Корея, Сингапур) и смогли сдерживать эпидемию более успешно, чем другие страны.

Вялый рост производительности, чрезмерное участие государства в экономике и растущая зависимость от сырьевых товаров стали основными причинами слабых экономических показателей. По прогнозам экспертов, в этом году Казахстан столкнется с резким спадом экономической активности и ростом безработицы и бедности, несмотря на существенные меры бюджетной поддержки.

Для поддержки стабильного и устойчивого восстановления экономики Казахстану необходимо продвигать важные реформы.

Во-первых, это касается диверсификации экономической базы за счет повышения конкурентоспособности недобывающих секторов и продолжения реформ в финансовом секторе.

Во-вторых, необходимы реформы для сокращения доминирующей роли крупных предприятий квазигоссектора в экономике, усиления конкуренции и снижения роли государства в принятии решений о распределении ресурсов – факторов, искажающих условия для частного сектора.

В-третьих, требуется укрепление учреждений государственного сектора и стимулирование верховенства закона для привлечения столь необходимых инвестиций.

Значение реформ, проводимых в рамках международных рейтингов для улучшения экономического состояния Казахстана достаточно высоко. Результаты различных рейтингов дают возможность для идентификации, классификации проблем и задач, использования их для эффективного стратегического управления государством и экономикой.

«В этот период глубокой неопределенности, кризис в области здравоохранения и экономический спад заставляют кардинально переосмыслить экономический рост и его связь с последствиями для людей и для всей планеты. У политиков есть замечательная возможность воспользоваться этим моментом и сформировать такие новые экономические системы, которые будут высокопродуктивными при одновременном росте общего процветания и экологической устойчивости», - сказала Саадия Захиди, управляющий директор Всемирного экономического форума.

Появление современной экономической модели в развитых и быстро развивающихся странах во многом обусловлено изменением роли инноваций. Формирование инновационной экономики стало результатом как ускоренного научно-технического прогресса, обусловленного глобализацией научного обмена, так и фундаментальных изменений в мировом разделении труда, в то время как технологии промышленной сборки активно осваиваются менее развитыми странами, а сами технологии все чаще становятся товаром, производимым преимущественно развитыми странами.

Для развитых стран инновационная экономика – это единственный способ исправить отрицательное сальдо в торговле с развивающимися странами. Многие страны приняли планы экономического восстановления, предусматривающие стимулы для использования новых технологий и инноваций.

С другой стороны, растущая конкуренция между производителями промышленной продукции также стимулирует спрос на новые технологии с целью снижения издержек и повышения качества продукции, становясь необходимым элементом поддержания конкурентоспособности. Это определяет важность формирующихся инновационных секторов и роль стимулирования инноваций в экономиках развивающихся рынков.

Инновационное развитие экономики в целом имеет две тенденции:

– формирование инновационного сектора экономики, то есть формирование рынка технологий, рынок технологий должен изначально создаваться в рамках международного и иметь возможность производить эксклюзивную продукцию;

– повышение склонности компаний, работающих в традиционных отраслях, к инновациям с целью повышения их конкурентоспособности.

Инновационная деятельность должна присутствовать на любом производственном предприятии. Это связано с тем, что без современных технологий, увеличения ассортимента и повышения качества выпускаемой продукции, компания не сможет повысить свою конкурентоспособность на рынках сбыта. Кроме того, для поддержания конкурентоспособности необходимо, чтобы инновации стали постоянным процессом, а не разовым событием.

В последние годы в Казахстане созданы основные элементы инновационной инфраструктуры, но существенных изменений пока не достигнуто: инновационные процессы оказывают незначительное влияние на развитие экономики.

Основные барьеры инновационного развития экономики можно разделить на две группы:

– проблемы со стороны бизнеса (спрос);

– проблемы со стороны предложения, то есть собственно сектора исследований и разработок.

Основные проблемы со стороны спроса связаны с недостаточной интеграцией бизнеса на международные рынки, недостаточной финансовой устойчивостью фирм, недостаточным уровнем внутренней конкуренции. Инновационная деятельность в основном ограничивается приобретением машин и оборудования, а не проведением научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ и созданием на этой основе основ для развития радикальных инноваций.

Также можно выделить ряд существенных недостатков национальной инновационной системы со стороны предложения. НИС в Казахстане характеризуется разрывами между наукой, образованием и бизнесом, а также слабым уровнем сетевого взаимодействия. Институт посредников инновационного рынка не развит, отсутствуют или не полностью сформированы устойчивые инновационные кластеры (отраслевые, региональные).

Казахстанская наука продолжает функционировать в рамках традиционной (индустриальной) модели, не отвечающей современным реалиям. В результате, несмотря на то, что наука поддерживается из бюджета, это никак не сказывается на динамике ее выполнения в прикладных и фундаментальных исследованиях. Увеличение бюджетных расходов на науку не сопровождается адекватным вкладом бизнеса.[3]

На решение этой проблемы направлен ряд системных инициатив правительства – Государственная программа ускоренного индустриально-инновационного развития, Программа развития инноваций и содействия технологической модернизации в Республике Казахстан и многие другие.

Конкурентоспособность национальной экономики напрямую зависит от роста инновационного потенциала общества. Последнее, в свою очередь, во многом определяется качеством формирования, рационального использования, сохранения и развития человеческого капитала.

Преимуществом казахстанских НИС остается качество человеческого капитала, но растет разрыв между структурой и качеством профессиональной подготовки и потребностями инновационной экономики. Ощущается нехватка высококвалифицированных инженеров, инновационных предпринимателей и менеджеров, а многие конкурентоспособные выпускники вузов, не находя применения в области науки и высоких технологий, проходят переподготовку или уезжают из страны.

Несмотря на определенный потенциал в области человеческого капитала и научных исследований, развитие инновационных процессов в Казахстане находится на низком уровне.

Инновационные разработки предприятий немногочисленны, патентная активность слаба, а наука продолжает функционировать в рамках традиционной (индустриальной) модели, оторванной от бизнеса и образования. Необходимо стимулировать не только предложение, но и спрос на инновации, развивать конкурентные механизмы.

Для повышения уровня научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ необходимо проводить государственную политику стимулирования по следующим направлениям:

- целенаправленное формирование рынка продукции инновационных предприятий путем размещения на них государственного заказа;
- обеспечение инновационных предприятий, в том числе малых, производственными мощностями, льготная инвестиционная поддержка, содействие в развитии бизнес-инновационных центров, технопарков, центров технологической поддержки, предоставление юридических, финансовых, маркетинговых, экономических и иных услуг;
- содействие в правовой и коммерческой защите интеллектуальной собственности;
- содействие формированию и расширению сети лизинговых компаний;
- проведение целенаправленной политики по разработке и производству малыми предприятиями новых видов продукции на основе высоких технологий;
- для снижения вероятности потери средств основных инвесторов в результате неудачной реализации инновационных проектов целесообразно осуществлять их страхование, в том числе за счет бюджетных инвестиций;
- льготное кредитование научно-технических разработок при долевом финансировании крупных проектов.

Поддержка инновационной деятельности должна быть направлена на те отрасли, которые способны или уже участвуют в международной конкуренции и международном сотрудничестве. Необходимо активно привлекать транснациональных игроков на инновационный рынок Казахстана, развивать механизмы сетевого взаимодействия.[4]

Таким образом, перспектива инновационного развития рассматривается как долгосрочное направление структурной политики в сфере науки и бизнеса, обеспечивающее приток инвестиций в сферу инноваций.

Совершенствование работы в этих направлениях позволит создать и активно внедрять инновации в Казахстане, что в дальнейшем позволит Казахстану участвовать в глобальной конкуренции.

Переход к новой модели экономического роста является безусловным императивом развития Казахстана на ближайшие годы. Стимулирование инновационной активности и создание инновационного сектора необходимо как для поддержания конкурентоспособности товаров и услуг на мировом рынке, так и для перехода к следующему-инновационному этапу развития, позволяющему привести в соответствие качество человеческого капитала и структуру экономики, а также смягчить негативные факторы, ограничивающие сегодня потенциал экономического роста.

Также это связано с очень низким уровнем узнаваемости научных институтов (0,01 из 100), невысоким уровнем цитируемости публикаций (83,7 из 100), низким уровнем заявок на регистрацию товарного знака (195 на 1 млн. человек), а также очень низкими объемами расходов на НИОКР (0,1% от ВВП). Кроме того, согласно опросу руководителей предприятий, в Казахстане недостаточно развиты кластеры (122 позиция).[5]

Теперь посмотрим картину, складывающуюся в экономике Казахстана в период за 2019-2020 гг.

Рейтинг стран и территорий по размеру валового внутреннего продукта:

Рейтинг экономик	ВВП (млн. долл. США)
Весь мир	87 751 541
1 Соединённые Штаты Америки	21 427 700
2 Китай	14 342 903
3 Япония	5 081 770
4 Германия	3 845 630
5 Индия	2 875 142
11 Россия	1 699 877
54 Казахстан	163,23
57 Украина	153 781

Пандемия COVID-19 еще больше повлияла на снижающийся потенциал роста.

Спустя 2 года после начала пандемии коронавирусной инфекции COVID-19 спровоцированный этим событием экономический спад всё ещё оказывает значительное воздействие на экономику и социальную сферу. Ни одна страна не смогла избежать негативных последствий, в том числе и Казахстан.

Список использованной литературы

1. Аналитический интернет портал. [Электрон.ресурс]. – 2021. – URL: <https://primeminister.kz/ru/news> (дата обращения: 12.11.2021)
2. Электронный ресурс. <http://www.kazpravda.kz/news/gp-fuir/industrializatsiya-stavka-na-innovatsii2> (дата обращения: 12.11.2021).
3. Программа по формированию и развитию национальной инновационной системы Республики Казахстан на 2005-2015 годы. - Астана, 2005 – С. 42.
4. Ботеновская Е.С. Особенности инновационного развития Европейских стран с малой экономикой / Е. С. Ботеновская // *Новости науки и технологий*. – 2015. – № 1. – С. 34-42. – (Научные публикации). – Библиогр.: – С. 42.
5. Джеломанов Е.В. Инновационная активность через призму интеллектуальной собственности / Е. Джеломанов // *Наука и инновации*. – 2015. – № 4. – С. 51-53. – (Синергия знаний). – Библиогр.: – С. 53.

МРНТИ 21.41.63

Фан Лунфэй,¹ Кошкарбаев К.У.¹

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

ОЦЕНКА ТЕКУЩЕГО СОСТОЯНИЯ ФИНАНСОВОЙ СИСТЕМЫ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

Аннотация

В этой статье были рассмотрены оценка текущего состояния финансовой системы Республики Казахстан.

В 2020 г. распространение коронавирусной инфекции по всему миру негативно повлияло на динамику не только отечественной, но и мировой экономики. В результате введения ограничительных карантинных мер наблюдается снижение мирового торгового оборота и деловой активности, а также сокращение объемов производства. Так, по данным Комитета по статистике Министерства национальной экономики РК, по итогам 2020 г. объем произведенного Валового внутреннего продукта РК составил 70 649 033,2 млн. тенге, снизившись в реальном выражении на 2,5% по сравнению с предыдущим годом. Снижение ВВП РК было связано с уменьшением объемов производства в горнодобывающей промышленности (-4,0%) и сектора услуг (-5,3%), в частности, в торговле (-3,3%), транспорте и складирования (-22,7%). Объем ВВП на душу населения за 2020 г. составил 3 742,1 тыс. тенге и в долларовом выражении показатель зафиксирован на уровне 8 598,8 долл. США (2019 г.: 9 587,0 долл. США).

Ключевые слова: финансовая система, Валовый внутренний продукт, потребность, экономия, банковская система, оценка.

Фан Лунфэй¹, К.У. Кошкарбаев¹

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

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ ҚАРЖЫ ЖҮЙЕСІНІҢ АҒЫМДАҒЫ ЖАЙ-КҮЙІН БАҒАЛАУ

Аңдатпа

Бұл мақалада Қазақстан Республикасы қаржы жүйесінің ағымдағы жағдайын бағалау қарастырылды.

2020 жылы коронавирустық инфекциялардың бүкіл әлемде таралуы тек отандық ғана емес, сонымен бірге әлемдік экономиканың динамикасына теріс әсер етті. Шектеу карантиндік шараларын енгізу нәтижесінде әлемдік сауда айналымы мен іскерлік белсенділіктің төмендеуі, сондай-ақ өндіріс көлемінің қысқаруы байқалады. Мәселен, ҚР Ұлттық экономика министрлігі Статистика комитетінің деректері бойынша 2020 жылдың қорытындысы бойынша өндірілген ҚР жалпы ішкі өнімінің (бұдан әрі – ҚР ЖІӨ) көлемі өткен жылмен салыстырғанда нақты мәнде 2,5% - ға төмендеп, 70 649 033,2 млн.тенгені құрады. ҚР ЖІӨ-нің төмендеуі тау-кен өнеркәсібінде (-4,0%) және қызмет көрсету секторында (-5,3%), атап айтқанда, саудада (-3,3%), көлікте және қоймада (-22,7%) өндіріс көлемінің төмендеуіне байланысты болды. Жан басына шаққандағы ЖІӨ көлемі 2020 жылы 3 742,1 мың теңгені құрады және долларлық мәнде көрсеткіш 8 598,8 АҚШ доллары деңгейінде тіркелді. АҚШ долл.құрады (2019 ж.: 9 587,0 АҚШ долл. АҚШ).

Түйін сөздер: қаржы жүйесі, Жалпы ішкі өнім, қажеттілік, үнемдеу, банк жүйесі, бағалау.

Fang Longfei¹, K.U. Koshkarbaev¹
¹Kazakh National Pedagogical University named after Abay,
Almaty, Kazakhstan

ASSESSMENT OF THE CURRENT STATE OF THE FINANCIAL SYSTEM OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN

Abstract

This article reviewed the assessment of the current state of the financial system of the Republic of Kazakhstan.

In 2020, the spread of coronavirus infections around the world negatively affected the dynamics of not only the domestic, but also the global economy. As a result of the introduction of restrictive quarantine measures, there is a decrease in world trade turnover and business activity, as well as a reduction in production volumes. Thus, according to the Statistics Committee of the Ministry of National Economy of the Republic of Kazakhstan (hereinafter referred to as the CC MNE), by the end of 2020, the volume of Gross Domestic Product of the Republic of Kazakhstan (hereinafter referred to as the GDP of the Republic of Kazakhstan) amounted to 70,649,033.2 million tenge, having decreased in real terms by 2.5% compared to the previous year. The decrease in Kazakhstan's GDP was due to a decrease in production in the mining industry (-4.0%) and the services sector (-5.3%), in particular, in trade (-3.3%), transport and warehousing (-22.7%). The volume of GDP per capita for 2020 amounted to 3,742,1 thousand tenge and in dollar terms the indicator was fixed at the level of 8,598.8 US dollars (2019: 9,587.0 US dollars).

Keywords: financial system, gross domestic product, demand, savings, banking system, rate.

В прошлом году мировая экономика испытала беспрецедентный шок из-за пандемии коронавирусной инфекции, которая привела к резкому и глубочайшему падению глобальной экономической активности, что вкупе с внутренними карантинными ограничениями существенно отразилось на экономике Казахстана. Об этом в своем комментарии говорит директор департамента финансовой стабильности и исследований Нацбанка РК Олжас Кубенбаев.

Сокращение внешнего спроса наряду с существенным падением внешних цен на нефть привело к резкому снижению темпов экономического роста страны, а разрыв глобальных цепочек поставок оказал давление на потребительские цены и текущий счет платежного баланса. Вынужденное введение карантинных мер негативно повлияло на рынок труда и доходы населения. [1]

Для смягчения негативного влияния пандемии COVID-19 на экономику по поручению президента РК К.К. Токаева правительством совместно с Национальным банком был принят антикризисный пакет мер, направленный на поддержку населения, реального и финансового секторов экономики.

Национальный банк принял активное участие в реализации антикризисных инициатив главы государства. Благодаря беспрецедентным антикризисным мерам удалось избежать более глубокой рецессии экономики, удержав падение ВВП на уровне не более (-)2,6%, одновременно сохранив финансовую стабильность и поддержав население и бизнес. По итогам 2020 года инфляция сложилась на уровне 7,5%, дефицит текущего счета платежного баланса составил (-)3,7% к ВВП, или (-)6,3 млрд долл. США. [2]

Наличие финансовой подушки безопасности в виде суверенных активов позволило профинансировать расширение госрасходов, необходимых для реализации антикризисных мер. Однако в 2021 году масштаб поддержки экономики сопоставим с беспрецедентным объемом трансфертов из Национального фонда в прошлом году, что влечет накопление

макрофискальных рисков и требует скорейшего внедрения контрциклического фискального правила.

На протяжении прошлого года способность предприятий-заемщиков по привлечению банковских займов по-прежнему оставалась ограниченной из-за высокой долговой нагрузки. На начало прошлого года более трети предприятий в экономике имели низкий или отрицательный капитал, сосредотачивая в себе около 74% всего объема банковских кредитов реального сектора. Эти предприятия оказались наиболее уязвимыми в период карантинных ограничений. Дальнейшее кредитование перекредитованных предприятий создает долгосрочные риски для финансовой устойчивости банковского сектора и снижает возможности экономики по абсорбированию шоков. Сам банковский сектор завершил год без системных потрясений. Независимая оценка качества банковских активов (AQR) позволила диагностировать качество кредитных портфелей банков и определить направления для улучшения их работы, трансформации бизнес-процессов, политик и процедур. [3]

Снижение цен на нефть и пандемия коронавируса оказали негативное воздействие на экономику страны и непосредственно на финансовый рынок РК. Впрочем, банковский сектор в силах справиться с неблагоприятными последствиями, вызванными кризисом: большинство БВУ РК имеют значительный запас собственного капитала и ликвидности для осуществления своей деятельности и оказания полного перечня банковских услуг. Исключение составляет лишь ряд нишевых банков, испытывающих проблемы, не связанные напрямую с текущим кризисом. Так, на конец февраля текущего года объем высоколиквидных активов БВУ увеличился на 1,7% с начала года и достиг 9,3 трлн тг, что составляет почти 35% от общей суммы активов. Вместе с тем достаточность капитала продолжает расти и на начало марта достигла 24,6% (на конец 2019 года – 24,2%, 2018-го – 21,9%). Регуляторный капитал составил 4,6 трлн тг. В целом банковский сектор имеет значительный запас прочности в виде собственного капитала, превышающего минимальный норматив.

