

**MATERIÁLY**  
**XV MEZINÁRODNÍ VĚDECKO - PRAKTICKÁ**  
**KONFERENCE**

**VĚDA A TECHNOLOGIE: KROK DO**  
**BUDOUCNOSTI -2019**

22 - 28 února 2019 r.

**Volume 4**  
Ekonomika

Praha  
Publishing House «Education and Science»  
2019

Vydáno Publishing House «Education and Science»,  
Frýdlanská 15/1314, Praha 8  
Spolu s DSP SHID, Berdianskaja 61 B, Dnepropetrovsk

Materiály XV Mezinárodní vědecko - praktická konference «Věda a  
technologie: krok do budoucnosti -2019», Volume 4 : Praha. Publishing  
House «Education and Science» -112 s.

Šéfredaktor: Prof. JUDr Zdenák Černák

Náměstek hlavního redaktora: Mgr. Alena Pelicánová

Zodpovědný za vydání: Mgr. Jana Štefko

Manažer: Mgr. Helena Žáková

Technický pracovník: Bc. Kateřina Zahradníková

**Materiály XV Mezinárodní vědecko - praktická konference ,  
«Věda a technologie: krok do budoucnosti -2019» po Ekonomika.**

For students, research workers.

Pro studentů, aspirantů a vědeckých pracovníků

Cena 50 Kč

ISBN 978-966-8736-05-6

© Authors , 2019

© Publishing House «Education and Science» , 2019

## EKONOMICKÉ VĚDY

### Podniková ekonomika

**Д.е.н Орлов В. М., д.е.н Петрашевська А. Д., Затовська Л. Л.**

*Одеська національна академія зв'язку ім. О.С. Попова, Україна*

### **ВПЛИВ СУЧАСНИХ ПРОЦЕСІВ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ НА УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Нові інформаційні технології все більше проникають в кожен сектор економіки і допомагають підприємцям ефективно вести свій бізнес, а покупцям - отримувати якісні товари та послуги.

У сучасному суспільстві інформаційні технології є універсальним інструментарієм в управлінні організаціями всіх типів, що діють в багатьох сферах. Основні функції сучасних інформаційних технологій управління підприємствами - збір, зберігання, пошук, систематизація та обробка необхідних даних для всіх сфер суспільного життя, вироблення нової інформації, рішення тих чи інших оптимізаційних задач [1].

Також, на даний момент, процеси діджиталізації закономірно трансформують як повсякденне життя людей, так і бізнес. Працювати в цифровій реальності, використовуючи колишні моделі і бізнес-процеси, вже не є ефективним. Діджиталізація - в загальному значенні переклад інформації з аналогових форматів в цифрові формати, перетворення інформації в цифрову форму. Простими словами, це оцифровка тексту, звуку і відео. Вона дозволяє переводити величезний обсяг інформації в одиниці і нулі - мову, зрозумілу комп'ютеру.

До основних переваг використання інформаційних технологій, що базуються на процесах діджиталізації в управлінні підприємством можна віднести:

- оптимізації робочого процесу за допомогою впровадження принципово нових програмно-апаратних рішень;
- зниження впливу людського фактора;
- поліпшення праці людини;
- зменшення паперової роботи;

- підвищення точність інформації, важливої для прийняття ключових рішень;
- зниження витрати на заробітню плату тощо [2].

Інформаційні системи і технології дійсно перетворюються в ресурс, який може радикально вплинути на структуру підприємства, надати нові види послуг для клієнтів фірми; відкрити нові засоби комунікацій як в самому підприємстві (компанії), так і за її межами і т.д [3]. Даний ресурс є основним фактором, що формує конкурентоспроможність підприємства. Це пов'язано з тим, що практично всі підприємства і організації, що належать до тієї чи іншої галузі, пов'язані між собою прямими або непрямыми зв'язками, в зв'язку з цим, між ними відбувається перехресний обмін даними, результатами діяльності підприємства .

Так, використовуючи нові технології доступу до інформації, її обробки і зберігання бізнесмени зможуть працювати масштабніше й ефективніше, а також витримувати конкуренцію з боку промислових підприємств [4].

Таким чином ми бачимо, що роль інформаційних технологій в управлінні підприємством, згідно процесам діджиталізації, дуже велика. Використання сучасних технологій — шлях до ефективного управління економічної діяльністю підприємства та підвищення його конкурентоспроможності.

Перехід на цифрові технології - явище невідворотне, хоча багато учасників ринку з певною часткою недовіри ставляться до активного розвитку інформаційних технологій, бачачи в них загрозу традиційного укладу бізнесу.

#### Література

1. Козырев А. А. Информационные технологии в экономике и управлении: Учебник. – СПб.: Изд-во Михайлова В. А. ,2000.-360.
2. Диджитализация – процесс цифровой трансформации общества. Mentamre : Веб-сайт. URL: <https://mentamore.com/socium/didzhitalizaciya.html> (дата звертання 11.12.2018).
3. Акперов И.Г. Информационные технологии в менеджменте: Учебник / И.Г. Акперов, А.В. Сметанин, И.А. Коноплева. — М.: НИЦ ИНФРА — М, 2013. — 400 с.
4. Максимов Н.В. Современные информационные технологии: Учебное пособие / Н.В. Максимов, Т.Л. Партыка, И.И. Попов. — М.: Форум, 2013. — 512 с.

**Ахметова З.Е.**

*Магистрант*

*НОУ «Алматы Менеджмент Университет»*

*Высшая Школа Бизнеса*

## **СПЕЦИФИКА МЕДИЦИНСКОЙ УСЛУГИ: ОСНОВНЫЕ МОДЕЛИ**

Медицинская услуга имеет свою специфику, что предполагает применением специфических моделей маркетинга, поэтому далее обратимся к рассмотрению вопроса специфики медицинской услуги. Согласно законам рынка пациенту предоставляют право выбора поставщика услуг: частный или государственный сектор здравоохранения, специалиста-врача и лечебно-профилактическое учреждение (далее – ЛПУ) вообще любое место, где он хочет приобрести необходимую медицинскую услугу. Медицинская услуга (далее – МУ), является материальным производство с получением нематериальной услуги (невещественного продукта).

Экономический аспект данных отношений основан на производстве услуги одной стороной и ее потребление второй стороной производится либо на договорной рыночной основе, либо на основании установленных правил государственными органами [1].