В связи с текущей ситуацией международные рейтинговые агентства отмечают рост рисков и дополнительную нагрузку на обслуживание долга заемщиками, что оказывает негативное влияние на прибыльность казахстанских банков, при этом, по их мнению, банки сохраняют стабильный уровень достаточности капитала и ликвидности в среднесрочном периоде. Так, международное рейтинговое агентство Moody's Investors Service отмечает: в соответствии с базовым сценарием они ожидают, что общесистемный коэффициент достаточности капитала будет в целом стабильным в течение двухлетнего периода, а уровень ликвидности останется высоким.

В свою очередь, агентство Fitch Ratings в отношении рейтингуемых банков также отмечает, что давление на показатели капитала будет управляемым – в частности, ввиду невысокого ожидаемого роста кредитования. По мнению агентства, ухудшение операционной среды не окажет мгновенного давления на профили фондирования и ликвидности у банков.

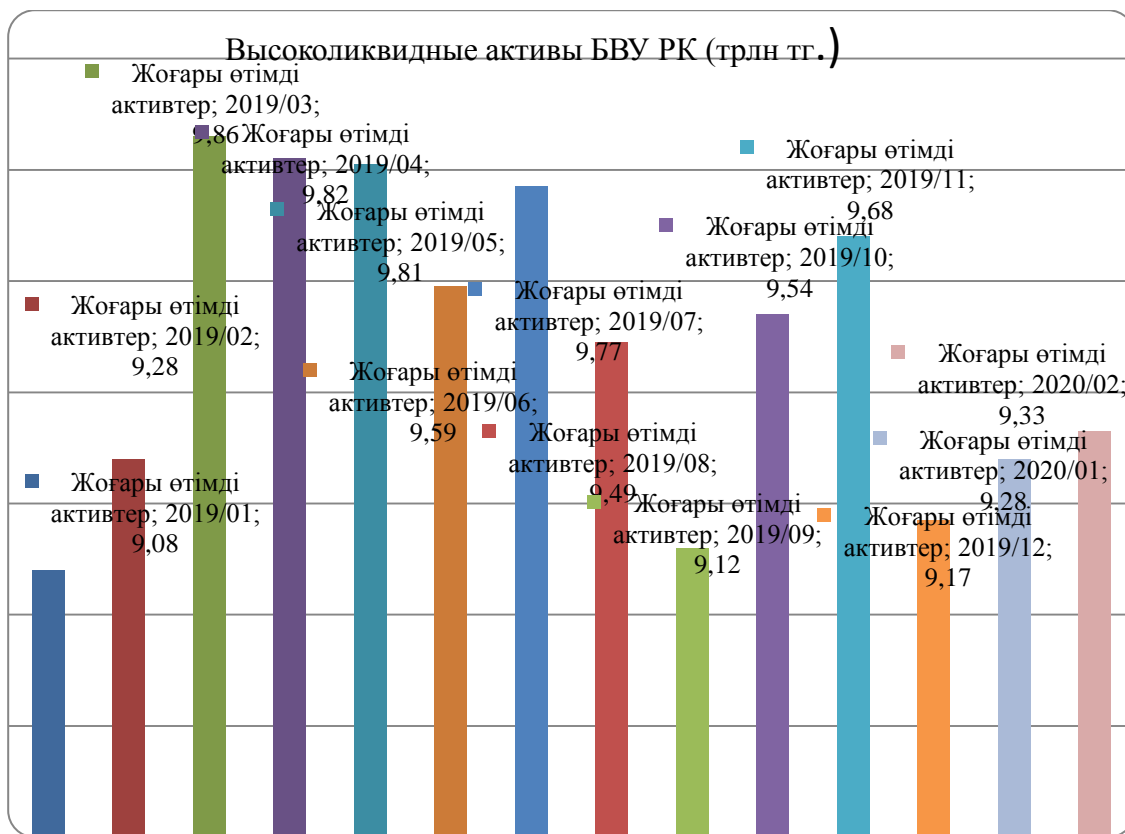


Рисунок-1. Высоколиквидные активы БВУ РК (трлн.тг)
Примечание- составлена по источнику [5]

Высокая степень интеграции финансовой системы в мировое хозяйство, особенно банковского сектора, заставила ощутить на себе влияние мирового финансового кризиса. Это выразилось в нехватке ликвидности и кредитных ресурсов, увеличении просроченной задолженности по ссудам банков, снижении роста долгосрочного кредитования, сокращении объемов потребительского кредитования.

В силу возросших рисков на международном финансовом рынке казахстанские банки оказались в наибольшей степени чувствительными к повышению международных процентных ставок среди всех стран СНГ, что привело к увеличению риска рефинансирования внешних обязательств, и, как следствие, риска снижения кредитоспособности страны в целом.

С начала 2011 г. в финансовом секторе Казахстана преобладали тенденции, определившие начало его умеренного восстановления. Вместе с тем, несмотря на решение наиболее важных задач, создающих предпосылки для дальнейшей нормализации деятельности финансового сектора, структурные проблемы, сформировавшиеся под влиянием последствий финансового кризиса, продолжают вызывать обеспокоенность. В этой связи деятельность регуляторов финансового сектора была сосредоточена на создании соответствующих условий, направленных как на продолжение стабилизации финансового сектора, так и на решение стратегических задач его развития [4].

Валовой внешний долг (ВВД) страны продолжил рост за счет привлечения финансирования из-за рубежа крупными корпоративными заемщиками, преимущественно экспорт-ориентированными компаниями. В среднесрочной перспективе внешний долг корпоративного сектора стал существенным фактором риска, материализация которого может быть спровоцирована падением цен на мировых рынках сырья.

Основную долю внешнего долга, который на 31 марта 2012 г. составил \$129,3 млрд,

занимает задолженность частного сектора и банковского сектора на общую сумму \$124 млрд. Как правило, они привлекают займы для пополнения оборотного капитала, реализацию инвестиционных проектов и рефинансирования прошлых долгов. Государство в соответствии с законодательством не отвечает по их обязательствам и не вмешивается в их хозяйственную деятельность, в том числе в политику заимствования [5].

В целом в структуре валового внешнего долга правительственный долг на 31 марта 2012 г. составляет всего \$4,5 млрд, уменьшившись с начало года на \$0,1 млрд, что может рассматриваться как вполне приемлемый и безопасный для страны уровень.

Прирост ВВД в 2012 г. обеспечен в основном за счет других секторов (увеличение с начало года на \$0,2 млрд).

В последние годы США, Греция, Исландия, Португалия, Италия и Испания переживают период финансовой нестабильности, который может перерасти в новую волну мирового финансового кризиса. Рост государственного долга США и риски дефолта Греции и Португалии вслед за Исландией ведут к ослабеванию доллара США и евро как основных резервных валют мировой финансовой системы. В этих условиях развития мировой экономики требуется эффективное управления активами Национального фонда и золотовалютными запасами страны, повышая роль их интенсивного накопления, максимальной диверсификации активов с низким уровнем риска и с учетом возможных колебаний доллара и валют еврозоны.

Таблица 1. Динамика валового внешнего долга Республики Казахстан по секторам в 2013-2020 гг., \$ млрд

Сектор	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Государственного управления	1,5	1,6	2,2	3,8	4,5	4,8	5,1	7,2
Банковский	46	39	30	20	15	14	11	10
Другие	19	27	30	41	43	50	59	60
Межфирменная задолженность	30	40	50	52	63	68	74	79

Примечание – таблица составлена автором на основании материалов Министерства финансов РК

Сложившийся уровень правительственного долга не выходит за предел, превышение которого создает угрозу устойчивости экономики.

В результате принятой политики формирования и использования средств Национального фонда в 2013 г. в периоды экономического роста была обеспечена стерилизация избыточного притока валюты, снижение давления на обменный курс тенге и инфляцию. Были созданы финансово-вые резервы для активной антикризисной политики, в рамках которой из фонда было использовано \$10 млрд и соблюдена политика накопления. Использование данных средств способствовало стабилизации и росту экономики, а также создало задел для ускоренного посткризисного развития. (Рост ВВП в 2017 г. составил 1,2%, в 2018 г. – 7,0%, в 2019 г. – 7,5%.) [5].

Благоприятные условия внешнего финансирования поощрили казахстанские банки к широкому использованию внешних ресурсов для финансирования внутренней экономики, что в итоге привело к росту кредитования экономики за период 2013-2020 гг. в среднем на 65% в год. Подобная практика привела к тому, что кредитный бум сделал кредитный риск одним из основных рисков устойчивого развития банков. Несмотря на то что показатели оценки качества кредитного портфеля не превышают критически допустимых значений, они характеризуются устойчивым ростом в динамике, создавая угрозу стабильности банковского сектора. С 2010 г. по октябрь 2011 г. снижение кредитной активности казахстанских банков

сопровождалось стремительным ухудшением качества кредитного портфеля. В структуре сомнительных кредитов наблюдается устойчивая миграция кредитов к категориям займов более худшего качества. Так, в структуре сомнительных займов при снижении сомнительных 1-3-й категорий наблюдается увеличение займов по 4-й (на 57%) и 5-й (на 58%) категориям.

Со второй половины 2013 г. отмечается снижение темпов ухудшения качества ссудного портфеля, что свидетельствует об улучшении ситуации. При этом доля стандартных кредитов в кредитном портфеле, увеличившись в 2016 г. до 58,2%, с 2017 г. имела тенденцию к снижению, достигнув к 2019 г. рекордно низкого уровня –25,4% и оставалась практически на том же уровне (25,8%) к 2019 г. Доля проблемных кредитов, выданных банками (сомнительных 5-й категории и безнадежных), составила 35,9% ссудного портфеля. Она резко возросла по сравнению с 2015 г., когда на 1 января 2015 г. данные кредиты занимали 4,3% [6].

С целью оздоровления качества ссудного портфеля банки продолжали проводить интенсивную работу по реструктуризации проблемных займов и взысканию залогового имущества по проблемным кредитам. По информации банков, в отношении 25% ссудного портфеля банками были изменены условия кредитования. Основными видами реструктуризации, практикуемыми банками, стали предоставление отсрочки по погашению просроченной задолженности и пролонгация общего срока кредита, изменение срока платежей.

Нормализация корпоративного сектора, в котором отмечается снижение вероятности банкротств и улучшение финансовых показателей предприятий в большинстве отраслей, также создает предпосылки для улучшения качества ссудного портфеля, переоценки рисков заемщиков в сторону уменьшения и дальнейшего восстановления кредитования.

Вместе с тем улучшению качества ссудного портфеля препятствовало нежелание банков проводить списания безнадежных займов за баланс. Увеличение объемов списанных за баланс займов в первом полугодии 2015 г. произошло за счет интенсификации списания данных займов и принятия убытков на баланс банками, находившимися в процессе реструктуризации внешнего долга. В целом же на системном уровне банки придерживались политики удержания проблемных займов на балансе, что объясняется отсутствием механизмов управления залоговым имуществом, переходящим к банкам после дефолтов проблемных заемщиков, и наличием неурегулированных вопросов по налогообложению доходов от восстановления провизий.

Как уже было сказано, доходы бюджета Республики Казахстан складываются из различных составляющих, среди которых налоговые и неналоговые поступления, трансферты, поступления от продажи основного капитала и т.д. Наиболее значительный вклад вносит, разумеется, налоговая составляющая. Налоговыми поступлениями являются налоги и другие обязательные платежи в бюджет, установленные Налоговым и Таможенным кодексами Республики Казахстан.

Налоговые поступления – это все виды налогов, которые являются обязательными денежными платежами в бюджет, производимыми в определенных размерах, носящими безвозвратный и безвозмездный характер.

К налоговым поступлениям относятся и другие обязательные платежи в бюджет, как то: плата, сборы, пошлины, устанавливаемые Налоговым кодексом РК. Налоговые поступления составляют основную часть доходов.

Неналоговыми поступлениями являются обязательные, невозвратные платежи в бюджет, установленные Кодексом и другими законодательными актами Республики Казахстан, кроме предусмотренных Налоговым кодексом Республики Казахстан, таможенным законодательством таможенного союза и (или) Республики Казахстан, не относящиеся к поступлениям от продажи основного капитала, связанные гранты, а также деньги, передаваемые в бюджет на безвозмездной основе, кроме трансфертов.

Поступлениями от продажи основного капитала являются поступления в бюджет денег:

- от продажи государственного имущества, закрепленного за государственными учреждениями;
- от продажи товаров из государственного материального резерва;
- от продажи земельных участков, находящихся в государственной собственности, в частную собственность или предоставления их в постоянное или временное землепользование либо реализованных иным способом в порядке, предусмотренном законами Республики Казахстан или международными договорами;
- от продажи нематериальных активов, принадлежащих государству [6].

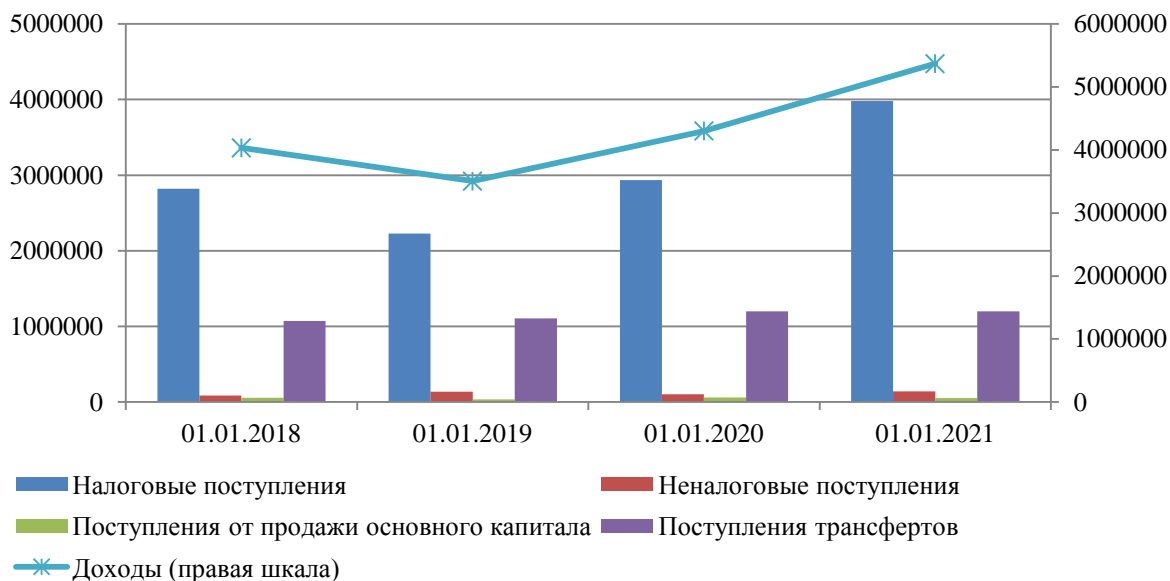


Рисунок 2. Динамика поступления доходов в государственный бюджет РК, млн. тенге

Примечание - Источник: НБ РК

Поступлениями трансфертов являются поступления трансфертов из одного уровня бюджета в другой, из Национального фонда Республики Казахстан в республиканский бюджет.

На рисунке 2 представлена динамика поступлений доходов в государственный бюджет. Из рисунка следует, что в общем разрезе доходов, доминируют налоговые поступления. Так, налоговые поступления в государственный бюджет по состоянию на 1 января 2021 года составили 3 982 338 млн. тенге, что на 1 048 257 млн. тенге или на 36% больше аналогичного периода прошлого года.

Неналоговые поступления по состоянию на 1 января 2021 года составили 138 597 млн. тенге, что на 34 199 млн. тенге или на 33% больше чем показатель предыдущего года. Поступления от продажи основного капитала уменьшились по сравнению с прошлым годом на 10 762 млн. тенге или на 18%, составив 49 891 млн. тенге. Поступления трансфертов составили 1 200 000 млн. тенге, как и показатели в прошлом году.

В современном развитии рыночной экономики налоги являются основным источником финансирования функционирования государства [7].

Список использованной литературы

1. Послание Главы государства К.К.Токаева народу Казахстана «Единство народа и системные реформы – прочная основа процветания страны» от 01.09.2021. – Электронный

ресурс. URL: [:http://www.akorda.kz/ru/addresses/addresses_of_president/poslanie-glavy-gosudarstva-kasym-zhomarta-tokaeva-narodu-kazahstana](http://www.akorda.kz/ru/addresses/addresses_of_president/poslanie-glavy-gosudarstva-kasym-zhomarta-tokaeva-narodu-kazahstana) (дата обращения 20.01.2022)

2. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений. – 4-е изд., дополненное. – М.: Азбуковник; Российская академия наук; Институт русского языка им. В.В. Виноградова 2016. – С. 944.

3. Азрилияна А.Н. Большой экономический словарь: 25000 терминов – 7-е изд., дополненное. – М.: Институт новой экономики, 2017. – С.1472.

4. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. Серия: Антология экономической мысли. – М.: ЭКСМО, 2017. – 960 с.

5. Республиканский бюджет. – Текст: электронный. Электронный ресурс. URL: // budget.kz: [сайт]. – URL: <http://budget.kz/respublikanskiy-byudzhets/> (дата обращения: 28.09.2020).

6. Закон Республики Казахстан от 30.03.1995 г. №2155 «О Национальном Банке Республики Казахстан»

7. Закон Республики Казахстан от 31.08.1995 г. №2444 «О банках и банковской деятельности в РК»

8. Закон Республики Казахстан от 04.07.2003 г. №474-II «О государственном регулировании и надзоре финансового рынка и финансовых организаций»

9. Закон Республики Казахстан от 18.12.2000 № 126-2 «О страховой деятельности»

МРНТИ 21.41.63

Чжоу Шень Эн¹, М.А. Канабекова¹

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

МОТИВАЦИЯ И СТИМУЛИРОВАНИЕ ТРУДА ПЕРСОНАЛА ФИРМЫ

Аннотация

В этой статье были рассмотрены совершенствование системы мотивации и стимулирования персонала на основе комплексного анализа их деятельности и системы мотивации.

В контексте нового этапа социальной модернизации общества особенно актуализируются проблемы повышения эффективности управления человеческими ресурсами и мотивации персонала. Падение доходов и сжатие потребительского спроса, инфляционные процессы, ограничения экономического роста, а также иные, присущие современному этапу развития отечественной экономики, факторы обуславливают возникновение ряда ограничений для обеспечения эффективности систем менеджмента организаций. Разработка и практическое применение новых мотивационных систем непосредственно в организациях, повышают лояльность работников и позволяют привлекать в большей степени новых высококвалифицированных специалистов, способных эффективно управлять как малыми, так и большими коллективами.

Ключевые слова: мотивация, стимулирования, потребность, экономия, технологии, труд.

Чжоу Шень Эн, ¹М.А. Канабекова¹

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

ФИРМА ПЕРСОНАЛЫНЫҢ ЕҢБЕГІН ЫНТАЛАНДЫРУ

Аңдатпа

Бұл мақалада қызметкерлерді олардың қызметін және ынталандыру жүйесін жан-жақты талдау негізінде ынталандыру жүйесін жетілдіру қарастырылды.

Қоғамды әлеуметтік жаңғыртудың жаңа кезеңі контекстінде адами ресурстарды басқару тиімділігін арттыру және персоналды ынталандыру проблемалары ерекше өзектілікке ие. Кірістердің төмендеуі және тұтынушылық сұраныстың қысқаруы, инфляциялық процестер, экономикалық өсудің шектеулері, сондай-ақ отандық экономиканың қазіргі даму кезеңіне тән басқа факторлар ұйымдардың басқару жүйелерінің тиімділігін қамтамасыз ету үшін бірқатар шектеулердің пайда болуына әкеледі. Жаңа мотивациялық жүйелерді тікелей ұйымдарда әзірлеу және практикалық қолдану жұмысшылардың адалдығын арттырады, сонымен қоса шағын және үлкен командаларды тиімді басқаруға қабілетті жаңа, жоғары білікті мамандарды тартуға мүмкіндік береді.

Түйін сөздер: мотивация, ынталандыру, қажеттілік, үнемдеу, технология, еңбек.

Zhou Shengen, ¹M.A. Kanabekova¹

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

DIGITAL TRANSFORMATION OF THE ENERGY INDUSTRY

Abstract

In this article, the improvement of the system of motivation and stimulation of personnel was considered on the basis of a comprehensive analysis of their activities and motivation system.

In the context of the new stage of social modernization of society, the problems of improving the efficiency of human resource management and staff motivation are particularly relevant. Falling incomes and shrinking consumer demand, inflationary processes, restrictions on economic growth, as well as other factors inherent in the current stage of development of the domestic economy, cause the emergence of a number of restrictions to ensure the effectiveness of management systems of organizations. The development and practical application of new motivational systems directly in organizations, increase employee loyalty and allow attracting more highly qualified new specialists who are able to effectively manage both small and large teams.

Keywords: motivation, incentives, need, economy, technology, labour.

Стремительное развитие цивилизации вынуждает организации постоянно искать новые подходы к мотивации персонала. Происходит постоянное возникновение новых потребностей и значительная модификация существующих, меняются ценности, расположения, условия жизни людей, а это значит, что применяемые системы мотивации и стимулирования перестают эффективно воздействовать на поведение работников.

Современные условия требует постоянного совершенствования и расширения существующих видов и подходов мотивации с учетом постоянно изменяющейся структуры потребностей персонала. В настоящее время систему стимулирования работников нельзя рассматривать как

простой набор материальных и нематериальных стимулов, она представляет собой сложный и непрерывный механизм взаимодействия элементов разного рода. Стимулирование является инструментом управления мотивацией работника посредством внешнего побуждения к активности с помощью различных благ (стимулы), необходимых для удовлетворения его потребностей. При этом стимулирование не меняет саму структуру мотивации, а лишь воздействует на уже имеющуюся систему мотивов человека, актуализирует и усиливает.

Постоянно формируются некоторые прогрессивные изменения в представлениях о системе стимулирования работников. Анализ трудов ученых, исследующих вопросы мотивации, стимулирования и вознаграждения, подтверждает этот вывод (таблица 1).

Современные ученые рассматривают систему стимулирования традиционно, представляя ее как набор некоторых стимулов. В целом, система стимулирования работников представляется как совокупность взаимосвязей и взаимоотношений между ее элементами, направленную на гармонизацию целей и интересов субъекта и объекта управления за счет участия работников и обеспечивающую развитие человеческого потенциала и создание условий для его эффективного использования.

Таблица 1 - Подходы к пониманию содержания системы стимулирования работников

Исследователь	Содержание подхода исследователя
Митрофанова Е.А.	система мотивации и стимулирования трудовой деятельности персонала организации включает цели и задачи, стратегия и политика, принципы формирования и функционирования, структура, технология формирования и функционирования
Красулина Т.С.	система стимулирования трудовой деятельности персонала включает: 1) параметры системы (субъект и объект, цели и задачи, функции и политика); 2) состав и структура системы (направления, формы, виды); 3) ресурсы (финансовые, материальные, информационные, правовые); 4) результаты стимулирования. Субъектами данной системы являются вся организация, высшее руководство, линейные и функциональные руководители, специалисты службы управления персоналом, коллективы организации, в том числе неформальные группы, сами работники; субъекты управления внешнего окружения организации государственного, отраслевого и регионального уровня. В качестве объекта стимулирования выступает персонал организации, а в качестве предмета – мотивация работников организации.
Бабынина Л.С.	система вознаграждения в организации включает следующие элементы: стратегию вознаграждения, политику вознаграждения, цели вознаграждения, субъект и объект вознаграждения, формы, методы и источники вознаграждения, а также локальные нормативные акты. На организационную систему вознаграждения оказывают влияние факторы и условия внешней среды. К факторам внешней среды относятся законы в сфере трудовых отношений, постановления министерств и ведомств, требования профсоюзов, формы государственного регулирования трудовых отношений и государственные органы, контролирующие исполнение этих отношений, состояние рынка труда, нормы Трудового и Налогового кодексов РФ. К факторам внутренней среды относятся форма собственности, сфера деятельности, стратегия организации, финансовое состояние, размер организации, организационная структура, качество рабочей силы, организационная культура
Примечание – Составлено автором на основе источника [4,5,6]	

Система стимулирования работников представляет собой сложный и непрерывный механизм взаимодействия элементов разного рода. На наш взгляд, система стимулирования работников включает в себя следующие элементы: субъекты системы, объект системы, локальные нормы, регулирующие отношения по поводу стимулирования, технология функционирования системы стимулирования работников, методы и виды стимулирования работников, методы оценки деятельности персонала, показатели (или индикаторы) эффективности системы стимулирования работников. Данная система как процесс представляет собой сложный и непрерывный механизм взаимодействия этих элементов (рисунок 1).

Рассмотрим более подробно элементы данной системы.

1. *Субъектами системы стимулирования работников* выступают работники, их представители, аппарат управления организации, внешние эксперты (ученые, специалисты, исследователи), потребители продукции, государственные структуры. В основе создания системы стимулов лежат распределительные отношения – это отношения по поводу определения доли каждого члена общества в созданном продукте. Они играют важную роль в общественном хозяйстве, так как люди, вступая в производственный процесс, вкладывают в него свой труд или капитал, желая получить определенные доходы. Таким образом, несмотря на то, что работники и работодатели находятся на противоположных «позициях» в системе управления, у них общий интерес – система стимулирования работников, получить максимально большой доход и обеспечить для себя более выгодные условия взаимодействия. При конструировании системы стимулирования работников могут привлекаться эксперты из консалтинговых агентств, научных и образовательных учреждений, других компаний. Потребители продукции организации и поставщики могут также участвовать в функционировании данной системы, а именно влиять на размер переменных вознаграждений некоторых категорий персонала [5].



Рисунок 1 – Элементы системы стимулирования работников
Примечание - Составлено автором на основе источника [5]

2. *Объект системы стимулирования работников.* В качестве объекта данной системы выступает трудовая деятельность, так как она лежит в основе процесса стимулирования. *Субъект системы* разрабатывает набор стимулов, а аппарат управления определяет необходимый для этого бюджет в целях привлечения в свою организацию наиболее квалифицированных работников, а также побуждения своих работников к производительному труду и эффективному достижению целей. Человек принимает решение о «продаже» своих способностей к труду конкретному работодателю, а работник трудится с максимальным использованием своего трудового потенциала за определенный набор стимулов [5].

3. *Локальные нормативные акты*, регулирующие отношения по поводу стимулирования. К ним можно отнести коллективный договор, положения по оплате труда и премированию работников, положения по оценке деятельности персонала, положения о социальном пакете и др. В них законодательно утверждается и прописывается политика организации в вопросах стимулирования персонала и основная часть видов стимулирования, отражается технология функционирования данной системы, а также лица, принимающие участие в ее разработке и являющиеся ее пользователями. Внутренние документы, регулирующие вопросы стимулирования, должны учитывать федеральные, отраслевые, региональные и муниципальные

правовые нормы и стандарты и строиться на основе того консенсуса, который был достигнут между работниками и управляющими при выборе методов и видов стимулирования.

4. *Технология функционирования системы стимулирования работников* – это некий алгоритм ее построения и дальнейшего функционирования. Схема построения в организациях систем мотивации и стимулирования включают в себя следующие основные этапы:

- диагностика действующей системы стимулирования (мотивации, вознаграждения) и выявления «проблемных мест»;
- разработка новой системы стимулирования работников, которая, как правило, начинается с постановки целей и задач и завершается подготовкой документации;
- внедрение и апробирование новой системы стимулирования работников;
- оценка эффективности новой системы стимулирования работников (осуществляется с использованием набора различных показателей).

Технология функционирования системы стимулирования работников позволяет увидеть, как осуществляется процесс стимулирования в конкретной организации. Наличие отработанной технологии функционирования системы стимулирования работников способствует эффективному достижению поставленных целей, тактических и стратегических [5]. Диагностика должна быть реализована с учетом мнения всего персонала посредством, например, опросов. Оценка эффективности должна включать и такой качественный показатель, как «удовлетворенность персонала» новой системой стимулирования.

5. *Методы стимулирования работников.* Среди методов стимулирования можно выделить: административный, экономический и социально-психологический. Административный метод стимулирования предполагает использование жесткого, командного воздействия на персонал, принуждений и санкций при нарушении норм или неисполнении приказов. Экономический метод стимулирования означает воздействие через заработную плату, премии и другие материальные стимулы. Социально-психологический метод – морально-нравственное воздействие на работника через убеждение, просьбу, личный пример. Этот метод может выражаться также в различных формах общественного признания заслуг сотрудника, его профессионального и морального авторитета [5].

Административные методы ориентированы на такие мотивы поведения, как осознанная необходимость дисциплины труда, чувство долга, стремление человека трудиться в определенной организации, на культуру трудовой деятельности. Эти методы отличает прямой характер воздействия: любой регламентирующий и административный акт подлежит обязательному исполнению. Для административных методов характерно их соответствие правовым нормам, действующим на определенном уровне управления, а также актам и распоряжениям вышестоящих органов управления. Экономические и социально-психологические методы носят косвенный характер управленческого воздействия. Нельзя рассчитывать на автоматическое действие этих методов и трудно определить силу их воздействия на конечный эффект [6]. Необходимость применения того или иного метода определяется сложившейся на данный момент времени ситуацией.

6. *Виды стимулирования работников.* Подсистема видов стимулирования работников включает комплекс стимулов, которые может разработать и использовать работодатель. Традиционно все стимулы разделяют на материальные и нематериальные:

- материальное стимулирование: материально-денежное (заработная плата, премия), материально-неденежное (предоставление дополнительных социальных льгот);
- моральное стимулирование: морально-материальное (стимулирование свободным временем, продвижение по службе, творческий рост в профессии и т.п.), морально-психологическое (публичное признание, знаки отличия, формирование благоприятного климата на работе и т.п.) [7].

Весь этот набор стимулов должен быть ценным для работников, и мотивировать их к производительному труду. Важно также обеспечить наличие современных (инновационных) видов стимулирования, которые будут содействовать развитию и раскрытию профессиональных и творческих способностей. К таким стимулам можно отнести гибкий график работы (удобное сочетание рабочего и личного времени), оплату профессионального развития сотрудника, создание корпоративного университета в организации, комфортную социально-бытовую инфраструктуру предприятия, высокое качество трудовой жизни и др. [5]. Социальный пакет включает пользование социальными учреждениями организации, пользование домами отдыха и детскими оздоровительными лагерями по льготным путевкам, приобретение продукции, производимой организацией, по ценам ниже отпускной или бесплатно, а также повышение технической оснащенности и комфортности рабочего места, улучшение социальных условий труда; повышение гибкости графика работы; введение сокращенной рабочей недели или дня и т.д.

7. *Методы оценки деятельности персонала.* Ни одна современная система стимулирования работников не может быть справедливой и прозрачной, если она не базируется на подходящем методе оценки деятельности персонала, то есть адаптированном к системе стимулирования и специфике организации [5]. Оценка деятельности персонала – процесс определения эффективности деятельности сотрудников в ходе реализации задач организации, позволяющий получить информацию для принятия дальнейших управленческих решений [8]. Результаты оценки деятельности работников, как правило, используются для справедливого материального стимулирования.

Создание системы оценки и ее встраивание в систему стимулирования должно предваряться определением следующих моментов:

- во-первых, выбором объекта оценивания (результат трудовой деятельности, поведенческие компетенции, профессиональные знания);
- во-вторых, определением метода оценки;
- в-третьих, определением оценщиков, периода оценки и категорий работников, подлежащих оцениванию.

При разработке системы оценки работника необходимо установить, на основании каких критериев будет производиться оценка и что именно в деятельности работника важно оценить. Критерии – это те показатели, с помощью которых можно судить о том, насколько хорошо работник выполняет свою работу. Разрабатывать критерии нужно к целой рабочей функции, а не к конкретным задачам. Критерии должны быть написаны четким ясным языком, учитывая специфическое поведение и действия, которые будут отвечать требованиям той или иной деятельности, а также превосходить ожидаемые результаты. Правильно выбранный критерий оценки дает сотруднику возможность верно расставить приоритеты в своей работе [5]. При этом можно выделить следующие требования к показателям эффективности системы стимулирования работников:

- соответствие функциям и задачам, стоящим перед персоналом и организацией в целом;
- измеримость и сопоставимость;
- возможность отделить эффекты системы стимулирования от эффектов, связанных с другими факторами, влияющими на результативность труда;
- возможность оценить все элементы действующей системы стимулирования;
- сбор сведений и расчет показателей не должен быть излишне затратным по финансам и времени [9].

Таким образом, систему стимулирования работников нельзя рассматривать как простой набор материальных и нематериальных стимулов. Новое содержание системы стимулирования работников как совокупности взаимосвязей и взаимоотношений между элементами системы,

обеспечивающей гармонизацию целей и интересов субъекта и объекта управления за счет участия работников и способствующей развитию человеческого потенциала и созданию условий для его эффективного использования.

Список использованной литературы

1. Послание Главы государства К.К. Токаева народу Казахстана «Единство народа и системные реформы – прочная основа процветания страны» от 01.09.2021. – [Электрон.ресурс]. – 2021. – URL:http://www.akorda.kz/ru/addresses/addresses_of_president/poslanie-glavy-gosudarstva-kasym-zhomarta-tokaeva-narodu-kazahstana (дата обращения 21.03.2022)
2. Обуховский, К. Галактика потребностей. Психология влечений человека [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://bookap.info/popular/obuhovskiyy_psihologiya_vlecheniy_cheloveka_2010/gl2.shtm. (дата обращения 21.03.2022)
3. Еникеев, М.И. Общая психология / М.И. Еникеев. – М.: ПРИОР : Приоритет, 2010. – С. 624.
4. Шапиро, С.А. Управление человеческими ресурсами / С.А. Шапиро. – М. : ГроссМедиа, 2015. – С.346.
5. Дашкова, Е.С. Сущность системы стимулирования работников и ее элементы / Е.С. Дашкова // Вестник ВГУ. Серия: Экономика и управление. 2015. - № 4. С. 114-118.
6. Управление персоналом организации: учебник / под ред. Кибанова А.Я. [и др.]. – 2-е изд., доп. и перераб. - М.: ИНФРА-М, 2013. – С.638.
7. Крушельницкая, О.И. Материальное и нематериальное стимулирование линейного персонала гостиничного предприятия / О.И. Крушельницкая, А.Н. Третьякова, М.В. Полевая // Научный вестник МГИИТ, 2010. - №5. – С.84-89.
8. Управление персоналом : учебник для вузов / под ред. Т.Ю Базарова, Б.Л. Еремина. – М.: ЮНИТИ, 2001.С. 560.
9. Чекмарев, О.П. Мотивация труда и личные издержки. [Электрон.ресурс]. – URL: <http://motivtrud.ru> (дата обращения 21.03.2022)

ЖАС ҒАЛЫМДАРДЫҢ МІНБЕСІ ТРИБУНА МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ

МРНТИ 06.81.55

Капаева А.Е.¹, Джубалиева З.У.¹

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

СЕТЬ ИНТЕРНЕТ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ КАНАЛ КОММУНИКАТИВНОЙ ПОЛИТИКИ КОМПАНИИ

Аннотация

В статье рассматривается коммуникационная политика, изучаются составляющие ее компоненты. Подробно описаны элементы маркетинговых коммуникаций, представлена наиболее эффективная последовательность проведения коммуникационной стратегии предприятия. Помимо этого, в статье изучается обусловленный цифровизацией переход коммуникационной политики в сферу интернет-маркетинга, рассмотрены его основные инструменты.