Услуга или товар - это все, что может удовлетворить нужду или потребность и предлагается рынку с целью потребления и привлечения внимания. В здравоохранении чаще всего этим выступает медицинская услуга. Услуга — это трудовая целесообразная деятельность, итоги которой выражаются в полезном эффекте, который удовлетворяет различные потребности человека. Врачи оказывают медицинские услуги, удовлетворяющие человеческие потребности сохранять и укреплять здоровье. Поэтому под медицинской услугой понимается оказание гражданам всех видов медицинской помощи (лечение, обследование и т. д.). Различают простую, комплексную и сложную медицинскую услугу. Согласно функциональному назначению медицинская услуга может быть профилактической, лечебно-диагностической, санитарно-гигиенической, реабилитационной и т. д. По месту оказания и условиям медицинской услуги можно разделить на: оказываемые на дому, в стационаре, в

амбулаторно-поликлинических условиях, во время реанимации и т.д. [2, С.12-19].

Медицинская услуга, согласно Сафронов А. В., Третьяков М. М., является разновидность профессиональных услуг, при этом законом предъявляются более высокие требования к квалификации исполнителей и устанавливается специальная правоспособность не только хозяйствующему субъекту, осуществляющему эту деятельность, но и для исполнителей услуг. Указанными авторами выделяются такие особенности медицинских услуг: [3, С.29-33].

1. Ее неосвязаемость как услуги.

2. Невозможность ощутить медицинскую услугу до момента её приобретения.

3. Неотделимость от источника предоставления услуги, поскольку ее оказание требует личного контакта производителя с потребителем.

4. Несохранимость медицинской услуги. Медицинская услуга отличается от других товаров тем, что процесс производства совпадает с процессом реализации.

5. Непостоянство качества медицинской услуги. Зависит от квалификации специалиста, оснащенности ЛПУ.

6. Медицинскую услугу не всегда возможно оценить положительно [4].

Услуга – любая выгода или мероприятие, которые одна сторона может оказать второй, и которые чаще всего неосвязаемы и не приводят к обретению чего-либо материального. Производство услуг вполне может быть связано с товаром в его материальном состоянии. При представлении услуги на рынок следует учитывать: - ее особые свойства; - престижность МО; - гарантированное качество; - близкое расположение МО к потребителям медицинских услуг; - простоту в исполнении; - низкую (учитывая эксплуатационные расходы) стоимость.

Выделим ключевые факторы, которые оказывают влияние на качество и уровень предоставляемых лечебно-диагностических услуг. В их число включим:

- 1) уровень профессионализма мед. персонала;
- 2) эффективность лекарственных препаратов;
- 3) комфортность условий получения услуг;
- 4) оснащенность лечебно-диагностической аппаратурой;

5) внимательное отношение сотрудников к пациентам [5].

Во время приобретения медицинских услуг и нахождения в медицинском учреждении у пациентов складывается впечатление об уровне качества лечения по комплексному воздействию на него всего вышеописанного набора факторов.

Анализируемый рынок несколько условно можно подразделить на некоммерческий сектор (виды услуг, которые финансируются государством) и коммерческий сектор (где предоставляют платные услуги), однако провести между ними грань довольно сложно. Рынок медицинских услуг является комплексом медицинских технологий, фармацевтических средств; методов организации медицинской деятельности, которая реализуется при конкурентной экономике. К особенностям рынка медицинских услуг можно отнести такие три группы субъектов деятельности:

- производитель (продавец медицинских товаров и услуг);
- потребитель (пациент);
- посредник (страховые медицинские организации).

Вторая особенность рынка – характерная асимметрия данных у производителей и потребителей в отношении потребительских свойств приобретаемой услуги.

Третья особенность рынка заключается в фактически абсолютном доверии к поставщику медицинских услуг.

Четвертая особенность заключается в отсутствии четкой взаимосвязи между расходами труда медицинских сотрудников и конечным результатом.

Пятой особенностью рынка является приоритетность медицинской и социальной эффективности перед экономической [3, С.29-30].

Медицинские организации получают импульсы для своей деятельности от всех типов рынка, наличествующих в здравоохранении: сектор частнопрактикующих специалистов; муниципального здравоохранения; рынок пациентов; рынок государственного здравоохранения; рынок фарминдустрии; рынок идей; рынок физической культуры; рынок медицинской техники; рынок медицинских услуг; рынок системы медицинского образования; рынок медицинского страхования.

Сформировав новую услугу для населения или улучшая уже имеющуюся, медицинская организация выясняет, будет ли спрос на эту услугу, на какой

сегмент рынка следует выставить данную услугу и будут ли ее приобретать по предполагаемой цене.

Медицинской организацией не только удовлетворяется и изучается, но и формируется спрос в необходимом для нее направлении. Медицинской организацией учитывается не только существующая потребность населения на разнообразные виды лечения, диагностики, реабилитации и т. п., но и на нужды потребителей медицинских услуг, возникающие с появлением новых форм организации труда и новых медицинских технологий (к примеру, применение лапароскопии при диагностике бесплодия и пр.) [6, С.8.].

Имеется пять концептуальных подходов, основываясь на которых медицинские организации ведут свою маркетинговую деятельность:

1. Концепция совершенствования производства. Эта концепция утверждает, что потребитель будет благожелателен к услугам и товарам, которые имеют широкое распространение и доступные цены, следовательно, руководство должно сконцентрировать свои усилия на улучшении производства и росте результативности системы распределения. Применение концепции подходит в нескольких ситуациях. Первая - когда спрос на услугу или товар превышает предложение. В данном случае следует сконцентрироваться на изыскании методов по увеличению производства. Вторая — когда себестоимость услуги или товара чересчур высока и ее требуется уменьшить, для чего необходимо увеличить производительность. Этой концепции медицинским предприятиям требуется придерживаться, т.к., несмотря на то, что они обслуживают ежедневно огромное количество посетителей, в их адрес высказывают претензии в равнодушии к потребителю.

2. Концепция совершенствования товара. Согласно данной концепции, потребитель будет благосклонен к услугам и товарам, которые предлагают наиболее высокое качество, лучшие эксплуатационные характеристики и свойства, а, следовательно, организация должна сконцентрировать свою энергию на постоянном улучшении товара. В прошлом шприцы, системы, используемые при переливании крови, иглы и иной медицинский инструментарий применялись неоднократно, проходя регулярную стерилизацию, и данная система удовлетворяла и врачей, и пациентов. В наше время сильное распространение вируса СПИД показывает не качество услуг, осуществляющиеся отжившим свое медицинским инструментарием, и



заставляет медицинскую промышленность выпускать одноразовых шприцы, иглы и системы для переливания крови, т.к. их применение дает большую гарантию, что заражение СПИДом не произойдет.

3. Концепция интенсификации коммерческих усилий. Используя данную концепцию, потребители не будут приобретать товары организации в необходимых количествах, если эта организация не предпримет существенных усилий в области стимулирования и сбыта. Особенно активно можно применить эту концепцию к медицинскому страхованию, т.к. переформировать общественное мнение, которое свыше семидесяти лет привыкло к бесплатному здравоохранению, довольно длительный и сложный процесс.

4. Концепция маркетинга. Данная концепция утверждает, что залог достижения целей организации заключается в определении потребностей и нужд целевых рынков и обеспечение желаемой эффективными и удовлетворенности более продуктивными, чем у конкурентов, методами. Применяя концепцию маркетинга, организация координирует и интегрирует всю деятельность с расчетом на обеспечение удовлетворенности потребителя, получая прибыль именно за счет создания и поддержания удовлетворенности потребителя. Эту концепцию не следует путать с концепцией интенсификации коммерческих усилий. Коммерческие усилия по сбыту — это концентрация на нуждах продавца, а маркетинг — это сосредоточенность на нуждах потребителя.

5. Концепция социально-этичного маркетинга. В ней говорится, что задача организации заключается в установление нужд, интересов и потребностей целевых рынков и обеспечении требуемой удовлетворенности более результативными и более плодотворными, чем у конкурентов, методами с одновременным укреплением или сохранением благополучия потребителей и общества в целом.

Во всех цивилизованных государствах общественное здоровье классифицируется в виде общественного товара (или общественного блага), и ответственность за его развитие, доступность и качество лежит на плечах государства, которое базируется на социально ориентированную рыночную экономику, которой активно реализуется концепция социально-этичного маркетинга. Медицине характерна концепция социально-этического маркетинга: медицинская организация должна не только в полной мере удовлетворять

запросы населения, но и улучшать и поддерживать благосостояние и здоровье как общества в целом, так и отдельных граждан.

Ориентация медицинских учреждений на пациенте сводится к тому, чтобы, основываясь на выявленных количественных и качественных характеристиках перспективного и текущего потребительского спроса организовать деятельность всех подразделений и служб ЛПУ так, чтобы необходимая медицинская услуга была доставлена в требуемом количестве и наиболее высокого качества, по соответствующей цене в нужное место. Политика гибкого приспособления ЛПУ к постоянно изменяющимся требованиям рынка с целенаправленным воздействием на потребительский спрос является фундаментальной в концепции медицинского маркетинга.

В здравоохранении важнейшими видами маркетинга являются маркетинг медицинских услуг, отдельных лиц, организаций, места, идей.

Маркетинг медицинских услуг является процессом разработки, реализации и продвижения данных услуг, которые ориентированы на обнаружение характерных потребностей клиентов. Маркетингом организаций называют деятельность, предпринимаемую для создания, изменения или поддержки отношения населения к определенному медицинскому учреждению. Для этого требуется провести самооценку своей деятельности, а также оценить в глазах населения для обнаружения как отрицательных, так и положительных сторон работы. Следующий этап заключается в формулировании образа деятельности организации, который она хотела бы иметь, учитывая реальные возможности. Следующий этап заключается в разработке план маркетинга организации согласно поставленным задачами, и начать его исполнение.

Маркетингом отдельных лиц называют деятельность, предпринимаемую при создании, поддержании или изменении мнения в отношении к конкретным лицам. Это популяризация наиболее востребованных специалистов, знаменитостей в сфере здравоохранения. Маркетинг мест является деятельностью, предпринимаемой при создании, поддержании или изменении отношения потребителей к конкретной местности, где базируется лечебно-профилактическое учреждение.

Маркетинг мест лечения и рекреации проводится для привлечения отдыхающих и желающих получить курс лечения и лечебных и санаторно-курортных учреждениях в конкретных городах, климатогеографических зонах,

регионах государства. Маркетинг идей заключается в разработке и претворение в жизнь идей здравоохранения общественного характера: кампании по борьбе с алкоголизмом, курением, наркоманией; кампании, касающиеся планирования семей; пропаганда здорового образа жизни и т. д.

Для медицинского учреждения нашего времени особенно важна правильная организации и управление маркетинговой детальностью, а также обеспечение оценивания ее качества.

Таким образом, с течением времени произошло постепенное вытеснение 4P расширенным маркетинг-миксом 7P и маркетинг-миксом 8P, потому что последние намного лучше соответствуют особенностям сферы услуг, которая стала сегодня основной клиенткой маркетологов. Необходимо обратить внимание на то, что все три дополнительных части маркетинг-микса относят к внутренним факторам работы компании, а не к её внешним характеристикам, как первые четыре части. Маркетинг-миксом 7P признается, что происходящее внутри компании прямо относится к маркетингу, поэтому внешнего, необходим и внутренний маркетинг. Обращение пристального внимания к внутренним параметрам предприятия – это кредо интрамаркетинга. Однако, вместо простого перечисления вещей, на которые необходимо обращать внимание, интрамаркетингом говорится, каким конкретно образом с ними работать. Сущность маркетинга отношений заключается в контроле взаимодействий индивидуально с каждым клиентом. Это дает возможность эффективно отслеживать изменение его предпочтений, поддерживать лояльность, применять индивидуализированные методы мотивации. Еще в 70-ых годах XX-го века для компаний массового производства и обслуживания маркетинг отношений являлся попросту невозможным, однако с развитием информационных технологий и CRM-систем (Customer Relationship Management) его можно применять в любой сфере бизнеса.

Вышеуказанные модели маркетинга микс являются одними из самых сильных маркетинговых комплексов, которые рассчитаны на продажу прежде всего услуг. Для современного медицинского учреждения особенно важным является правильная организации и управление маркетинговой детальностью, а также обеспечение оценки ее качества.

Список использованной литературы:

1. Рынок медицинских услуг в 2016 году увеличился на 18,2%  
<https://pharm.reviews/analitika/item/1870-rynok-meditsinskikh-uslug-v-2016-godu-velichilsya-na-18-2>
2. Медик В.А. Общественное здоровье и здравоохранение: учебник. – 2-е изд. исп. и перер. – М.: ГЭОТАР-Медиа, 2012. – 608с.
3. Сафронов А.В., Третьяков М.М. Особенности формирования рынка медицинских услуг Хабаровского края Электронное научное издание «Ученые заметки ТОГУ» 2016, Том 7, № 1, С. 29 – 33
4. Николаев А.П., Моргунов Г.Н. Маркетинг в здравоохранении  
[http://www.bmstu.ru/departments/content/materials/bmt4/files/521\\_1901513484.pdf](http://www.bmstu.ru/departments/content/materials/bmt4/files/521_1901513484.pdf)
5. Сафронов А.В., Третьяков М.М. Особенности формирования рынка медицинских услуг Хабаровского края Электронное научное издание «Ученые заметки ТОГУ» 2016, Том 7, № 1, С. 29 – 33
6. Основы медицинского маркетинга (учебно-методическое пособие). – Иркутск, 2014. - 26с

**D.e.n., Kravchenko S.A.**

*The Kiev Cooperative institute of business and the right, Ukraine*

## **IDENTIFICATION OF CRISES IN ACTIVITY OF THE ENTERPRISES**

Overall objective of anti-recessionary management is maintenance of strong position in the market and stably steady finance of the company at any economic, political and social metamorphoses in the country. Anti-recessionary management should be capable to solve the most versatile and versatile problems. In its frameworks such administrative tools which in specific conditions have appeared the most effective in the decision of all current problems of the enterprise, and not just in elimination of time financial difficulties are applied. The primary goals of anti-recessionary actions: elimination of insolvency of the enterprise; restoration of financial stability; prevention of bankruptcy and organisation liquidation; minimisation of negative consequences of crisis.