В статье отмечается, что стремительное развитие электронной коммерции и Интернет-коммуникаций влияет на появление совершенно новых форм продвижения товаров и услуг. Сетевые Интернет-коммуникации не просто открывают новые возможности в продвижении товаров, но и развивают принципиально новую среду электронной коммерции. Данная среда и традиционная институциональная почти не пересекаются, так как электронная находится вне сферы влияния участников классических маркетинговых коммуникаций.

Масштабность и разнообразие приведённых видов и форм сетевых Интернет-коммуникаций доказывает наличие многочисленных возможностей и скорейшее развитие этой сферы в ещё больших размерах. В аспекте маркетинга мы здесь видим сокращение издержек. Притом не только финансовых издержек, сколько затрат усилий и времени рекламодателей-предприятий, которые выстраивают коммуникационные отношения.

Ключевые слова: коммуникативная политика в сети Интернет, маркетинг, конкуренты, рыночные отношения, виртуальные коммуникации, продвижение товаров

А.Е. Капаева¹, З.У. Джубалиева¹

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

КОМПАНИЯ САЯСАТЫНЫҢ ТИІМДІ АРНАСЫ РЕТІНДЕ ИНТЕРНЕТ БАЙЛАНЫС

Аңдатпа

Мақалада коммуникация саясаты қарастырылып, оның құрамдас бөліктері зерттеледі. Маркетингтік коммуникацияның элементтері толық сипатталған, кәсіпорынның коммуникациялық стратегиясының ең тиімді ретілігі берілген. Сонымен қатар, мақалада цифрландыруға байланысты коммуникациялық саясаттың интернет-маркетинг саласына өтуі, оның негізгі құралдары қарастырылады.

Мақалада электронды коммерция мен интернет-коммуникацияның қарқынды дамуы

тауарлар мен қызметтерді жылжытудың мүлдем жаңа нысандарының пайда болуына әсер ететіні атап өтілген. Желілік интернет-коммуникациялар тауарларды жылжытуда жаңа мүмкіндіктер ашып қана қоймайды, сонымен қатар принципті түрде жаңа электрондық коммерция ортасын дамытады. Бұл орта мен дәстүрлі институционалдық орта қиылыспайды, өйткені электронды орта классикалық маркетингтік коммуникацияларға қатысушылардың әсер ету аясынан тыс.

Жоғарыда аталған желілік интернет-коммуникация түрлері мен нысандарының ауқымы мен әртүрлілігі көптеген мүмкіндіктердің бар екенін және бұл саланың одан да кең ауқымда қарқынды дамуын дәлелдейді. Маркетинг аспектісінде біз мұнда шығындардың азаюын көреміз. Оның үстіне, тек қаржылық шығындар ғана емес, коммуникациялық қарым-қатынастарды құратын жарнама беруші-кәсіпорындардың күш-жігері мен уақыты.

Түйін сөздер: Интернеттегі коммуникациялық саясат, маркетинг, бәсекелестер, нарықтық қатынастар, виртуалды коммуникациялар, тауарларды жылжыту.

Karayeva A.E.¹, Dzhubalieva Z.U.¹

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

THE INTERNET AS AN EFFECTIVE CHANNEL OF THE COMPANY'S COMMUNICATION POLICY

Abstract

The article deals with the communication policy; its components are studied. The elements of marketing communications are described in detail, the most effective sequence of the enterprise's communication strategy is presented. In addition, the article examines the transition of communication policy to the field of Internet marketing due to digitalization, its main tools are considered.

The article notes that the rapid development of e-commerce and Internet communications affects the emergence of completely new forms of promoting goods and services. Today, one can observe a radical change in marketing techniques and methods, which are due to the peculiarities of communications on the Internet. Network Internet communications not only open up new opportunities in the promotion of goods, but also develop a fundamentally new e-commerce environment. This environment and the traditional institutional one almost does not intersect, since the electronic one is outside the sphere of influence of participants in classical marketing communications.

The scale and diversity of the above types and forms of network Internet communications proves the existence of numerous opportunities and the rapid development of this area on an even larger scale. In the aspect of marketing, we see here a reduction in costs. Moreover, not only financial costs, but the efforts and time of advertisers-enterprises that build communication relationships.

Keywords: communication policy on the Internet, marketing, competitors, market relations, virtual communications, promotion of goods

Введение

Стремительное развитие электронной коммерции и Интернет-коммуникаций повлияло на появление совершенно новых форм продвижения товаров и услуг. Сегодня можно наблюдать коренное изменение маркетинговых приёмов и методов, которые обусловлены особенностями коммуникациями в сети Интернет.

Сетевые Интернет-коммуникации не просто открывают новые возможности в продвижении товаров, но и развивают принципиально новую среду электронной коммерции.

Данная среда и традиционная институциональная почти не пересекаются, так как электронная находится вне сферы влияния участников классических маркетинговых коммуникаций.

Перспективные виды торговли через сеть Интернет в большей степени ассоциируются с развитыми компьютерными технологиями. Это обусловлено тем, что компьютерные технологии теснее связаны с традиционной экономикой, нежели виртуальные Интернет-коммуникации [1, с. 84].

Но компьютерные технологии определяют лишь только условия электронной коммерции и сетевых технологий.

Совершенно другие механизмы маркетинговых коммуникаций и другие правила рыночного ведения действуют в отношении новых форм продвижения товаров в сети Интернет. Существенный недостаток заключается в том, что до сих пор маркетинговые особенности Интернет-коммуникаций не получили необходимого упоминания в методологии и теории маркетинга.

Сейчас развитие маркетинговых Интернет-коммуникаций происходит параллельно с традиционными социально-экономическими институтами, почти не соприкасаясь. Тут доминируют уникальные процессы, характеризующие развитие современных экономических отношений в виртуальных условиях экономической деятельности.

Интернет-коммуникации могут возникнуть, основываясь на спросе буквально из ничего. Изначально кто-то предлагает форму взаимоотношений пользователей. Ему не обязательно обладать огромными материальными ресурсами для этого. Далее сами пользователи наполняют содержанием эту форму. Именно из-за этого экономический анализ маркетинговых возможностей Интернет-коммуникаций неосуществим без учёта особенностей среды, которая определяет методы и особенности продвижения товаров в сети Интернет [2, с. 61].

На данном этапе практика маркетинга опережает теорию маркетинга.

Экспериментальная часть

На сегодняшний день в сети Интернет существуют множество различных форм коммуникационной среды, которые можно классифицировать. Многие уже долго служат для продвижения товаров и услуг предприятиями. Стоит отметить, что такое продвижение настолько эффективно, что можно говорить о формировании кардинально отличающегося маркетингового инструментария, который на равных конкурирует с традиционной практикой маркетинга [3, с. 18].

1. Блог (от англ. «weblog» – Интернет-дневник) – это веб-сайт, который содержит материалы авторов-владельцев, а также комментарии пользователей. Особенностью блогов является их общедоступность и публичность. Посетители блога могут комментировать материалы и вступать в диалог с владельцем. Эта черта преобразует блоги в специфическую коммуникативную среду, которая выполняет сразу несколько функций: новостной канал, чат, электронная почта и форум. Сейчас блоги оборудованы специальными кнопками, например, «Нравится», которые значительно ускоряют распространение информации между пользователями. Также блоги переросли из печатного формата в видео. Такой тип блогосферы существует и развивается на сайте «YouTube».

Особенность блогов, с точки зрения маркетинга, выражается в том, что владелец – это неформальный лидер общественного мнения. В этом отражается кардинальное отличие между блогерами и журналистами. Журналисты находятся под влиянием редакционной политики своего издания, в то время как блогеры ориентированы только на заинтересованную аудиторию, что порождает доверие большей степени к их публикациям. Для предприятий в целях маркетинга ценны те блогеры, чья аудитория многочисленна и совпадает с их целевой аудиторией. Тем самым, блогеров разделяют на две основные группы:

1) блогеры с многочисленной аудиторией (от 1000 человек), которые публикуют материалы на общедоступные темы: стиль жизни, путешествия, политика и т. п.; их аудитория не обязательно является целевой для предприятия.

2) блогеры, которые специализируются на определённой отраслевой тематике. Чаще всего, это работники профильных предприятий, которые ведут свой блог или по личной инициативе, или по распоряжению руководства.

Важно понимать, как работать с определённым блогером в зависимости от его принадлежности к этим группам. Те, у кого большая аудитория, скорее всего некомпетентны в специфике продвигаемой продукции, и будет нецелесообразно привлекать их для распространения коммерчески важной информации. Однако, в данный момент множество предприятий с самыми разными направленностями привлекают таких блогеров, что достаточно хорошо работает в качестве инструмента продвижения. А те блогеры, что являются профессионалами отрасли, ценятся благодаря своему влиянию на целевую аудиторию. Проблема заключается лишь в поиске таких личностей, которые будут независимы от конкурирующих предприятий. Стимулировать блогеров к сотрудничеству не всегда предпочтительно денежным вознаграждением. Очень часто эффективно реализовывать совместно какие-либо проекты или передавать товары предприятия на тестирование блогерам в качестве подарков. Сфера блоггинга носит зачастую некоммерческий характер, а блогеров привлекают интересные и реализующие их как личностей проекты.

2. Социальная сеть (SocialNetworkingServices) – это сайт, на котором зарегистрированные пользователи размещают о себе информацию и взаимодействуют с другими людьми [4, с. 53].

Материалы создаются самими пользователями. При продвижении продукции в социальных сетях необходимо ориентироваться на следующие их возможности:

1) индивидуальная информация в профилях пользователей (ФИО, возраст, место проживания, образование, интересы, хобби и т. д.);

2) возможность делиться друг с другом полезной информацией и создавать Интернет-объединения (сообщества) по интересам и т. п.;

3) свободное посещение пользователями страниц других людей, что позволяет формировать мнение о продуктах предприятия.

Важным аспектом любой социальной сети является существование групп (сообществ, пабликов и т. п.), которые представляют собой объединения людей по таким критериям, как общие цели, интересы или потребности. Важно отметить, что маркетинговые действия в социальных сетях значительно отличаются от действий на сайтах-магазинах. Он неэффективен, если убеждать покупателей приобрести товар, но результативен при общении с клиентами на доверительном уровне.

Эффективность использования социальных сетей в продвижении товаров и услуг определяется степенью вовлеченности продавца в неформальный процесс Интернет-сообществ. Для этого маркетингу в социальных сетях необходимо стать итогом осмысленного выбора аудитории именно того или иного товара, бренда или производителя. Только в этом случае социальная сеть работает одновременно как: маркетинговая площадка, способ обратной связи с целевой аудиторией, инструмент продвижения товаров и услуг.

Можно отметить, как минимум три главных вида социальных сетей:

1. Социальные сети общего формата. Такие сети служат для неформального общения между пользователями («Facebook», «Twitter», «ВКонтакте», «Одноклассники» и т. д.). Общеформатные сети привлекательны для использования маркетологами, так как обладают многочисленной аудиторией. Общеформатные сети предлагают всем пользователям большую подборку инструментов Интернет-маркетинга. Например, социальная сеть «ВКонтакте» предлагает таргетинг для рекламодателей по демографическим и географическим признакам, сфере деятельности и интересам пользователей, а также по социальному положению.

2. Профессиональные социальные сети. Данные сети служат для общения пользователей на профессиональные темы. Они хорошо подходят для подбора персонала, продвижения товаров и услуг в профессиональной среде, а также для создания бизнес-проектов. Профес-

сиональные социальные сети также дают возможность пользователям для таргетирования рекламы. Из-за специфики аудитории, которая ориентирована на профессиональное общение, возможности и ассортимент таких услуг немного отстают от параметров в общепрофессиональных сетях. В связи с этим в профессиональных сетях основными инструментами Интернет-маркетинга являются онлайн-конференции, блоги, открытые сообщества и баннерная реклама.

3. Социальные сети по интересам. Достоинство данных социальных сетей выражается в их уникальности. Сети по интересам существуют для объединения и общения людей с общими увлечениями. В них концентрируется целевая аудитория предприятий, если товары и услуги актуальны для этой аудитории. В этом плане сети по интересам – логическое окончание процесса развития тематических форумов.

Социальные сети направлены на решение нескольких маркетинговых задач в электронной коммерции.

1. Создание фан-клубов торговых марок. Объединяя приверженцев своей торговой марки, предприятие формирует идеальную площадку для продвижения товаров при помощи сети Интернет. Сообщества любителей торговой марки способны при минимальных затратах добиться такой маркетинговой эффективности, которая превышает результаты от традиционных рекламных инструментов и PR.

Появление сетевых сообществ означает концентрацию лояльных пользователей, что превращает фан-клубы в инструмент маркетинговой политики. Образование данных групп в социальных сетях может происходить как искусственным, так и естественным путём.

Искусственный путь обозначает привлечение так называемых «лидеров мнения», которыми являются популярные блогеры, специалистов по связям с общественностью и журналистов. При этом необходимо постоянное создание информационных поводов, наличие поощрений лояльных подписчиков и т. п. И после преодоления критического числа подписчиков процесс становится независимым.

2. Прямое общение с потенциальными покупателями. Если у Интернет-продавца имеются аккаунты в социальных сетях, то это говорит о статусе предприятия, которая таким образом использует возможности прямых продаж в сети Интернет [5, с. 35].

Такое новое понятие, как «Оптимизация сайта под социальные сети», обозначает комплекс целенаправленных действий, которые служат для привлечения посетителей из социальных сетей.

Быстро и без посредников завладеть необходимой маркетинговой информацией напрямую от самих покупателей помогут прямые контакты в социальных сетях. Также они позволяют эффективно протестировать новые маркетинговые методы и, конечно же, экономить деньги на традиционной рекламе. Благодаря социальным сетям, предприятиям не обязательно постоянно продвигать товары самостоятельно, так как для этого можно из числа активных участников привлекать энтузиастов сетевых коммуникаций. Сам смысл коммуникативных маркетинговых отношений от этого выходит на новый уровень.

3. Инструмент прямых продаж. Малый бизнес использует социальные сети как инструменты формирования прямых продаж. Благодаря доверительности общения между пользователями социальной сети, некоторые ещё «молодые» предприятия добиваются весьма значительных результатов. Главным в сетевых сообществах является наличие интересов, объединяющих людей. При их реализации достигается высокий уровень доверительного общения.

Социальные сети служат идеальной средой для осуществления прямых продаж. Энтузиасты, которые приглашают других пользователей сети объединяться в группы по интересам, становятся двигателями процесса. В некоторых ситуациях пользователи могут группироваться без явных лидеров ради осуществления покупок образовавшимся коллективом, напоминая тем самым потребительскую кооперацию. Например, в социальной

сети «В контакте» существует множество подобных групп (любители техники Apple, молодые матери и т. п.).

Можно отметить несколько ведущих направлений развития социальных сетей на сегодняшний день:

- распространение деятельности по продаже и покупке товаров и услуг;
- акцент на формировании социальных сетей узкой направленности;
- увеличение доступных для пользователей функций;
- неотъемлемое присутствие социального элемента в социальных сетях;
- объединение социальных сетей в единую среду.

Важно заметить, что социальные сети – это не только инструмент Интернет-маркетинга. В них появляются абсолютно новые, существующие только в их среде формы покупки и продажи товаров и услуг через сеть Интернет. Социальная сеть создаёт условия для формирования новых форм предпринимательской деятельности в сети Интернет, выступая как коммуникативная среда.

3. Электронные доски объявлений являются самой доступной и самой простой разновидностью электронной коммерции с узким перечнем доступных услуг, в которой участвует огромное количество человек. Сайт с объявлениями не несёт ответственности за результаты сделки, и обычно размещение информационных сведений является бесплатным [6, с. 56].

Электронные доски объявлений благополучно создают конкуренцию торговым площадкам по числу посещений и числу зарегистрированных пользователей. Из-за этого некоторые торговые площадки создают на своих сервисах собственные доски объявлений.

Доски объявлений из-за своей доступности и простоте успешно функционируют как в области «B2B», так и в области «B2C».

Помимо этого, следует выделить гибридные специализированные информационные сервисы и виды досок объявлений. К такой форме относится справочный сервис «2GIS». «2GIS» ежемесячно выпускает свежие обновления в трех версиях: для персональных компьютеров, для онлайн-версии в сети Интернет и для мобильных телефонов.

Конечный продукт сервиса «2GIS», который является бесплатным, включает в себя большое сосредоточение информации: карты населённых пунктов и маршруты городского транспорта, адреса, подъезды, номера телефонов, сайты и электронные почты предприятия, размещение входа, расписание их работы, группировку по видам деятельности и фильтр по необходимым критериям. Всё это делает сервис «2GIS» востребованным и удобным по сравнению с традиционными изданиями рекламно-информационного характера.

4. Веб-форумы – это Интернет-приложения, которые предназначены для организации общения пользователей, зашедших на сайт. Существуют отдельные форумы, которые состоят из разделов для обсуждений, где пользователи форума создают различные темы по интересующим их вопросам. Посетители имеют возможность выражать своё мнение в рамках данных тем [7, с. 77].

Обычно правила на форуме запрещают отклоняться от заданной темы, нарушение может повлечь за собой аннулирование аккаунта или удаление сообщения. За соблюдением правил в рамках всего форума следят администраторы, а в рамках отдельных разделов – модераторы, в возможности которых входит редактирование, перемещение или удаление сообщений пользователей. В общих чертах форум – это саморегулирующееся сообщество пользователей с общими интересами.