Operation of business in the conditions of long crisis cannot be effective without development of the corresponding principles accepted in its basis. We will allocate principles of operation of business: the principle systems urged to provide development of all fields of activity of the enterprise on the basis of revealing of internal reserves; the principle of validity causes of studying and comparisons of indicators of quality of production of the enterprise and competitors; the objectivity principle gives possibility to administration to make administrative decisions, being based on the account of a real situation of the market environment; the principle of a continuity of anti-recessionary management needs to be considered not as single procedure, and as continuous in time process of functioning of all services of the enterprise; a principle of innovations; scientific and technical progress means continuous process of increase of a level of development of the enterprise; The stability principle depends on ability to predict the situations directed on avoidance or reduction of economic risks.

Working out of anti-recessionary strategy should consider requirements of the legislation on bankruptcy of the enterprises and lean against functional and methodological toolkit of controlling. In modern practice of financial and economic

activity of foreign firms for an estimation of probability of bankruptcy the widest application Altman's models, Fox have received, Tafflera of the River.

In spite of the fact that Altman in the model could connect such base indicators as profit, a gain from production realisation, own capital, unallotted profit, pure working capital and size of all actives, this model in practice can be used ограниченно, as: 1) there are distinctions in gain formation in our country and the foreign countries. Distinctions consist as in methods of payment (in particular, in the developed countries as means of payment bank cards are more often applied), and in accuracy of the accounting reporting (as in the country the phenomenon of the "grey" monetary stream which is not appearing in the reporting) is extended; 2) formation of own capital in the conditions of enough high inflation is often carried out at the expense of spent revaluation of the basic means, and for a great number of the enterprises and the organisations the authorised capital stock in a combined value of own capital makes frequently no more than 10 %, and non-material actives often are not considered by appropriate amount. In the USA, the countries which are a part of EU - 60 % and above the capital make the basic means and non-material actives that strongly complicates comparability of indicators; 3) in practice at the developed insolvency the size of turnaround actives is formed at the expense of accounts payable, and non-current assets at the expense of revaluation of the basic means that contradicts practice of formation of actives in foreign countries; 4) in the standard domestic economic literature there is no definition of pure working capital, and it is not reflected in the accounting reporting, and by the general rule in model include the indicators calculated according to the public accounting reporting; 5) a significant amount of the enterprises and the organisations practically does not have unallotted profit.

There are qualitative models of forecasting of crisis of the enterprise. One of popular in application practice is the model of the A-account of Argenti. According to model research should begin with hypothesis acceptance, according to which: at the enterprise there is a process conducting to bankruptcy, that is in the course of financial and economic activity arise and the certain problems objectively conducting to bankruptcy collect; the given process for the end demands time, that is problems are aggravated within several years; arising problems can be characterised as lacks, errors, symptoms. At calculation of the A-account of Argenti of the concrete organisation it is necessary for each "factor" to appropriate or certain quantity of points, or - "zero" (absence of value is not supposed) and to calculate the aggregated indicator - the A-

account. The basic advantage of a technique of Argenti is that in it attempt of ordering and ordering of indicators on which the enterprises are characterised in so-called «lists of the gone bankrupt companies» in the West for the first time has been undertaken. To the researcher to draw conclusions, it is necessary to compare only qualitative signs of already gone bankrupt companies to similar signs of the investigated company.

Each model of diagnostics states a various estimation of prospects of development of the organisation, therefore now pressing question of a choice of methods and the receptions, allowing to predict approach of bankruptcy of the enterprise in the near future with a view of realisation of measures for its prevention or, at least, smoothing of consequences. For reception of authentic result at a choice of a technique for the concrete enterprise it is necessary to consider a branch accessory of the enterprise, taxation level, legislative base of the country in which the given technique and other important aspects, as industrial and financial activity of the investigated organisation, and working out of a method of definition of an inconsistency of the enterprise have been developed.

The choice of a certain technique of forecasting of risk of bankruptcy of the enterprise depends on following factors: branch and character of activity of the enterprise; the organizational form of the enterprise; a turn, profit and volume of extra means of the enterprise; reliability and availability of sources of the data to the analysis. It is recommended to use some techniques of forecasting, actually carrying out взаимопроверку accuracy of the received results. As techniques are received as a result of application of statistical methods reception of not correlating results at use of different techniques is possible.

## Logistika

Залесский Б.Л.

*Белорусский государственный университет*

### **БЕЛАРУСЬ – ЗИМБАБВЕ: СОТРУДНИЧЕСТВО, ОРИЕНТИРОВАННОЕ НА ПЕРСПЕКТИВУ**

В январе 2019 года состоялся визит в Республику Беларусь президента Зимбабве Э. Мнангагвы, в рамках которого стороны договорились выстроить стратегию и реализовать конкретный план развития сотрудничества на перспективу. В Беларуси эту африканскую страну, расположенную на юге “черного” континента, считают важным партнером в южноафриканском регионе, стремясь по этой причине к постепенному выводу на стратегический уровень взаимодействия с нею, и видят значительный потенциал в развитии двусторонних отношений несмотря на то, что «Зимбабве переживает нелегкие времена: на протяжении почти двух десятилетий страна подвергалась различным экономическим санкциям, фактически была изолирована» [1].

Значительный потенциал сотрудничества с Хараре официальный Минск видит, прежде всего, в сферах торговли и экономики. Дело в том, что в этой африканской стране сегодня «активно меняется законодательство для привлечения инвестиций, предоставляется зеленый свет для создания совместных предприятий» [2], предпринимаются конкретные шаги для роста и индустриализации различных сфер экономики, а главными приоритетами внутренней политики являются модернизация и механизация сельского хозяйства, горнодобывающей промышленности, а также строительство социально-экономической инфраструктуры. Не будем забывать и то, что «Зимбабве обладает богатыми природными ресурсами – уголь, алмазы, месторождения других полезных ископаемых. Поэтому есть потребность в технике, которая производится в Беларуси» [3].

Напомним, что контакты между Беларусью и Зимбабве значительно активизировались и получили мощные импульсы к развитию в 2015 году после того, как в нашей стране побывал тот же Э. Мнангагва, только тогда в статусе вице-президента этого южноафриканского государства. В Минске он три с половиною года назад заявил, что «зимбабвийская сторона заинтересована в расширении



торгово-экономического взаимодействия, а также сотрудничества в таких областях, как инфраструктура, сельское хозяйство и горнодобывающая промышленность» [4]. При этом, говоря о необходимости реализации в своей стране масштабных инфраструктурных проектов, высокопоставленные представители Зимбабве четко выделили важную для белорусской стороны деталь: «Зимбабвийцы хотели бы отдать предпочтение именно машинам из Беларуси, а не их западным аналогам по целому ряду объективных причин» [5]. С той поры белорусско-зимбабвийские партнерские связи стали постепенно развиваться и укрепляться. При этом заметим, что до последнего времени основу белорусского экспорта в Зимбабве составляли калийные удобрения и запасные части к автомобильной технике, а в Беларусь импортировались минеральное сырье, а также цитрусовые плоды и овощи в незначительных объемах.

Еще в 2014 году по линии Министерства промышленности Республики Беларусь в Зимбабве были поставлены карьерные самосвалы и погрузчики, которые стали работать на угольном карьере “Хванге”. В 2017 году были заключены сделки по поставкам на юг Африки карьерных самосвалов меньшей грузоподъемности. В 2018 году предприятие “Амкодор” подписало контракт на поставку в Зимбабве сорока единиц техники и запасных частей почти на четыре с половиной миллиона долларов при финансовой поддержке Банка развития Беларуси и Резервного банка Зимбабве. Но именно в 2019 году белорусские поставки на зимбабвийский рынок должны обрести новые масштабы. Речь идет об отгрузке в эту страну техники по ранее заключенным контрактам – тракторов, сеялок, продукции Минского автомобильного завода – седельных тягачей, полуприцепов. В частности, о готовности закупить около двухсот грузовиков Минского автомобильного завода заявила зимбабвийская компания “Аджара Тракинг”, заметив при этом, что «потребность Зимбабве может достигать 1 тыс. единиц. Грузовики МАЗ планируют использовать в горнодобывающей промышленности, для перевозки топлива, зерна и удобрений» [6]. А Белорусский автомобильный завод вместе с компанией “Сохра” прорабатывает сейчас вопрос поставки шести самосвалов и двух погрузчиков. Всего же там на различных карьерах уже успешно работает более 70 БелАЗов. Заметим также, что экспортное финансирование поставок белорусской техники в Зимбабве планируется реализовать с участием panaфриканского банка The Eastern and Southern African Trade and Development Bank, которому белорусским Банком развития «в 2018 году на соответствующие нужды была открыта кредитная линия в \$70 млн» [7].

Интересные возможности открываются для белорусской стороны также в плане реализации с партнерами из Зимбабве совместных проектов в области геологоразведки и добычи полезных ископаемых. В частности, «Беларусь рассчитывает приступить к промышленной добыче полезных ископаемых в Зимбабве в марте 2019 года» [8]. А всего в этой стране создано уже пять совместных белорусско-зимбабвийских предприятий. Белорусские геологи работают на юге Африки полтора года и нашли там уже «достаточно большие залежи полезных ископаемых» [8].

#### Литература

1. Переговоры с Президентом Зимбабве Эммерсоном Мнангагвой [Электронный ресурс]. – 2019. – URL: [http://president.gov.by/ru/news\\_ru/view/ofitsialnyj-vizit-prezidenta-respubliki-zimbabve-emmersona-mnangagvy-20303/](http://president.gov.by/ru/news_ru/view/ofitsialnyj-vizit-prezidenta-respubliki-zimbabve-emmersona-mnangagvy-20303/)
2. Беларусь и Зимбабве могут выйти на масштабное экономическое сотрудничество – Шейман [Электронный ресурс]. – 2019. – URL: <https://www.belta.by/economics/view/belarus-i-zimbabve-mogut-vyjti-na-masshtabnoe-ekonomicheskoe-sotrudnichestvo-shejman-333102-2019/>
3. Матвеев, В. Прорабатываются новые контракты на поставку белорусской техники в Зимбабве / В. Матвеев // [Электронный ресурс]. – 2019. – URL: <https://www.belta.by/economics/view/prorabatyvajutsja-novye-kontrakty-na-postavku-belorusskoj-tehniki-v-zimbabve-333019-2019/>
4. Встреча с вице-президентом Республики Зимбабве Эммерсоном Мнангагвой [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: [http://president.gov.by/ru/news\\_ru/view/vstrecha-s-vitse-prezidentom-respubliki-zimbabve-emmersonom-mnangagvoj-11803/](http://president.gov.by/ru/news_ru/view/vstrecha-s-vitse-prezidentom-respubliki-zimbabve-emmersonom-mnangagvoj-11803/)
5. Зимбабве рассматривает возможность приобретения крупной партии белорусской техники [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <https://www.belta.by/economics/view/zimbabve-rassmatrivaet-vozmozhnost-priobretenija-krupnoj-partii-belorusskoj-tehniki-5848-2015/>
6. Сергеева, В. Компания из Зимбабве готова закупить около 200 грузовиков МАЗ / В. Сергеева // [Электронный ресурс]. – 2019. – URL: <https://www.belta.by/special/economics/view/kompanija-iz-zimbabve-gotova-zakupit-okolo-200-gruzovikov-maz-333067-2019/>
7. Банк развития прокредитует поставки белорусской техники в Зимбабве [Электронный ресурс]. – 2019. – URL: <https://belta.by/economics/view/bank-razvitija-prokredituet-postavki-belorusskoj-tehniki-v-zimbabve-333485-2019/>
8. Беларусь в марте намерена приступить к промышленной добыче полезных ископаемых в Зимбабве [Электронный ресурс]. – 2019. – URL: <https://www.belta.by/economics/view/belarus-v-marte-namerena-pristupit-k-promyshlennoj-dobyche-poleznyh-iskopaemyh-v-zimbabve-333402-2019/>

## Regionální ekonomika

**Утегенова К.А.**

*Қорқыт Ата атындағы ҚМУ-нің аға оқытушысы, э.ғ.к.*

**Шамғонова Ф.С.**

*Қорқыт Ата атындағы ҚМУ-нің магистранты*

### **КӘСІПКЕРЛІК ҚЫЗМЕТТІ ЖЕРГІЛІКТІ ҚОЛДАУ**

#### **ШАРАЛАРЫНЫҢ НӘТИЖЕЛЕРІ**

«Бизнестің жол картасы – 2020» бизнесті қолдау мен дамытудың бірыңғай бағдарламасы 2025 жылға дейін ұзартылатын болды. Бұл жөнінде мемлекет басшысы Нұрсұлтан Назарбаев 2018 жылғы 5 қазандағы «Қазақстандықтардың әл-ауқатының өсуі: табыс пен тұрмыс сапасын арттыру» Жолдауында мәлімдеген болатын. Бағдарламаның басты мақсаты – өңірлік кәсіпкерліктің тұрақты өсуін қамтамасыз ету, сондай-ақ, бар жұмыс орындарын сақтау және тұрақты жұмыс істейтін жаңа жұмыс орындарын құру.