Существует два вида веб-форумов, которые значимы для маркетинговых целей.

1. Тематические форумы, которые создаются заинтересованными людьми на основе общих тем и увлечений с целью объединения людей. В таких форумах большую роль играет профессионализм модераторов. Эффективность таких форумов высока из-за большого

количества посетителей и высокого доверия со стороны Интернет-пользователей.

2. Корпоративные форумы, как правило, предназначены для оперативной обратной связи с партнёрами и потребителями. Данный вид форумов эффективен только тогда, когда в их работе принимают действенное участие энтузиасты и специалисты. К сожалению, существует проблема, связанная с низким уровнем доверия независимых пользователей сети к корпоративной информации [8, с. 46].

Понятия «потребительская конференция» и «панель», используемые при проведении маркетинговых исследований, в традиционной теории маркетинга ближе всего располагаются к понятию «форум». Отличительная черта форумов проявляется в том, что здесь не существует монолога или даже диалога продавца о преимуществах предлагаемых продуктов. Собеседник в любой момент присоединяется к обсуждению, тему которого задаёт модератор.

Тем самым, в силу своей коллективности веб-форумы признаются скорее переходной формой к блогосфере и социальным сетям. На форуме не целесообразно размещать большое количество технической информации, торговых инструментов и не свойственных сервисов. Обычно форумы необходимы для коммуникации по типу «вопрос-ответ», где в один момент времени все пользователи задают вопросы и получают ответы на них.

Заключение

Масштабность и разнообразие приведённых выше видов и форм сетевых Интернет-коммуникаций доказывает наличие многочисленных возможностей и скорейшее развитие этой сферы в ещё больших размерах. В аспекте маркетинга мы здесь видим сокращение издержек. Притом не только финансовых издержек, сколько затрат усилий и времени рекламодателей-предприятий, которые выстраивают коммуникационные отношения.

Современные возможности в сети Интернет, каким-либо образом, используются пользователями, включая и маркетинговое продвижение товаров и услуг. Главное различие проявляется в том, что существующие ограничения в реальной жизни нивелируются средой сети Интернет. Здесь отсутствуют расстояния, отсутствуют трудности, связанные с передачей большого объема информации любого типа: текстовой, аудиовизуальной и т. п.

Список использованной литературы

- 1 Васильев Г.А. *Электронный бизнес. Реклама в Интернете* / Г.А. Васильев, Д.А. Забегалин – М.: Юнити-Дана, 2018. – С.184.
- 2 Вирин Ф.Ю. *Интернет-маркетинг полный сборник практических инструментов* / Ф.Ю. Вирин – М.: Эксмо, 2020. – С.160.
- 3 Галицкий Е.Б. *Чем отличаются пользователи Интернета // Интернет-маркетинг* Е.Б. Галицкий, А.В. Сидорова – 2020. – №3. – С. 17-20.
- 4 Джефкинс Ф. *Реклама: учебное пособие для вузов. Пер. с англ. Под ред. Ерёминой Б.Л.* / Ф. Джефкинс – М.: Юнити-Дана, 2018. – С.543.
- 5 Зуев М.Б. *Продвижение сайтов в поисковых системах* / М.Б. Зуев, П.А. Маурис – М.: Бином. 2019. – С.305.
- 6 Иванов И. *SEO: поисковая оптимизация от А до Я* / И. Иванов, Д. Голополов – М.: Интернет-издание, 2020. – С.536.
- 7 Корнев К. *Особенности Интернет-коммуникации и типы Интернет-пользователей в молодёжной среде* / К.Корнев – СПб., 2020. – С. 76 - 85.
- 8 Матанцев А.Н. *Эффективность рекламы: учебное пособие, 2-е издание, дополненное* / А.Н. Матанцев – М.: Финпресс, 2017. – С.416.

МРНТИ 06.01.11

Нұрғалиқызы Ж.¹, Каримова М.Д.²

¹Каспийский университет, г. Алматы, Казахстан

²Казахский национальный педагогический университет имени Абая,
г. Алматы, Казахстан

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ НА УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ПРОЦЕССЫ

Аннотация

Текущее состояние казахстанской экономики, как и всей мировой экономики, характеризуется активным переходом к новому технологическому укладу. Мировая экономика сегодня стремится к своему шестому технологическому укладу, который по некоторым оценкам окончательно будет достигнут к 2030 году и основой этого уклада станет цифровая экономика.

Изменения под влиянием цифровой экономики требуют стратегии реагирования на изменения внешней среды, потому что это скажется на общей эффективности деятельности компании, требуются кардинальные изменения в бизнес-процессах внутри компании, их адаптации к изменениям в цифровизации экономики, изменения уровня применения информационных технологий как вне, так и внутри компании.

Уже сегодня, цифровая экономика, активно развивается в стране и мире. В этой связи, изучение теоретических и методологических вопросов изучения проблем цифровой экономики является важным направлением, потому что, к сожалению, в теории еще нет даже просто устойчивого определения цифровой экономики.

Ключевые слова: цифровая экономика, управленческие процессы, цифровая трансформация, цифровая стратегия, цифровая модель, цифровизация.

Ж.Нұрғалиқызы¹, М.Д. Каримова²

¹Каспий университеті. Алматы қ., Қазақстан.

²Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті,
Алматы қ., Қазақстан

САНДЫҚ ЭКОНОМИКАНЫҢ БАСҚАРУ ПРОЦЕСТЕРІНЕ ӘСЕРІ

Аңдатпа

Қазақстан экономикасының ағымдағы жағдайы, бүкіл әлемдік экономика сияқты, жаңа технологиялық құрылымға белсенді көшумен сипатталады. Әлемдік экономика бүгінде өзінің алтыншы технологиялық тәртібіне ұмтылуда, оған кейбір бағалаулар бойынша 2030 жылға қарай түпкілікті қол жеткізілетін болады және осы тәртіптің негізі цифрлық экономика болады. Цифрлық экономиканың ықпалындағы өзгерістер сыртқы ортаның өзгеруіне ден қою стратегиясын талап етеді, өйткені бұл компания қызметінің жалпы тиімділігіне әсер етеді, компания ішіндегі бизнес-процестерде түбегейлі өзгерістер, олардың экономиканы цифрландырудағы өзгерістерге бейімделуі, ақпараттық технологияларды компанияның сыртында да, ішінде де қолдану деңгейінің өзгеруі талап етіледі.

Бүгінде цифрлық экономика елімізде және әлемде белсенді дамып келеді. Осыған байланысты, Цифрлық экономика мәселелерін зерттеудің теориялық және әдіснамалық

мәселелерін зерттеу маңызды бағыт болып табылады, өйткені, өкінішке орай, теорияда цифрлық экономиканың тұрақты анықтамасы әлі жоқ.

Түйін сөздер: цифрлық экономика; басқару процестері; цифрлық трансформация; цифрлық стратегия; цифрлық модель; цифрландыру.

Nurgalikyzy Zh.¹, Karimova M.D.²

¹Caspian University Almaty, Kazakhstan.

²Kazakh National Pedagogical University named after Abai, Almaty, Kazakhstan

THE IMPACT OF THE DIGITAL ECONOMY ON MANAGEMENT PROCESSES

Abstract

The current state of the Kazakh economy, as well as the entire world economy, is characterized by an active transition to a new technological order. The world economy today is striving for its sixth technological order, which, according to some estimates, will finally be achieved by 2030 and the digital economy will become the basis of this way of life.

Changes under the influence of the digital economy require a strategy to respond to changes in the external environment, because this will affect the overall efficiency of the company, radical changes in business processes within the company are required, their adaptation to changes in the digitalization of the economy, changes in the level of application of information technologies both outside and inside the company.

Already today, the digital economy is actively developing in the country and the world. In this regard, the study of theoretical and methodological issues of studying the problems of the digital economy is an important direction, because, unfortunately, there is not even a stable definition of the digital economy in theory yet.

Keywords: digital economy; management processes; digital transformation; digital strategy; digital model; digitalization.

Цифровизация стала главным и необходимым условием для сохранения конкурентоспособности в глобальном мире. Сегодня цифровая экономика в развивающихся странах растет на 15-25% в год. Такими темпами не растет ни один сектор экономики [1].

В 2019 году объем экспорта услуг, предоставляемых с использованием цифровых технологий, достиг 2,8 трлн долл. США, что составляло 52% мирового экспорта услуг [2].

В 2019 году совокупная стоимость компаний, работающих на базе цифровых платформ, с рыночной капитализацией более 200 млн долл. США превысила 10 трлн долл. США и продолжает расти быстрыми темпами [3]. Для Казахстана цифровая экономика – это шанс для диверсификации экономики и отойти от сырьевой ориентации.

Общепринятой методологии оценки влияния цифровой экономики на экономику на сегодня нет. Причины, затрудняющие это сделать:

- нет общепринятого определения цифровой экономики;
- не хватает достоверных статистических данных о её ключевых компонентах и аспектах;
- официальная статистика просто не успевает за стремительным развитием цифровой экономики.

Поэтому в зависимости от того, что понимать под цифровой экономикой встречаются оценки ее доли в мировой экономике от 4,0 до 20% мирового ВВП [4]. Что касается влияния, то согласно некоторым данным, существует прямая корреляция между цифровизацией и экономическим ростом на уровне 70%.

В этом случае в Казахстане при нынешних темпах, к 2025 году около 40% дополнительного прироста ВВП будет обеспечиваться за счет цифровых услуг.

Таким образом, для Казахстана цифровизация – приоритетное направление. Преимущества и пользу от цифровизации получают прежде всего сами казахстанцы, так как цифровизация будет способствовать улучшению качества жизни самих казахстанцев. Цифровизация позволяет улучшить цифровую инфраструктуру, создаст удобные и доступные государственные услуги за счет тотального подключения всего населения к Интернету. Все эти услуги будут не только удобны и быстро доступны, но и станут дешевыми; то и новые источники дохода за счет доступа к электронным сервисам.

В развитии цифровой экономики решающая роль принадлежит АО «Казакхтелеком».

АО «Казакхтелеком», имея необходимые ресурсы, принимает активное участие в реализации Государственной программы «Цифровой Казахстан» и реализует большинство проектов по цифровизации в стране. Государственная программа ориентирована на 5 направлений:

- цифровизация отраслей экономики,
- цифровизация деятельности государственных органов,
- развитие инфраструктуры,
- создание инновационной экосистемы и
- развитие человеческого капитала.

Основные проекты, которые реализует АО «Казакхтелеком» в рамках программы развития цифровой экономики Казахстана это:

1. Реализация проекта Smart City в г. Нурсултан с основной задачей автоматизации госуслуг. В результате сегодня все почти 170 государственных услуг, оказываемых Акиматов Нурсултана оцифрованы.

2. Цифровой проект «Умный шлагбаум» для Алматы – автоматическое открывание шлагбаумов для автомобилей скорой помощи и других служб экстренной помощи),

3. Цифровой проект для Алматы «Безопасный город» с установкой по городу 305 камер видеонаблюдения.

4. Проект по строительству в г. Алматы и Нурсултане совместно с сотовыми операторами десятков антенно-мачтовых сооружений для базовых станций. Строительство волоконно-оптических линий связи (ВОЛС) в селах и программе по обеспечению сельчан широкополосным мобильным интернетом «250+» является крупным проектом, который имеет национальное стратегическое значение.

5. Создание геопорталов в Алматы и Нурсултане – электронной карты земли, позволяющего в режиме реального времени узнать о земельном участке все: от его кадастрового номера до целей использования.

6. Запуск службы 112 – автоматизированной системы управления обращениями граждан, которая объединяет все службы экстренного реагирования города под единым номером 112 (аналог службы «911» в США).

7. Создание с началом эпидемии коронавируса COVID-19 Ситуационного центра мониторинга эпидемиологической ситуации и автоматизированной лаборатории для ускорения процесса исследования ПЦР-анализов.

8. Создание центра «iQala» в Нурсултане для предоставления 18 видов услуг по линии ЖКХ в круглосуточном режиме.

9. Внедрение в целях снижения безопасности на дорогах в Нурсултане интеллектуально-транспортной системы, снизившей аварийность на 46%, смертность на дорогах на 23%, количество преступлений в общественных местах на 65%. Система заняла первое место среди стран Европы, СНГ и Центральной Азии.

10. Формирование Цифрового Профиля города Нурсултан.

11. Разработана IT-архитектура и Центр обработки данных столицы.

12. Цифровизации медицины и медицинских учреждений г.г. Алматы и Нурсултан. Благодаря проекту в стране вырос процент выявляемой различных заболеваний, в особенности таких как туберкулез, – на 43%, рак легких – на 15%, повысилась качество лечения, сократились очереди в поликлиниках в 2,5 раза. По расчетам экспертов цифровизация здравоохранения дает ежегодный экономический эффект в 60 млрд тенге.

13. Проекты по цифровизации образования – перевод отчетности переведены в электронный формат, с экономией на 20 млрд тенге в год.

14. Внедрении ЕКСК в столице, Алматы и других городах по стране с экономией затрат на воду, электричество.

15. Другие проекты. [5]

Благодаря реализации этих и других проектов в будущем, к 2025 году Казахстан планирует повысить рейтинг с 52-го на 25-е место в мире по уровню цифровизации.

Уже сейчас по такому направлению как «Цифровое государство» Казахстан занимает 33е место в индексе ООН по развитию электронного правительства. Сейчас продолжится развитие и планируется перевести 80% госуслуг в электронный формат с переходом на проактивное обслуживание населения и бизнеса, тем самым обеспечивая доступность и транспарентность.

По направлению развитию инфраструктуры для покрытия сетей связи уже более 12 млн казахстанцев имеют доступ к линиям ВОЛС (волоконно-оптических линий связи).

По направлению цифровизации отраслей действуют проекты «Цифровой рудник», «Умное месторождение» и т.д, сотни ферм используют цифровые программы.

По направлению создания инновационной экосистемы созданы международный технопарк Astana Hub и программы акселерации Garage и Fintechstars, Лаборатория CLab. Технология блокчейна апробируется в НацБанке при операциях граждан с ценными бумагами, а Правительство для граждан используют его для регистрации права собственности на недвижимость и создания единого государственного кадастра на базе этой технологии.

Что касается цифровой трансформации самого АО Казахтелеком, то цифровизация осуществляется согласно ее стратегии с 2019 года. Стратегия предусматривает цифровизацию основного бизнеса, развитие новых цифровых бизнесов и цифровую трансформацию сети.

Была разработана программа «SERPIN», и в соответствии с ним, Казахтелеком после количественного расширения активов сделал ставку на качественный внутренний рост. А внутренний рост невозможен без развития цифровых и бизнес-компетенций ее сотрудников. Компания понимала, что нужно делать ставку и на изменение компетенций и что это приведет к росту доходов компании, что, в свою очередь, повысит оплату труд, а сотрудников.

Программа цифровой трансформации АО «Казахтелеком» направлена на создание необходимой цифровой инфраструктуры на всех направлениях и во всех точках где происходит взаимодействие оператора с клиентами. Причем эта инфраструктура постоянно совершенствуется и дорабатывается.

Компания вводит новые цифровые платформы, каналы обратной связи и инструменты аналитики данных и такие трансформации непрерывно дают положительный результат.

Один из проектов Казахтелеком – новая услуга eSIM – цифровая альтернатива пластиковой SIM-карты. eSIM – это встроенный в смартфон микрочип, который позволяет клиенту пользоваться всеми услугами мобильного оператора без использования SIM-карты.

Казахтелеком на базе сетей Kcell запустил также сервис «Мобильный офис», который позволяет бизнесу или его филиалу работать в любой точке страны и при этом иметь доступ к ИС без изменения параметров доступа. Главное быть в зоне доступа мобильной сети.

«Казахтелеком» также завершил строительство с общей сложности 428 базовых станций по технологии LoRa. Теперь M2M (machine to machine) и IoT – устройства могут быть подключены в городские коммунальные системы в 17 городах страны.

Изменение бизнес-модели. В рамках цифровой трансформации Казахтелеком поменял бизнес-подход к работе с клиентами и разработке новых продуктов. В первую очередь стали применять метод Agile, в котором задачи не спускаются в виде поручения, а ставятся работникам конечными целями, на которые ориентируются команды. [6]

«Сегодня «Казахтелеком» трансформируется в экосистему для новых цифровых бизнесов. С этой целью он определил 10 основных направлений, по которым он начал развивать новые виды бизнеса в компании. В их числе:

- решения по искусственному интеллекту,
- решения по финансам,
- решения по видео аналитике,
- решения по электронной коммерции, и др.

Список использованной литературы

1. Экспертное мнение. Что такое цифровое производство? [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.up-pro.ru/>; http://www.nvg.ru/upload/Digital_production.pdf. – интернет источники
2. World Investment Report 2020: Investment and the Digital Economy. – UNCTAD, 2020. – 238 p. – статья из журнала
3. The 10 countries best prepared for the new digital economy Режим доступа: //WEF: <https://www.weforum.org/agenda/2016/07/countries-best-prepared-for-the-new-digital-economy/>. – Date of access: 12.03.2021 – интернетисточники
4. OECD Digital Economy. Outlook 2019. – Paris: OECD Publishing. – 284 p. – статья из журнала
5. Ревенко Н.С. Цифровая экономика США в эпоху информационной глобализации: актуальные тенденции // США и Канада: экономика, политика, культура. 2019. № 8 (572). С.78-100 – труды конференций
6. Геворгян, Р.М. Менеджмент современных организаций с использованием виртуальной бизнес-среды в условиях цифровой экономики // Экономика и предпринимательство. – 2019. – № 12-4 (89). – С. 718-724 – книга.