Бірыңғай бағдарлама төрт негізгі бағытты қамтиды: Моноқалалар мен шағын қалаларды және ауылдық елді мекен кәсіпкерлерінің жаңа бизнес-бастамаларын қолдау; Экономиканың және өңдеу өнеркәсібінің басым секторларында жұмыс істейтін кәсіпкерлерді салалық қолдау; Кәсіпкерлердің қаржылық тәуекелдерін төмендету; Кәсіпкерлерді қолдауға бағытталған қаржылық емес шаралар.

Жалпы елдің орнықты экономикалық дамуын қамтамасыз ету жеке кәсіпкерліктің және ең алдымен, шағын және орта бизнестің даму деңгейіне тікелей тәуелді. Сондықтан шағын және орта кәсіпкерлік және жеке кәсіпкерлердің дамуына қолдау көрсету мемлекеттің басты қызметі [1].

Кәсіпкерлікті дамыту – экономиканың ұтқыр әрі нәтижелі секторының бірі. Ішкі жалпы өнімнің елеулі бөлігін өндіру осы шағын және орта кәсіпкерліктің үлесінде.

Ел әлеуетінің жақсаруын экономиканың тұрақты дамуымен байланыстырар болсақ, оның ішінде кәсіпкерлік көкжиегін кеңейтуді алдыңғы орынға қойып отырған мемлекеттік саясат тұрақталып келеді. Шағын және орта

бизнестің дамуына мемлекет тарапынан ықпал ету де қолға алынды. Нақты айтқанда, жұмыссыздықты жоюда, жалақы мен зейнетақыны уақытылы төлеуде, нарықты халыққа қажетті тауарлармен толтыруда, жеке өндірушілердің монополиясын шектеуде, депрессияны бастан кешіріп отырған жекелеген аудандарды қалпына келтіруде осы шағын және орта бизнес шешуші фактор ретінде маңызды роль атқарып келеді. Нарықтық экономика элементтерін енгізудің әрекеттері монополияландырылған ортаның қарсылығына тап болуда. Ал монополизмге қарсы күресудің тиімді жолдарының бірі – шағын және орта бизнесті дамыту.

Мемлекет қолдау білдіріп отырған стратегиялық бағытта қоғамды жанартуға қабілетті, экономиканың жағдайын ойлайтын кәсіпкерлерге ерекше көңіл бөлінуде. Шағын және орта кәсіпорындардың тиімділігі және артықшылығы сол, олар аса үлкен қаржыны керек етпейді. Шағын және орта бизнес халықтың әл-ауқатын арттырып, қосымша жұмыс орындарының ашылуына, жалақының уақытында төленіп отыруына себін тигізетіні сөзсіз. Ең бастысы, жұмыссыз жүрген азаматтарды жұмыспен қамтып, аймақ халқының әлеуетін арттыруға зор ықпал етуде.

#### Тіркелген және жұмыс жасап тұрған кәсіпкерлік субъектілерінің саны

	Тіркелген кәсіпкерлік субъектілерінің саны	Жұмыс жасап тұрған кәсіпкерлік субъектілерінің саны	2017 жылмен салыстырғанда жұмыс жасап тұрған кәсіпкерлік субъектілерінің, %
Қызылорда облысы бойынша	51 737	41 393	111,1
Арал ауданы	4 313	3 579	110
Қазалы ауданы	4 404	3 722	122,0
Қармақшы ауданы	3 392	2 510	104,6
Жалағаш ауданы	2 344	1 847	112,0
Сырдария ауданы	2 167	1 751	117,0
Шиелі ауданы	4 671	3 797	117,7
Жаңақорған ауданы	3 868	3 705	120,0
Байқоңыр қаласы	479	324	102,2
Қызылорда қаласы	26 099	20 158	107,4

Аймақта кәсіпкерлікті мемлекеттік қолдау туралы толық ақпаратты келесі мекемелерден алуға болады: 1. Қызылорда облысының кәсіпкерлік және туризм басқармасы; "Атамекен" Ұлттық кәсіпкерлер палатасы; 3. "Қызылорда

өңірлік инвестициялық орталығы" ЖШС; 4. "Даму" Кәсіпкерлікті дамыту қоры" АҚ.

Статистикалық мәліметтерге сәйкес, 2018 жылдың 1 қазанына облыс бойынша тіркелген кәсіпкерлік субъектілерінің саны 51 737 бірлікті құрады (2017 жылдың сәйкесті кезеңімен салыстырғанда өсім 8,06 пайызды құрады).

Жұмыс жасап тұрған субъектілердің саны (2018 жылдың 1 маусымына) – 41 393 бірлік. Өткен жылдың сәйкесті кезеңімен салыстырғанда 14,1 пайызға ұлғайды. Бұл көрсеткіш бойынша өңірлер арасында облыс 1 орында [2].

ШОБ жұмыспен қамтылғандар 84 250 адам. Экономикалық белсенді халықтағы ШОБ жұмыспен қамтылғандардың үлесі – 24 пайыз. ШОБ субъектілерімен шығарылған өнім 302,186 млрд. теңгені құрады. Облыстың жалпы өңірлік өнімдегі ШОБ-тің үлесі – 13,2%.

Бағдарлама шеңберінде Қызылорда қаласында микронесиелер беру үшін 2018 жылға республикалық бюджеттен 89,49 млн. теңге бөлінген болатын. Бөлінген қаражат «Даму» қорымен үш екінші деңгейлі банкке отырығызылды.

- «АТФ банк» АҚ-на 45,12 млн. теңге;
- «Қазақстан Халық банкі» АҚ-на 25,21 млн. теңге;
- «Ресей жинақ банкі» АҚ ЕБ-не 19,16 млн. теңге.