МРНТИ 06.39.02

А.М. Сапарбаева¹

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

ҚР ИНВЕСТИЦИЯЛЫҚ НАРЫҒЫНЫҢ ТАРТЫМДЫЛЫҒЫН АРТТЫРУ ЖОЛДАРЫ

Аңдатпа

Бұл мақала ҚР-дағы инвестициялар нарығының тартымдылығын зерттеуге арналған. ҚР экономикасына инвестициялық ресурстарды тартудың негізгі проблемалары, Қазақстанның инвестициялық тартымдылығын арттыру жолдары қаралды. Мақалада Қазақстанның инвестициялық нарығының негізгі көрсеткіштері талданды. Қазақстан экономикасының маңызды құрамдас бөлігі оның инвестициялық саясаты болып табылады. Инвестициялық саясатты тиімді іске асыру инвестициялау объектілерін, капитал өндірісінің нысандары мен тетіктерін және инвестициялық қызметті жүзеге асыруды, оны қаржыландыру көздерін,

инвестицияларды бағалау алгоритмдерін білуді талап етеді. Еліміздің экономикасында инвестициялар нарығы ерекше маңызға ие, оның басты міндеті - кәсіпорындарға инвестициялар тарту, кәсіпорындардың акционерлік, банктік және жеке капиталға қол жетімділігін қамтамасыз ету. Инвестициялар нарығы сонымен бірге ҚР экономикасына ұсақ инвесторлардың қаражатын тартуға, бюджеттің шығыс бөлігін инфляциялық емес қаржыландыруға қол жеткізуге бағытталған, бұл сайып келгенде экономиканың қаржылық тұрақтануына, оның құрылымдық қайта құрылуына, өндіріс тиімділігі мен экономикалық өсуді қамтамасыз етуге ықпал етеді.

Отандық инвестициялық нарықтың негізгі көрсеткіштеріне талдау, инвестициялық нарықтың дамуына кедергі келтіретін себептер анықталды және Қазақстандағы инвестициялық нарықтың тартымдылығын арттыру жолдары қарастырылды.

Түйін сөздер: Инвестициялар, инвестициялық тартымдылық, инвестор, ресурстар, нарық, Қазақстан Республикасы.

Сапарбаева А.М.¹

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

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННОГО РЫНКА РК

Аннотация

Данная статья посвящена исследованию привлекательности рынка инвестиций в РК. Рассмотрены основные проблемы привлечения инвестиционных ресурсов в экономику РК, пути повышения инвестиционной привлекательности Казахстана. В статье проанализированы основные показатели инвестиционного рынка Казахстана. Важной составляющей экономики Казахстана является его инвестиционная политика. Эффективная реализация инвестиционной политики требует знания объектов инвестирования, форм и механизмов производства капитала и осуществления инвестиционной деятельности, источников его финансирования, алгоритмов оценки инвестиций. Особое значение в экономике страны имеет рынок инвестиций, главная задача которого - привлечение инвестиций в предприятия, обеспечение доступа предприятий к акционерному, банковскому и частному капиталу. Рынок инвестиций также направлен на привлечение средств мелких инвесторов в экономику РК, достижение не инфляционного финансирования расходной части бюджета, что в конечном итоге будет способствовать финансовой стабилизации экономики, ее структурной перестройке, обеспечению эффективности производства и экономического роста.

Проанализированы основные показатели отечественного инвестиционного рынка, выявлены причины, препятствующие развитию инвестиционного рынка и рассмотрены пути повышения привлекательности инвестиционного рынка в Казахстане.

Ключевые слова: инвестиции, инвестиционная привлекательность, инвестор, ресурсы, рынок, Республика Казахстан

A.M. Saparbayeva 1

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

WAYS TO INCREASE THE ATTRACTIVENESS OF THE INVESTMENT MARKET OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN

Abstract

This article is devoted to the study of the attractiveness of the investment market in the Republic of Kazakhstan. The main problems of attracting investment resources to the economy of the Republic of Kazakhstan, ways to increase the investment attractiveness of Kazakhstan were considered. The article analyzes the main indicators of the investment market of Kazakhstan. An important component of Kazakhstan's economy is its investment policy. Effective implementation of investment policy requires knowledge of the objects of investment, forms and mechanisms of capital production and implementation of investment activities, sources of its financing, algorithms for evaluating investments. Of particular importance in the country's economy is the investment market, the main task of which is to attract investments to enterprises, ensure access of enterprises to joint - stock, banking and private capital. The investment market is also aimed at attracting funds from small investors to the economy of the Republic of Kazakhstan, achieving non-inflationary financing of the expenditure part of the budget, which ultimately contributes to the financial stabilization of the economy, its structural transformation, ensuring production efficiency and economic growth.

Analysis of the main indicators of the domestic investment market, identified the reasons that hinder the development of the investment market, and considered ways to increase the attractiveness of the investment market in Kazakhstan.

Keywords: investment, investment attractiveness, investor, resources, market, Republic of Kazakhstan

Қазақстан Республикасын әлеуметтік-экономикалық дамытудың ұзақ мерзімге арналған стратегиясына сәйкес «Ұзақ мерзімді перспективада әлеуметтік-экономикалық даму жөніндегі мемлекеттік саясаттың мақсаты – жаһандық әлемге интеграциялану жағдайында елдің бәсекеге қабілеттілігін арттыру» [1].

Бұл мақсатқа жету инвестициялық процестерді белсендірмей мүмкін емес. Осы орайда республика экономикасына инвестиция тарту басты міндет болып табылады. Оны шешу үшін әлеуетті инвесторлар үшін Қазақстанның инвестициялық тартымдылығын арттыру қажет.

Жоғары инвестициялық тартымдылық-кез келген елдің экономикалық тұрақтылығы мен бәсекеге қабілеттілігінің кепілі. Мемлекетке инвестициялар ағыны неғұрлым көп болса, әл-ауқат пен даму перспективалары соғұрлым жоғары болады. Әлемдік бизнес-қоғамдастықты өзінің бәсекеге қабілеттілігіне сендіру үшін объективті саяси және экономикалық факторлардан басқа, мемлекеттік деңгейде елдің инвестициялық тартымдылығының имиджі мен беделін құру қажет.

Елдің инвестициялық тартымдылығы – бұл мемлекетке капитал ағынын анықтайтын және инвестициялық белсенділікпен бағаланатын белгілердің (шарттардың, шектеулердің) жиынтығы. Мемлекеттің инвестициялық тартымдылығы, бір жағынан, оның инвестициялық әлеуеті, екінші жағынан, ықтимал тәуекелдер арқылы қалыптасады. Өз кезегінде инвестициялық потенциал мен тәуекел факторлардың тұтас жиынтығының жиынтық көрінісі болып табылады [2].

ҚР-ң әлеуметтік-экономикалық жағдайын, инвестициялық қызмет саласындағы нормативтік-құқықтық базаны талдау және инвестициялық процестердің даму тенденцияларын талдау нәтижесінде еліміздің инвестициялық тартымдылығын төмендететін факторларды бөліп көрсетуге болады. Оларға мыналар жатады:

- ҒЗТҚЖ және инновацияларды ынталандырудың тиімді жүйесінің болмауы;
- кәсіпкерлік және бастамашылық мәдениеттің төмен деңгейі;
- инвестициялардың салалық құрылымындағы бұрмаланулар, мұнда инвестициялардың көп бөлігі көлік пен байланысқа, өңдеу өндірісіне бағытталса, ал экономиканың басқа салаларына инвестициялар әлдеқайда аз;
- компаниялардың құқықтық және салықтық міндеттемелерінің үлкен көлемі;
- әкімшілік (бюрократиялық) кедергілер.

ҚР-ның инвестициялық тартымдылығын арттыру үшін келесі шараларды жүзеге асыру орынды деп санаймыз:

1. Мемлекеттік-жекешелік әріптестікті кеңейту. Мемлекеттік билік органдары, бизнес пен халық арасындағы ынтымақтастықты дамыту қажет. Мемлекеттік-жекешелік әріптестік инвестициялық процестерді дамытудың маңызды бағыты болып табылады.

Бұл тұрғыда мемлекет айтарлықтай ресурстарға ие серіктес қана емес, сонымен бірге инвестициялық өзара әрекеттестіктің ұйымдастырушысы, реттеушісі және тапсырыс берушісі болып табылады.

Инвестициялық келісімдерді іске асыруда жеке капиталды, оның ішінде шетелдік инвестицияларды пайдалану мемлекеттік биліктің өңірлік органдарына аса маңызды әлеуметтік-экономикалық міндеттерді қосымша бюджет шығындарынсыз шешуге, сондай-ақ өңірдің бәсекеге қабілеттілігін арттыруға мүмкіндік береді.

Инфрақұрылымдық жобаларға жеке капиталдың қатысуын кеңейтудің басты шарттары мемлекеттік кепілдіктер беру және қолайлы іскерлік ахуалды қамтамасыз ету болып табылады.

2. Жекелеген аймақтардың даму ерекшеліктерін ескере отырып, өңірдің инвестициялық тартымдылығына Мемлекеттік әсер ету шараларының тиімді жүйесін қалыптастыру.

Қазақстанның аймақтарын шартты түрде дамыған (инвестициялық тартымды) және дамымаған (инвесторлар үшін тартымсыз) деп бөлу жағдайында олардың инвестициялық тартымдылығын арттырудың экономикалық тұтқалары мен ынталандыруларының жиынтығын саралауға болады (1-кесте).

Кесте 1. Аймақтардың инвестициялық тартымдылығын арттырудың экономикалық тұтқалары мен ынталандырулары

Аймақтар	Инвестициялық тартымдылықты арттыру үшін экономикалық тетіктер мен ынталандырулар жиынтығы	Әлеуметтік-экономикалық даму бағыттары
Әлсіз дамыған	Жалпы аймақтық мақсаттар мен міндеттерге назар аударып, басқарудың нарықтық тетіктерінің тиімді жұмыс істеуі үшін жалпы экономикалық және басқа алғышарттар мен жағдайлар жасау. Мемлекеттік реттеу шараларының қажеттілігі, мысалы: субсидиялар; субсидиялар; салықтық несиелер мен жеңілдіктер; арнайы қорлар құру арқылы қаржылық көмек көрсету.	Табиғи ресурстық, өндірістік, тұтынушылық, институционалдық потенциалды дамыту.
Дамыған	ҚР экономикалық өмірін ырықтандыру, жанама әрекеттің тұтқалары мен құралдарын пайдалана отырып, жекелеген компаниялар мен салалардың қызметіне мемлекеттің тікелей араласуын қысқарту, олар мыналарды қамтиды: инвестициялық жобаларды іске асырудағы әкімшілік кедергілерді азайту; инфрақұрылымға қол жеткізу процедураларын оңтайландыру; кедендік әкімшілендіруді жетілдіру; экономиканы жаңғырту мен инновациялық дамытуға инвестицияларды ынталандыруға бағытталған салық саясатының шаралары; инвестициялық қолдауды және инвесторлардың құқықтарын қорғауды үйлестіру.	Қол жеткізілген даму деңгейін сақтай отырып, инновациялық, еңбек, инфрақұрылымдық, зияткерлік әлеуетін дамыту.
Ескерту – кестені [3; 4; 5] дереккөздер негізінде автор құрастырған		

Аймақтардың инвестициялық тартымдылығын арттыру үшін экономикалық тұтқалар мен ынталандыруларды саралау аймақтық биліктің негізгі экономикалық және саяси функцияларының бірі болып табылатын аймақтың экономикасын дамытуға бағытталған инвестициялық қаражатты, оның ішінде бюджетті неғұрлым барабар бағыттауға және пайдалануға мүмкіндік береді.

3. ҚР-ң аумағында инвестициялық мегажобаларды іске асыру.

Мегажобалар - бұл түпкілікті өніммен өзара байланысты көптеген жобаларды қамтитын мақсатты инвестициялық бағдарламалар. Мұндай бағдарламалар халықаралық, мемлекеттік, аймақтық болуы мүмкін [6; 7].

Өңірлік мегажобалар деп өңірге елеулі және ұзақ мерзімді әсер ететін аса ірі көлемдегі жобалар түсініледі.

Мысалы, облыстардың аумағында кедендік-қойма, көлік-логистика, сауда және т.б. кешендерінің құрылысы бойынша инвестициялық мегажобаларды жүзеге асыру мүмкіндіктері бар.

Сонымен қатар, Қазақстанның айтарлықтай туристік әлеуетке ие екенін атап өткен жөн. Еліміздің экономикалық дамуының маңызды бағыттарының бірі болуы мүмкін туристік әлеуетті дамыту жөніндегі мегажобаларды іске асыру орынды. Ұлттық саябақтарға бару бағдарламалары туристердің барлық санаттарында сұранысқа ие және осы өнімдерге қызығушылық танытатын адамдардың жаңа туристік ағындарын бастауға қабілетті.

Қазақстанның инвестициялық тартымдылығын арттыру үшін қандай қадамдар жасау керектігін анықтау үшін ҚР-ның инвестициялық тартымдылығының күшті және әлсіз жақтарын бөліп көрсету керек (2-кесте).

Кесте 2. Қазақстанның инвестициялық тартымдылығының күшті және әлсіз жақтары

Күшті жақтары	Әлсіз жақтары
Макроэкономикалық орта	Қаржы жүйесі
Нарық мөлшері	Елдегі сыбайлас жемқорлық деңгейі
Қолайлы экономикалық-география-лық орналасуы	Инвесторларды қорғау
Табиғи ресурстардың болуы	Салық салу
Білікті мамандардың болуы	Бизнесті жүргізудің күрделілігі
	Инфрақұрылым
	Экология
	Жеткіліксіз дамыған инновациялық өндіріс
Ескерту – кестені зерттеу нәтижелері бойынша автор құрастырған	

Жоғарыда келтірілген мәліметтерден біздің мемлекетіміздің саяси және экономикалық күштері инвестиция саласындағы әлсіз жақтарға мұқият назар аударып, олардың шеңберін біртіндеп тарылтуы маңызды. Бұл жоғарыда айтылған проблемаларды шешу жөніндегі саясатты дұрыс әзірлеу, инвестицияларды мемлекеттік қолдау кезінде мүмкін болады. Осындай шешімдердің бірі, мысалы, инвестицияның сыртқы көздеріне мұқтаж кәсіпорындардың өндірістік қуаттарын жаңғырту үшін өз қаражатының жетіспеушілігі байқалатын саладағы инвестициялардың басым бағыты болуы мүмкін.

Инвестициялардың пайдалану бағыттары бойынша бөлінуін келесі 3-кестедегі деректерден көруге болады.

Кесте 3. Пайдалану бағыттары бойынша негізгі капиталға салынған инвестициялар

	2019 жыл	өткен жылға, % -бен	2020 жыл	өткен жылға, % -бен	2021 жыл	өткен жылға, % -бен
Барлығы	11 179 036	117,5	12 576 793	108,8	12 270 144	96,1
соның ішінде:						
Ауыл, орман және балық шаруашылығы	365 001	105,4	494 976	139,2	565 369	113,4
Өнеркәсіп	6 567 368	126,9	7 786 272	114,7	6 203 260	78,5
Кен өндіру өнеркәсібі және карьерлерді қазу	4 493 990	139,9	5 550 068	119,4	3 953 710	70,2
Өңдеу өнеркәсібі	1 241 914	119,7	1 017 089	79,2	1 077 819	104,4
Электрмен жабдықтау, газ, бу беру және ауа баптау	543 644	90,8	915 455	165,9	749 645	81,7
Сумен жабдықтау; кәріз жүйесі, қалдықтардың жиналуын және таратылуын бақылау	287 820	97,0	303 660	104,0	422 086	139,0
Құрылыс	114 244	118,2	122 513	104,0	128 772	103,1
Көтерме және бөлшек сауда; автомобильдерді және мотоциклдерді жөндеу	218 560	97,1	234 861	103,9	192 371	80,7
Көлік және қоймалау	1 453 136	109,5	1 223 766	83,1	1 311 117	107,1
Тұру және тамақтану бойынша қызметтер	192 132	136,7	148 385	74,7	143 236	95,1
Ақпарат және байланыс	99 246	119,6	103 483	102,7	168 996	162,5
Қаржы және сақтандыру қызметі	65 554	100,5	90 765	133,9	78 317	85,0
Жылжымайтын мүлікпен жасалатын операциялар	1 410 117	118,9	1 632 802	114,3	2 157 873	132,4
Кәсіби, ғылыми және техникалық қызмет	45 698	78,0	76 806	162,5	104 328	133,8
Әкімшілік және қосалқы қызмет көрсету саласындағы қызмет	142 435	96,3	102 909	69,9	147 411	141,1
Мемлекеттік басқару және қорғаныс; міндетті әлеуметтік қамтамасыз ету	57 415	96,4	51 876	87,4	87 606	166,4
Білім беру	205 265	75,9	209 162	100,5	297 263	142,1
Денсаулық сақтау және әлеуметтік қызметтер	113 229	115,1	126 494	110,1	301 911	237,5
Өнер, ойын-сауық және демалыс	104 210	127,8	155 896	144,7	351 043	221,8
Өзге де қызметтер түрлерін ұсыну	25 426	113,9	15 827	61,0	31 271	196,6
Ескерту – кесте [9] дереккөз негізінде құрастырылып, авторлармен есептелген						

Негізгі капиталға салынған инвестицияларға талдау жасай отырып, соңғы жылдары инвестициялардың жалпы көлемі өсіп, 2021 жылы 1227014414,9 млн. теңгені құрағанын атап өтуге болады.

Салаларға келетін болсақ, 2021 жылдың қорытындысы бойынша ауыл, орман және балық шаруашылығында 2,8 есе, кәсіби, ғылыми және техникалық қызмет саласында 2,6 есе өсу байқалды, ақпарат пен байланысқа 80,1%-ға, ал электрмен жабдықтауға 68,3%-ға көбірек инвестиция салынды. Өңдеу өнеркәсібіне салынған инвестициялар да айтарлықтай өсім көрсеткен. Өткен жылы инвесторлар бұл секторға 2020 жылға қарағанда 2 млрд долларға артық қаржы салды, өсім 65,4%-ды құрады.