Бүгінгі күннің өзінде аталған банктермен жалпы құны 51,6 млн. теңгеге 4 жоба мақұлданды. Бұдан бөлек, микронесиелерді кепілдендіруге 51,083 млн. теңге қаралды. Сонымен қатар, Қызылорда қаласына микронесиелер беруді одан әрі жалғастыру мақсатында республикалық бюджеттен қосымша 189 млн. теңге бөлініп, ағымдағы жылдың 26 маусымында салалық министрліктермен қосымша келісім жасалынды. Қазіргі күні бұл қаражатты «Даму» қорына аудару жұмыстары жүргізілуде.

Қызылордада кәсіпкерлерге қызмет көрсету орталығы ашылды. Мұнда өз алдына кәсібі бар немесе жаңадан бизнесін бастауға ынталы азаматтарды тегін оқытып, қажетті кеңес береді. Кәсіпкерлер кез келген бизнеске қатысты ақпаратты алып, қажетті құжаттарды рәсімдеуге қол жеткізеді. Сонымен қатар бизнес иелері соңғы үлгідегі менеджмент технологиясы, бухгалтерлік есепті жүргізу, қаржы мен салық есептілігі, кеден процедуралары туралы да мәліметті қолма қол алады. Мұның бәрі облыстағы шағын және орта кәсіпкерлікті

дамытуға бағытталған. Бұрын кәсіпкерлердің техникалық шарттар алуы ұзақ уақыт алатын. Ал қазір кәсіпкер орталыққа құжаттарын тапсырса, 5 жұмыс күн мерзім ішінде орталық мамандары техникалық шарттар алуға жұмыс жасайды. Аталған қызмет түрі бойынша тәжірибе алмасу мақсатында өңірімізге Оңтүстік, Солтүстік, Батыс және Шығыс Қазақстан, Атырау облыстарының делегаттары арнайы іс-сапарда болды. Инженерлік жүйелерге техникалық шарттарды және рұқсат құжаттарын алуды электронды форматқа көшіру мақсатында облыс әкімдігінің электронды әкімдікті дамыту және мемлекеттік қызметтердің мониторингі бөлімімен бірлесіп Орталықтың «Геоақпараттық жүйесі» әзірленді. Бүгінгі күні техникалық шарттарды алу үшін өтінімдер электронды форматта қабылдануда. 2018 жылдың 1 сәуір жағдайы бойынша Кәсіпкерлерге қызмет көрсету орталығымен 696 қызмет, оның ішінде 285 кеңесшілік қызмет, 411 рұқсатнама құжаттары және техникалық шарттарын алу мен жердің нысаналы мақсатын өзгерту бойынша қызметтер көрсетілген.

Жол картасымен бірге облысымызда кәсіпкерлікті дамыту бойынша атқарылатын іс-шаралардың күнтізбелік жоспары әзірленді. Күнтізбелік жоспарға сәйкес биылғы жылы жыл ішінде жалпы 35 іс-шараны өткізу қарастырылған. Мәселен, конкурстар, көрмелер, сондай-ақ малшылар слеті және балықшылар слеті сияқты салалық қажеттіліктер бойынша жеке шаралар өткізілмек. Сонымен бірге, әйелдер және жастар кәсіпкерлігін дамыту үшін «Іскер әйел–кәсіпкерлер форумы», «Жас кәсіпкерлер облыстық форумы», «Облыстың өндіріс орындарында студенттер мен оқушылар үшін танымдық экскурсиялар» өткізу қарастырылған.

Кәсіпкерлік саласын цифрландыру аясында «OPEN KASIPKER» құрылып, III Халықаралық интернет форумы өткізілетін болады. Ал, мүмкіндігі шектеулі кәсіпкерлер үшін «Өзіңе сене баста!» конкурсы өткізілмек. Облыс кәсіпкерлері үшін дәстүрге айналған жыл сайынғы «Қазақстанның үздік тауары» көрме-конкурсы, «Сауда үздігі» республикалық конкурсы және т.б. іс-шараларда өз жалғасын таппақ.

Пайдаланылған әдебиеттер:

1. Кәсіпкерлікті қолдау – көркеюді қолдау. <https://turkystan.kz/article>
2. 2018 жыл Қызылорда облысында жаппай кәсіпкерлікті дамыту жылы болып жарияланды. <https://e-kyzylorda.gov.kz/?q=kk/news/2018>

## Zahraníční ekonomická činnost

**Смагулова А.М., Бигарашева В.Е., Омарова А.О., научный руководитель  
—к.п.н., ассоциированный профессор Тлеужанова Г.К.**

*Карагандинский государственный университет имени академика  
Е.А.Букетова, факультет иностранных языков*

### **FEATURES OF E-LEARNING IN KAZAKHSTAN**

The socioeconomic and state-political transformations in Kazakhstan have led to the necessity of upgrading the higher education, which aims to develop education system in accordance with the current needs of the individual, society, and the state. The qualitative transformation of higher education in Kazakhstan society is one of the main elements of the formation of the sovereignty of the state, its real political and economic independence.

The process of upgrading education is reflected in the programs adopted by the government of the Republic of Kazakhstan, among which the most significant are "State Program of Education Development in the Republic of Kazakhstan for 2011-2020", "Digital Kazakhstan", "Third Modernization of Kazakhstan: global competitiveness" [1].

Upgrading of the modern Kazakhstan education system began with the accession of Kazakhstan to the Bologna process, which highlighted the problem of creating a European region of higher education as a key point for the development of citizens' mobility, their relevance and the global development of the continent. The signing of the Bologna Declaration posed Kazakhstan the need for substantial reform of higher education. Kazakhstan intensively introduces credit technology of education in its educational space.

The development of digital technologies is changing the education system. Even the most prestigious universities in the world must implement them if they want to be competitive. In Kazakhstan, the new stage of introducing information technologies into the educational process is associated with the introduction of the program "e-Learning". E-Learning is one of those segments of education industry that is developing as a new milestone [2].

In the past few years, e-learning has been improved with much more advanced features; it makes education simple and fast. Continuous innovation and methods promote the concept of e-learning and open up new learning opportunities. The e-learning market is growing not only, but also in opportunities and diversity, driven by advances in technological development, increased throughput and innovative online platforms.

Using e-learning has good prospects:

- students are offered cost-effective online certificates, training courses, study materials and distance learning;

- e-Learning gives you the opportunity to take advantage of certification programs and classes of educational institutions that you could only dream of. The student can easily register and take online courses from the foreign institutions of their dreams; - Students from different parts of the world have the opportunity to study at a convenient time and place. The flexibility to get academic help and take exams online is what makes it useful for students all over the world.