Кесте 4. Негізгі капиталға салынған ішкі және сыртқы инвестициялар, мың теңге

	Негізгі капиталға салынған инвестициялар, барлығы	соның ішінде			
		ішкі	негізгі капиталға салынған инвестициялардың жалпы көлеміндегі ішкі инвестициялардың үлесі, пайызбен	сыртқы	негізгі капиталға салынған инвестициялардың жалпы көлеміндегі сыртқы инвестициялардың үлесі, пайызбен
Қазақстан Республикасы	13 221 446 157	10 308 136 271	78,0	2 913 309 887	22,0
Ақмола	499 130 578	450 767 201	90,3	48 363 378	9,7
Ақтөбе	815 618 927	595 414 118	73,0	220 204 809	27,0
Алматы	727 814 047	632 283 892	86,9	95 530 155	13,1
Атырау	2 926 100 535	1 919 736 459	65,6	1 006 364 077	34,4
Батыс Қазақстан	423 676 975	207 750 337	49,0	215 926 638	51,0
Жамбыл	409 923 352	293 547 434	71,6	116 375 918	28,4
Қарағанды	809 142 638	487 102 864	60,2	322 039 775	39,8
Қостанай	416 235 152	369 741 137	88,8	46 494 016	11,2
Қызылорда	302 842 263	220 201 686	72,7	82 640 578	27,3
Маңғыстау	627 100 638	559 993 887	89,3	67 106 751	10,7
Павлодар	592 848 543	508 625 358	85,8	84 223 186	14,2
Солтүстік Қазақстан	331 925 622	314 455 718	94,7	17 469 904	5,3
Түркістан	660 253 599	570 560 406	86,4	89 693 194	13,6
Шығыс Қазақстан	817 542 457	581 229 556	71,1	236 312 902	28,9
Нұр-Сұлтан қаласы	1 213 498 626	1 150 347 167	94,8	63 151 459	5,2
Алматы қаласы	1 185 739 258	1 010 622 508	85,2	175 116 750	14,8
Шымкент қаласы	462 052 947	435 756 547	94,3	26 296 401	5,7
Ескерту – кесте [9] дереккөз негізінде құрастырылып, авторлармен есептелген					

Қазақстан экономикасының инвестициялық саласын дамытудың маңызды шарты шетелдік инвестициялар болып табылады. Олардың ағыны өндірістің техникалық деңгейін арттыруға, шетелдік технологияларды тартуға, менеджмент пен маркетингтің әлемдік тәжірибесін қолдануға, ҚР экономикасын әлемдік экономикаға біріктіруге, салық базасын кеңейтуге және экспорттық өндірісті әртараптандыруға ықпал етеді. Шетелдік инвестициялар Қазақстанның әлеуметтік-экономикалық дамуын қаржыландыруда және инвестициялық әлеуетті қалыптастыруда маңызды рөл атқарады.

Елдер бөлінісінде Қазақстан экономикасына инвестициялар көлемі ең көп елдердің алғашқы бестігі өзгеріссіз қалып отыр. Олар: Нидерланды, АҚШ, Швейцария, Ресей және Қытай мемлекеттері. Осы аталған елдерден инвестициялар үлесі тартылған инвестициялардың жалпы көлемінің 68,3%-ын құрайды.

ҚР үшін 2021 жылғы топ-10 инвестор елдің қатарына жататындар: Нидерланды – 7,0 млрд доллар; АҚШ доллары – 2,8 млрд доллар; Швейцария – 2,6 млрд доллар; РФ – 1,9 млрд доллар; Қытай – 1,8 млрд доллар; Бельгия – 1,06 млрд доллар; Ұлыбритания – 1,02 млрд доллар;

Оңтүстік Корея – 805,5 млн доллар; Түркия – 679,5 млн доллар; Франция – 603,1 млн доллар [9].

Қазақстанда инвестициялық қызметті мемлекеттік қолдаудың негізгі нысандарының құрамында мемлекеттік инновациялық саясатты іске асыру үшін инвестициялар тартуды қамтамасыз ететін ұйымдар мен қажетті экономикалық жағдайлар жасаудың қажеттілігі туралы атап өткіміз келеді.

Осылайша, инвестициялық қызметті дамытуды мемлекеттік қолдау кәсіпорындарға өздерінің негізгі қорларын жаңарту, өндірісті әртараптандыруды кеңейту және экономикалық қызметінің қаржылық тұрақтылығын одан әрі қамтамасыз ету мақсатында инвестициялар тартуды жандандыруға мүмкіндік береді.

Сонымен, Қазақстан экономикасы және оның 2021 жылға инвестициялық тартымдылығы дамудың оң тенденцияларын көрсетіп отыр. Ауыр әлемдік саяси жағдай бір жағынан экономиканың өсу қарқынын төмендетеді, ал екінші жағынан жаңа қаржыландыру көздерін, жаңа өндірістік және сауда серіктестерін іздеуге әкеледі. Мұның бәрі әлеуетті инвесторлар шеңберін кеңейтуге мүмкіндік береді. Осыған қарамастан, Қазақстан Республикасының инвестициялық тартымдылығы басқа әлемдік державалармен салыстырғанда әлі де төмен деңгейде. Сондықтан Қазақстан инвестициялық тартымдылықтың жағдайын ішінен жақсартып, келесі қадамдарды жасауы керек:

1. Ұлттық заңнаманың тиімділігін арттыру және бюрократияның жоғары деңгейін төмендету арқылы, сондай-ақ кәсіпкерлік қызметті реттеу жүйесінің ашықтығы есебінен әкімшілік кедергілерді қысқарту.

2. Шетелдік және қазақстандық компаниялар арасындағы инновациялар саласындағы ҒЗТҚЖ дамыту.

3. Олардың инвестициялық тартымдылығын арттыру үшін ҚР аймақтарының теңгерімді дамуын қамтамасыз ету.

4. Шетелдік университеттермен бірлесіп инновациялық бағдарламаларды жүргізу және мамандықтар тізімін кеңейту есебінен бизнес-білім беруді жетілдіру.

5. Жаңа инвесторларды тарту үшін экономиканың ашықтығын қамтамасыз ету.

6. Стартаптарды қолдау үшін қажетті инфрақұрылымды қаржыландыру және дамыту.

7. Шикізаттық бағдарды төмендетіп, экономиканы әртараптандыру, инвестицияларды өңдеу секторы мен инновациялық салаларға бағыттау маңызды.

8. Ел экономикасын дамытудағы инвестициялардың рөлін тиімді маркетингтік ілгерілету үшін іс-шараларды кешенді іске асыру.

Қазақстан экономикасында инвестициялар нарығы ерекше маңызға ие, оның басты міндеті – кәсіпорындарға инвестициялар тарту, кәсіпорындардың акционерлік, банктік және жеке капиталға қол жетімділігін қамтамасыз ету. Инвестициялық нарық сонымен бірге Қазақстан экономикасына ұсақ инвесторлардың қаражатын тартуға, бюджеттің шығыс бөлігін инфляциялық емес қаржыландыруға қол жеткізуге бағытталған, бұл сайып келгенде экономиканың қаржылық тұрақтануына, оның құрылымдық қайта құрылуына, өндіріс тиімділігі мен экономикалық өсуді қамтамасыз етуге ықпал етеді.

Инвестициялық сұраныс пен инвестициялық ұсыныс, сондай-ақ инвестициялық мақсаттарға капиталдың сұранысы мен ұсынысы инвестициялық қызметтің нақты субъектілерінде дербестендіріледі, оларға құндылықтарды салу туралы шешім қабылдайтын, салымшылар, сатып алушылар, тапсырыс берушілер рөлін атқаратын инвесторлар да, инвестицияларды жүзеге асыруды қамтамасыз ететін инвестициялық қызметке қатысушылар да жатқызылуы тиіс.

Инвестициялық қызмет субъектілері инвестициялық нарықтар арқылы белгілі бір қатынастарға түсе отырып, инвестициялық ұсыныс пен инвестициялық сұранысты жүзеге асырады.

Макроэкономикалық жағдайды және соңғы жылдардағы инвестициялық саясатты талдау халық шаруашылығындағы дағдарыстық жағдайды еңсеру және оның өсуін қамтамасыз ету үшін, ең алдымен, инвестициялық нарықты бірінші кезекте дамыту қажет деген қорытынды жасауға мүмкіндік берді.

Біздің пікірімізше, қазақстандық инвестициялық нарықтың жандануын, жұмыс істеуі мен дамуын тежейтін маңызды себептердің бірі – нарықтың жай-күйі туралы макроэкономикалық және микроэкономикалық ақпараттың болмауы, тәуекелдің жоғары деңгейі және аймақтық нарықтардың дамымауы.

Өңірлік аспектіде инвестициялық саясат стратегиясын әзірлеу кезінде әрбір өңірдің инвестициялық әлеуетін және оның мемлекеттік ауқымда жүзеге асырылуына ұқсас инвестициялық тәуекелді ескеру ұсынылады. Сондықтан аймақтың инвестициялық әлеуетінің барлық компоненттерін, яғни ресурстық-шикізат, еңбек, өндірістік, инновациялық, институционалдық, қаржылық, инфрақұрылымдық және тұтынушылық және т.б. ескеру қажет.

Инвестициялық нарықты дамытуды ынталандыратын шаралардың кешенді жүйесін әзірлеуді орынды деп санаймыз. Өз кезегінде бұл жүйе мыналарды қамтуы керек:

- инвестицияларға жеңілдікті салық салу;
- салық ауыртпалығын өндірістен тауар, ақша айналымы, тұтыну және жинақтау саласына ауыстыру;
- конкурстық іріктеуден өткен инвестициялық жобаларға жеңілдікті кредиттер беру;
- инвестицияларға мақсатты несиелер бөлу.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі

1. Асилова А.С. *Инвестиция негіздері: Оқулық / А.С. Асилова. – Алматы: «Master Print» баспасы, 2019. – 115 б.*

2. *Өңірлерді дамытудың 2020 - 2025 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасын бекіту туралы / Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2019 жылғы 27 желтоқсандағы № 990 Қаулысы*

3. Колмыкова Т.С. *Инвестиционный анализ: учеб. пособие./ Т.С. Колмыкова М.: Инфра – М, 2015. – С.208.*

4. Онегова К.П. *Управление инвестиционной привлекательностью корпорации // Международный студенческий научный вестник. 2016. № 2. – С. 23–30.*

5. Бараненко С.П., Бусыгин К.Д. *Сущность и экономическое содержание понятий «инвестиционная активность» и «инвестиционная привлекательность» [Текст] // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук, 2015, № 1.*

6. Лаврухина, Н.В. *Методы и модели оценки инвестиционной привлекательности предприятия / Н.В. Лаврухина // Теория и практика общественного развития. – 2014. – №8. – С.113.*

7. [Электрон.ресурс]. – URL: <https://ru.wikipedia.org/Меганпроекты>. дата обращения 20.03.2022.

8. Байчорова К.Ю. *ПРОБЛЕМЫ ИНВЕСТИРОВАНИЯ В МЕГАПРОЕКТЫ // Материалы VII Международной студенческой научной конференции «Студенческий научный форум». [Электрон.ресурс]. – 2006. URL: https://scienceforum.ru/2015/article/2015017068 (дата обращения: 02.05.2022)*

9. *Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігі Ұлттық статистика бюросының ресми сайты. [Электрон.ресурс]. –URL: // <https://stat.gov.kz>. (дата обращения: 02.05.2022)*

ГРНТИ 06.35.31

С. Ошанбай, ¹У.К. Джакишева ¹

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

ТІРКЕЛГЕН АКТИВТЕР

Аңдатпа

Тіркелген активтер – негізгі құралдарды қоспағандағы, Қазақстан Республикасының бухгалтерлік есебінің және қаржылық есептілігінің заңнамасына, және де бухгалтерлік есептің стандарттарына байланысты салық төлеушілердің баланстарында есепке алынатын және жылдық жиынтық кірістерді алу үшін пайдаланылатын негізгі құралдар мен материалдық емес активтер. Міндетті төлем төлеушінің бухгалтерлік есебіне түсуі кезінде есепке алынған және есепті немесе есепті кезеңде табыс алуға бағытталған қызметте пайдалануға арналған негізгі құралдар, жылжымайтын мүлікке инвестициялар, материалдық емес және биологиялық активтер. Коммерциялық пайда табудан кейін өндіру басталғанға дейін жер қойнауын пайдаланушы пайдалануға енгізген материалдық емес активтер. Тіркелген активтердің құны қолданыстағы Салық кодексінде белгіленген тәртіппен және шарттарда амортизациялық аударымдарды есептеу арқылы шегерімге жатқызылады, және осы бойынша амортизациялық аударымдарды есептеу амортизациялық кіші топтар бойынша жүргізіледі. Тіркелген активтердегі амортизациялық аударымдарды айқындау үшін Есепті кезең салық жылы болып табылады. Амортизациялық аударымдарды есептеу үшін салық төлеуші қолданатын кезең, сондай-ақ амортизацияның белгіленген нормалары салық жылы ішінде өзгертуге жатпайды

Түйін сөздер: тіркелген активтер, баланс, шығын, негізгі құралдар, бухгалтерлік есеп, салық, амортизация.

Ошанбай С., ¹Джакишева У.К. ¹

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

ФИКСИРОВАННЫЕ АКТИВЫ

Аннотация

Фиксированные активы-основные средства и нематериальные активы, учитываемые на балансах налогоплательщиков и используемые для получения совокупных годовых доходов в зависимости от законодательства бухгалтерского учета и финансовой отчетности Республики Казахстан, а также стандартов бухгалтерского учета, за исключением основных средств. Основные средства, инвестиции в недвижимость, нематериальные и биологические активы, учтенные при поступлении на бухгалтерский учет плательщика обязательных платежей и предназначенные для использования в деятельности, направленной на получение дохода в отчетном или отчетном периоде. Нематериальные активы, введенные недропользователем в эксплуатацию до начала добычи после получения коммерческой прибыли. Стоимость фиксированных активов относится на вычеты путем начисления амортизационных отчислений в порядке и на условиях, установленных действующим Налоговым кодексом, и начисление амортизационных отчислений по ним производится по амортизационным подгруппам. Отчетным периодом для определения амортизационных отчислений в фиксированных активах является налоговый год. Период, применяемый налогоплательщиком для исчисления амортизационных отчислений, а также установленные нормы амортизации в течение налогового года изменению не подлежат.

Ключевые слова: фиксированные активы, баланс, убыток, основные средства, Бухгалтерский учет, налоги, амортизация.

S.Oshanbay¹, Dzhakisheva U.K.¹

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

FIXED ASSETS

Abstract

Fixed assets - fixed assets and intangible assets accounted for on taxpayers' balance sheets and used to generate total annual income, depending on the legislation on accounting and financial reporting of the Republic of Kazakhstan, as well as accounting standards, with the exception of fixed assets. Fixed assets, investments in real estate, intangible and biological assets that are taken into account when the payer of mandatory payments enters accounting and are intended for use in activities aimed at generating income in the reporting or reporting period. Intangible assets put into operation by a subsurface user before the start of production after receiving commercial profit. The value of fixed assets is deducted by accruing depreciation charges in accordance with the procedure and conditions established by the current Tax Code, and depreciation charges for them are calculated by depreciation subgroups. The reporting period for determining depreciation charges in fixed assets is the tax year. The period used by the taxpayer for calculating depreciation deductions, as well as the established depreciation rates during the tax year are not subject to change.

Keywords: fixed assets, balance sheet, expenses, fixed assets, accounting, tax, depreciation.

Тіркелген актив – өндірісте пайдалануға, тауарларды (жұмыстарды, қызметтерді) жеткізуге, лизингке немесе әкімшілік мақсаттарға пайдалануға арналған қызмет ету мерзімі бір жылдан асатын материалдық активтер, сондай-ақ Қазақстан Республикасының заңнамасында айқындалған инвестициялық жылжымайтын мүлік бухгалтерлік есеп және қаржылық есеп беру және халықаралық қаржылық есептілік стандарттары бойынша жүргізіледі. [1]

Баланста активтерді құрудың негізгі принциптерін қарастырамыз, яғни компанияның кейбір шығындарын немесе болашақ табыстарын капиталдандыру. Кез келген компания өз қызметі барысында шығындарға ұшырайды. Бұл жалақыны төлеу немесе өндіріске арналған тауарларды немесе материалдарды сатып алу немесе жабдықты сатып алу болуы мүмкін. Мұндай шығындарды тіркеу кезінде компанияның екі нұсқасы бар:

– бұл шығындарды ағымдағы кезең табысының төмендеуіне жатқызу (шығын – іс жүзінде «шығын»деп жиі айтады);

– шығындарды капиталдандыру, яғни бұл шығындарды баланстағы активтің ұлғаюына айналдыру, содан кейін оларды келешектегі пайданың төмендеуіне бірте-бірте жатқызылуы[2].

Таңдаудың ең жақсы жолы қашан? Сұрақ бос емес, өйткені ол компанияның қаржылық есеп беруінде көрсететін пайдасына байланысты. Өнеркәсіптік дистрибьюторлардың мысалынан біз компанияның өмір сүруі менеджерлерге бонустарды айтпағанда, қаржылық нәтижеге байланысты болатынын көрдік. Шығындарды пайдаға жатқызу оны бірден және айтарлықтай төмендетеді, сондықтан компания менеджерлері көбінесе осы пайданы ұлғайту үшін шығындардың бір бөлігін капиталдандыруға азғырылады. Бұл жағдайда мұндай шығындардың пайдаға әсері уақыт өте келе (содан кейін және аздап) «жағылған» болады, бұл компанияның ағымдағы кірісіне соншалықты әсер етпейді.

Компания шығындарды капиталдандыру немесе өтеу керек негізгі принциптерді көрсетейік:

- капиталдандыру (баланстағы активті құру):

- ақшаны жұмсайтын нәрсе болашақта пайда әкелетін жағдайда:

мысалы: жабдықтар, ғимараттар, бағдарламалық қамтамасыз ету, компьютерлер, алдын ала төленген кеңсе жалдау;

- икспенсии (ағымдағы кезең кірісінің азаюы үшін есептен шығарамыз):

- ағымдағы кезеңде біз бірден пайда алған жағдайда:

мысалы: телефон қоңыраулары, коммерциялық шығындар (шығындар) сату – іссапарлар, жарнамалар және т.б.);

- пайда белгісіз болған кезде:

мысал: ғылыми-зерттеу және тәжірибелік-конструкторлық шығындар;

- пайда мен шығындар аз болған кезде:

мысалы: кеңсе керек-жарақтары, қымбат емес комбинезондар, мысалы, медициналық халаттар.

Кейінірек осы тарауда біз негізгі құралдарды егжей-тегжейлі қарастырамыз, яғни. дәл сол ғимараттар, жабдықтар және басқа да «қымбат заттар»[3].

Негізгі құралдар - бұл компанияның өте қымбат сатып алуы (әдетте, кем дегенде бірнеше ондаған мың теңге), бұл оған әкелуі керек ұзақ уақыт бойы келген (әдетте бір жылдан астам) пайда.

Негізгі құралдардың мысалдары (мен олардың кейбіреулерін атап өттім):

- Жер;

- құрылыс;

- күрделі машиналар, мысалға мен ұшақтар, автомобильдер компьютерлер және т.б

Негізгі құралдардың есебі туралы айтқанда бізді мынадай сұрақтар қызықтырады.

1. Негізгі құралды сатып алу бізге қаншаға кетті (бірінші бастапқы құны)?

2. Біз активті күтілетін қызмет ету мерзімінің соңында қаншаға сатамыз (немесе бухгалтерлік есеппен айтқанда, оның пайдалы қызмет ету мерзімінің соңында оның құтқару құны қандай болады)?

3. Біз негізгі құралды қанша уақытқа дейін пайдаланамыз (мерзім 0 пайдалы қызмет мерзімі - пайдалы қызмет мерзімі)?

4. Біз қандай амортизация әдісін қолданамыз?

Негізгі құралдардың өмірлік циклін бір-бірден қарастырайық:

- сатып алу;

- пайдалану;

- жаңғырту (кейде);

- есептен шығару немесе сату[4].

Компаниялар өз өнімдерін/қызметтерін өндіру және өткізу үшін негізгі құралдарды пайдаланады. Біртіндеп негізгі қорлар тозып, істен шығады. Олардың нарықтық құны төмендеп барады. Активтер қатарындағы көрсеткіш кәсіпорын активтерінің нақты құнын көрсетуі керек болғандықтан, мынадай сұрақ туындады: негізгі құралдар құнының төмендеуімен не істеу керек? Баланстың теңдігі туралы есімізде – егер ол төмендесе активтердің саны, бұл төмендеудің көзі болуы керек. Активтердің азаюының көзі кәсіпорынның меншікті капиталы, атап айтқанда оның жинақталған пайдасы (дәлірек айтқанда, есепті кезеңдегі пайдасы) болды. Міне, адамзат амортизацияны ойлап тапты (ағылшын тілінде амортизация деген үш түрлі сөз бар: материалдық активтер үшін

амортизация, табиғи ресурстар үшін сарқылу және материалдық емес активтер үшін амортизация).

Амортизация – бұл негізгі құралдардың бастапқы құнынан кезеңді түрде шегерілетін, уақыт өте келе актив құнының төмендеуін көрсетеді. Амортизацияны есептеудің логикасы қандай? Мысалы, біз компьютерді 40 000 теңгеге сатып алдық, оны 4 жыл пайдаланамыз, содан кейін оны тастаймыз деп жоспарлап отырмыз. Бұл жағдайда біз 4 жыл ішінде компьютердің барлық пайдалы құнын (40 000 теңге) бірте-бірте таусамыз, яғни. 10 000 теңгеге жылына. Бұл біздің жылдық амортизация сомасы болады. Амортизация біздің активтеріміздің құнын төмендетеді және баланстың актив жағында көрсетіледі.

Амортизация негізгі құрал пайдалануға берілгеннен кейін ғана басталатынын атап өткен жөн. Мысалы, құрылысшының айтуы бойынша құрылысы бірнеше жылға созылуы мүмкін объектілері құрылыстың барлық кезеңінде амортизацияланбайды. Осы уақыт ішінде нысанның құны «Аяқталмаған құрылыс» активтер бабы бойынша «жинақталады» болады.

Қаржылық есепте амортизация қалай есептеледі? Рұқсат етілген үш әдіс бар:

- амортизацияның сызықтық әдісі (түзу);
- пайдалы пайдалану әдісі (өндіріс бірліктері).

Амортизацияның сызықтық әдісі. Бұл әдісті қолдану арқылы амортизация сатып алу құнынан пайдалы қызмет мерзімінің соңындағы (сақтау құны) пайдалы қызмет мерзімі ішінде біркелкі есептеледі. Активтің ағымдағы қалдық құны активтің жинақталған амортизациясын алып тастағандағы өзіндік құн болып табылады.

Мысал: Hertz - автокөлік жалдау компаниясы. Ол жаңа көліктерді 30 000 долларға сатып алады, оларды тұтынушыларға жалға береді, содан кейін екі жылдан кейін оларды 15 000 долларға сатады. Автокөлік пайдаланудың бірінші жылында қанша құнсызданады? Бірінші жылдан кейін автомобильдің қалдық құны қандай болады?

Жауап: Бастапқы құны 30 000 доллар, қалдық құны 15 000 доллар, қызмет ету мерзімі 2 жыл. Тиісінше, 15 000 доллар екі жыл ішінде құнсызданады, яғни. бірінші жылдағы амортизация $\$15,000/2 = \$7,500$. Жалға алудың бірінші жылынан кейінгі көліктің қалдық құны $\$30,000 - \$7,500 = \$22,500$ болады.

Баланстың төмендеуі әдісі. Бұл әдіспен әрбір кезеңдегі амортизация сомасы белгілі бір пайызға көбейтілген таза баланстық құнға тең. Герц автомобильді төмендеу балансы әдісін қолдана отырып, айталық, 30% мөлшерлеменен амортизациялады делік. Бұл жағдайда бірінші жылдағы амортизация $\$30,000 \times 30\% = \$9,000$, қалдық құны болады бірінші жылдан кейін автомобиль: $\$30,000 - \$9,000 = \$21,000$ Екінші жылы амортизация $\$21,000 \times 30\% = \$6,300$, қалдық құны: $\$21,000 - \$6,300 = \$14,700$ және т.б.

Бұл әдісті пайдаланған кезде сіз қызмет ету мерзімінің соңындағы қалдық құнға немесе қызмет ету мерзімінің өзіне бұдан былай алаңдамайтыныңызды ескеріңіз. Жыл сайын амортизация жыл басындағы қалдық құн бойынша есептеледі.

Пайдалы пайдалану әдісі. Бұл әдіспен амортизация кейбір табиғи көрсеткіш негізінде есептеледі, мысалы, жабдықты пайдаланудың машина сағаты немесе автомобильдің жүгірісі. Мысалы, Герц автокөлік сатылғанға дейін 50 000 км жол жүреді деп есептейді. Қолданудан кейінгі қалдық құны \$15 000. Бірінші жылы машина 20 000 км жүрді.

Бұл жағдайда тағы да 50 000 км үшін 15 000 доллар амортизациялануы керек. Бұл 15 000 доллардың бөлінуі көлік жүргізген нақты километрлерге негізделеді. Біздің мысалда амортизация келесідей есептеледі:

$$\$15,000 \times (20,000/50,000) = \$6,000$$

Жоғарыда біз амортизацияның негізгі рөлі кәсіпорынның пайдасына негізгі қорларды сатып алу құнын біркелкі бөлу екенін айттық. Дегенмен, амортизацияның да екінші, одан кем емес маңызды рөлі бар - бұл салық рөлі. Экономиканы дамыту барысында мемлекет кәсіпорындарды техника мен еңбек құралдарын дамытуға және жаңартуға қандай да бір түрде ынталандыруға тырысты. Әрине, мемлекетті ынталандыратын негізгі құрал салықтар болып табылады. Салықтарды қысқарту арқылы мемлекет компанияларға жаңа, заманауи және өнімдірек құрал-жабдықтарды сатып алу үшін қосымша қаражат «қалдыруда». Компанияларға амортизацияны салық салуды азайту ретінде шегеруге мүмкіндік беретін қарапайым схема ойлап табылды. Мысалы, компания 100 теңге салық төлегенге дейін пайда алды. Табыс салығы 25% құрайды. Компания 25 теңге төлеуі керек сияқты. салықтар. Бірақ егер компанияның амортизациясы 50 теңге болса, онда компания тек $(100 - 50) \times 25\% = 12,5$ теңге салық төлейді.

Бұл жерде бір нюанс бар, оны біз салықтар туралы тарауда толығырақ қарастырамыз. Инвесторлар үшін компанияның қаржылық есеп беруінде көрсетілген амортизация туралы айтқанда, біз «нақты» амортизация туралы айтамыз. Мұндай амортизацияның мақсаты компания қызметінің қыр-сырлары тұрғысынан оның негізгі қорларының құнын алынған кіріске бөлу, сондай-ақ компания активтерінің құнын шындыққа жақын көрсету үшін ең дұрыс болып табылады. Сондықтан «нақты» амортизация үшін негізгі құралдардың қызмет ету мерзімін, қызмет ету мерзімінің соңындағы негізгі құралдың жоспарланған қалдық құнын, негізгі құралды пайдаланудың қыр-сырын көрсететін амортизацияның ең жақсы әдісін дұрыс анықтау маңызды. Бұл жерде маневр жасауға мүмкіндік бар. «Салық» амортизациясына (табыс салығын азайту үшін салық салынатын табыстан шегерілетін амортизация сомасы) келетін болсақ, оны есептеу ережелері әдетте бір мағыналы және қатаң болып табылады. Оларды өзгерту мүмкін емес. Компания олардың соңынан ереді. Нәтижесінде «дұрыс» және «салық» амортизациясының сомалары әртүрлі болуы мүмкін, кейде айтарлықтай айтарлықтай. Нәтижесінде компаниялар амортизацияны қаржылық есеп беру мақсаттары үшін «екі есе», тағы бір рет салық салу мақсатында тіркейді [5].

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі

1. Лукасевич И.Я. «Анализ финансовых операций», И.Я. Лукасевич.– «Финансы», Москва, 1998 г. – С.400.
2. «Технический анализ товарных и финансовых рынков»/ А. Эрлих, «ИНФРА-М», Москва, 1996 г. – С.176.
3. Герасименко А. «Финансовая отчетность», / А. Герасименко Москва 2020. 430 с.
4. Сергеева Т. Ю. "Основные средства: бухгалтерский и налоговый учет" / Т. Ю. Сергеева 2008 год. Москва. – С.198.
5. Касьянова Г. Ю. Амортизация основных средств: бухгалтерская и налоговая. Касьянова Г. Ю., Москва 2013 год. – С.107.

АВТОРЛАР ТУРАЛЫ МӘЛІМЕТ

Капаева А.Е. – Абай атындағы ҚазҰПУ-нің «Маркетинг» мамандығының магистранты

Джубалиева З.У. – Абай атындағы ҚазҰПУ-нің аға оқытушысы, э.ғ.к.

Кошкарбаев К.У. – Абай атындағы ҚазҰПУ-нің доценті, э.ғ.д.

Ли Яо – Абай атындағы ҚазҰПУ-нің «Қаржы» мамандығының магистранты

Гао Вэньпин. – Абай атындағы ҚазҰПУ-нің «Менеджмент» мамандығының магистранты

Канабекова М.А. – Абай атындағы ҚазҰПУ-нің аға оқытушысы, э.ғ.к.

Тын Да. – Абай атындағы ҚазҰПУ-нің «Экономика» мамандығының магистранты

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

Дин Шитун – Абай атындағы ҚазҰПУ-нің «Менеджмент» мамандығының магистранты

Кусман И. – Абай атындағы ҚазҰПУ-нің «Есеп және аудит» мамандығының магистранты

Джакишева У.К. – Абай атындағы ҚазҰПУ-нің аға оқытушысы, э.ғ.к.

Го Пэн. – Абай атындағы ҚазҰПУ-нің «Менеджмент» мамандығының магистранты

Ли Вэньтао – Абай атындағы ҚазҰПУ-нің «Қаржы» мамандығының магистранты

Телагусова – Э.О. Абай атындағы ҚазҰПУ-нің аға оқытушысы, э.ғ.к.

У Тау – Абай атындағы ҚазҰПУ – нің «Менеджмент» мамандығының магистранты ,

Оралбаева Ж.З. – Абай атындағы ҚазҰПУ-нің аға оқытушысы, э.ғ.к.

Ли Сянмин – Абай атындағы ҚазҰПУ-нің «Менеджмент» мамандығының магистранты

Азбергенова Р.Б. – Абай атындағы ҚазҰПУ-нің аға оқытушысы

Фан Лунфэй. – Абай атындағы ҚазҰПУ-нің «Қаржы» мамандығының магистранты

Чжоу Шень Эн. – Абай атындағы ҚазҰПУ-нің «Менеджмент» мамандығының магистранты

Нұрғалиқызы Ж. – Каспийский университетінің "Корпоративтік менеджмент" мамандығының магистранты

Каримова М.Д. – Абай атындағы ҚазҰПУ – PhD, қауымдастырылған профессор

Сапарбаева А.М. – Абай атындағы ҚазҰПУ-нің аға оқытушысы

Ошанбай С. – Абай атындағы ҚазҰПУ-нің «Есеп және аудит» мамандығының магистранты

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Капаева А.Е. – магистрант КазНПУ имени Абая, специальность «Маркетинг»

Джубалиева З.У. – к.э.н, ст.преподаватель КазНПУ имени Абая

Кошкарбаев К.У. – д.э.н, доцент КазНПУ имени Абая

Ли Яо – магистрант КазНПУ имени Абая, специальность «Финансы»

Гао Вэньпин – магистрант КазНПУ имени Абая, специальность «Менеджмент»

Канабекова М.А. – к.э.н, ст.преподаватель КазНПУ имени Абая

Тын Да. – магистрант КазНПУ имени Абая, специальность «Экономика»

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

Дин Шитун – магистрант КазНПУ имени Абая, специальность «Менеджмент»

Кусман И. – магистрант КазНПУ имени Абая, специальность «Учет и аудит»

Джакишева У.К. – к.э.н, ст.преподаватель КазНПУ имени Абая

Го Пэн. – магистрант КазНПУ имени Абая, специальность «Менеджмент»

Ли Вэньтао – магистрант КазНПУ имени Абая, специальность «Финансы»

Телагусова Э.О. – к.э.н, ст.преподаватель КазНПУ имени Абая

У Тау – магистрант КазНПУ имени Абая, специальность «Менеджмент»

Оралбаева Ж.З. – к.э.н, ст.преподаватель КазНПУ имени Абая

Ли Сянмин – магистрант КазНПУ имени Абая, специальность «Менеджмент»

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

Фан Лунфэй. – магистрант КазНПУ имени Абая, специальность «Қаржы»

Чжоу Шень Эн. – магистрант КазНПУ имени Абая, специальность «Менеджмент»

Нұрғалиқызы Ж. – магистрант Каспийского университета Специальность «Корпоративный менеджмент»

Каримова М.Д. – PhD, ассоциированный профессор КазНПУ имени Абая

Сапарбаева А.М. – ст.преподаватель КазНПУ имени Абая

Ошанбай С – магистрант КазНПУ имени Абая, специальность «Учет и аудит»

INFORMATION ABOUT AUTHORS

Карыева А.Е. – master's student of Abai Kaznpu, specialty "Marketing"

Dzhubalieva Z.U. – candidate of Economic Sciences, Senior lecturer, Kazakh National Pedagogical university named after Abay

Koshkarbayev K. – Doctor of Economics, Associate Professor of Abai KazNPU

Li Yao. – master's student of Abai Kaznpu, specialty "Finance"

Gao Wenping. – master's student of KazNPU named after Abai, specialty "Management"

Kanabekova M.A. – candidate of Economic Sciences, Senior lecturer, Kazakh National Pedagogical university named after Abay

Ding Da. – master's student of KazNPU named after Abai, specialty "Economics"

Izeyev S.N. – candidate of Economic Sciences, Senior lecturer, Kazakh National Pedagogical university named after Abay

Ding Shitong – master's student of KazNPU named after Abai, specialty "Management"

Kusman Inqkar – master's student of Abai Kaznpu, specialty "Accounting and audit"

Dzhakisheva U.K. – candidate of Economic Sciences, Senior lecturer, Kazakh National Pedagogical university named after Abay

Guo Peng – master's student of KazNPU named after Abai, specialty "Management"

Li Wentao – master's student of Abai Kaznpu, specialty "Finance"

Telagussova E.O. – candidate of Economic Sciences, Senior lecturer, Kazakh National Pedagogical university named after Abay

U Tau – master's student of KazNPU named after Abai, specialty "Management"

Oralbaeva Zh.Z. – candidate of Economic Sciences, Senior lecturer, Kazakh National Pedagogical university named after Abay

Li Xiangming – master's student of KazNPU named after Abai, specialty "Management"

Azbergenova R.B. – candidate of Economic Sciences, Associate Professor of Abai KazNPU

Fang Longfei. – master's student of Abai Kaznpu, specialty "Finance"

Zhou Shengen. – master's student of KazNPU named after Abai, specialty "Management"

Nurgalikyzy Zh. – master's student, Caspian University. Specialty "Corporate Management"

Karimova M.D. – PhD, Associate Professor Kazakh National Pedagogical university named after Abay

Saparbayeva A.M. – senior lecturer of Abai KazNPU

Oshanbay S. – master's student of Abai Kaznpu, specialty "Accounting and audit"