The implementation of the project “E-learning systems” is carried out in stages from 2011 in state organizations of secondary, technical and vocational education as part of the implementation of the State Program for the Development of Education in the Republic of Kazakhstan for 2011–2020. E-learning system is the large-scale government project, its main task is to use digital technologies in education industry. In 2011-2013, e-Learning was implemented in 1,159 educational organizations in the country, including 89 technical and vocational education organizations. By 2020, it is planned to use the e-learning system in 90% of secondary education organizations.

The goal of the e-Learning project is to develop high-quality educational resources and services, as well as to ensure equal access to them through the use of information and communication technologies. So, any student should be able to use digital educational resources and information system services at any time, from anywhere in our republic, regardless of the location in which it is located [3].

E-learning is a key tool for the development of knowledge and economic growth in many developed countries. Competitiveness, integration into the global educational space, striving for the standards of developed countries in the educational process is one of the main goals of modern society.



As international experience shows, the e-learning system is one of the main tools for the modernization of education. South Korea, Finland, and Ireland run special e-learning programs. E-learning in the USA, UK, Australia, New Zealand and Canada reflects everyday experience. Within the program Digital Kazakhstan, the Ministry of Education and Science for the national education system developed and implemented projects such as the national educational database, Kundelik, Bilimal e-journals, cloud accounting and educational resources Bilimland.kz. Domestic platforms are also developing: Ustudy (an educational platform that covers schoolchildren from grades 5 to 11), Soyle (for learning the Kazakh language online), Bilimland (a trilingual educational platform that contains more than 50 thousand media materials), Budbeed (an attractive and accessible for children, a platform based on advanced technologies), OpenU.kz (an educational platform that provides free access to online courses from leading universities and teachers in Kazakhstan), Scinet.kz (this platform provides support for scientific performing, mentoring). The use of electronic educational platforms in the learning process is a central task of the modern methodology, the solution of which has been very successfully implemented in relation to the higher education system.

Thus, e-learning technology is a learning environment with which you can optimize the learning process and choose the speed of learning (when receiving information). The students can organize their work from "their" computers, laptops or mobile phones. Increasing students' self-employment will help strengthen the learning process through information technology.

In recent years, e-learning has become an integral part of the educational process in universities and is used in all forms of education. The use of e-learning allows you to improve the quality of education through the use of rapidly expanding global educational resources and because of using e-learning elements and distance learning technologies, the share of independent work of students increases when they master the material [4].

E-learning helps to cope with an excess and to provide relevant knowledge during the time of an unprecedented acceleration of information growth. Using e-Learning allows societies and universities to accept the challenges of modern globalization. The educational paradigm is changing very quickly. The ability to transfer knowledge directly to students, regardless of geographic location, is achieved only through the use of e-learning. A significant advantage lies in the fact that sound,

graphics, animation, hypertext, easiness of replication, delivery and modernization, contextual search stimulate the early inclusion of young people in work activities, which is very important in solving the employment problem [5].

The e-learning system is the only new direction that defines the entire education system, covering all levels of education. That is why the e-learning system has great potential for today's education.

Currently, e-Learning is one of the most advanced forms of learning that is being implemented in the education system of many countries. E-Learning is one of the main areas of innovative development of the education system of the Republic of Kazakhstan. According to world practice, the e-learning system is one of the main tools for the modernization of education. The introduction of a large-scale e-Learning project will open the way for informatization of the education system of the Republic of Kazakhstan.

The introduction of e-Learning is steadily growing around the world, and with the advent of new devices and technologies, the approach and method of introducing e-Learning is changing rapidly. Thanks to the introduction of new technologies in the field of online learning, learning has become more exciting and fascinating.

The rapidly changing trend of globalization is now intensifying global competition. Times are changing, and technology is evolving at a dreadful rate. The e-Learning system will certainly give a new impetus to the country's education system and will allow achieving significant results. E-Learning methods will provide comprehensive knowledge of the educational program using information technology.

E-Learning helps to solve many of the most important issues of education with the help of a wide range of new information communication technologies. In particular:

- lack of territorial restrictions for training;
- ability to choose a training rhythm;
- various educational tools and methods;
- access to quality materials.

A feature of e-Learning is to improve the quality of education in remote areas, balancing the level of education of urban schools and rural schools. Currently, e-Learning is recognized as one of the most prestigious educational environments in

the world. E-Learning is a new big plus in the quality of education in our country. This is an important step towards a bright future of the country.

With the introduction of e-Learning in Kazakhstan, the conditions for the realization of the leading principle of the 21st century “Education for all” and “Life Long Learning (LLL)” - are being fully created.

#### References

1. Government program “Digital Kazakhstan”/http://digitalkz.kz/en/about-the-program/
2. The National Program for Education Development in the Republic of Kazakhstan, 2011 - 2020/ http://adilet.zan.kz/rus/docs/U1000001118
3. The project "e-Learning system" / <https://www.nitec.kz/index.php/post/proekt-sistema-elektronnogo-obucheniya>.
4. E-learning in Higher Education Institutions: current development trends / G.V. Mozhaeva / Humanitarian Informatics. -2013. , Vol. 7, p. 126-137
5. A.G. Sergeev, V.A. Nemontov, V.V. Balandina. Introduction to e-Learning. Monograph .- Vladimir, 2012.

## Rizeni lidskych zdroju

**Макеев Е.Ш.**

*Магистрант*

*НОУ «Алматы Менеджмент Университет»*

*Высшая Школа Бизнеса*

### **СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ ПЕРСОНАЛОМ В КОМПАНИИ**

Управление экономикой призвано выполнять не только функцию как можно более рационального использования имеющихся ресурсов, но и одновременно стабилизирующую функцию благодаря обеспечению безопасности компании. При этом в ситуации происходящих основополагающих изменений стабильность должна сочетаться с гибкостью и, в конце концов, стратегия должна осуществляться скорее по формуле «безопасность на основе гибкости». Гибкость, со своей стороны, предполагает наличие умения мыслить как категориями административно-правовой организации работы, так и категориями ее эффективности, особенно в области собственно экономики, с наличием плотной связи с социальной политикой.

Таким образом, результаты работы компании более целесообразно оценивать, как интегральное выражение эффективности труда сотрудников управления. В данном случае под эффективностью мы понимаем меру соответствия затрат и результатов труда сотрудников тех служб и подразделений, на которые возложено выполнение функций управления, при условии выполнения поставленных перед нами задач и достижения целей деятельности компании [1].

Сказанное выше, ни каким образом не уменьшает значимость научно-обоснованных структур и других факторов эффективного управления. Однако, как уже было замечено, действенность последних определяется именно сотрудниками, которые способны не только выбрать, но и реализовать адекватные средства обеспечения целей компании.

Проблемы персонала, по своей объективной сути, являются одновременно и проблемами социальными, экономическими, организационно-

техническими. В связи с этим решаться многогранные и сложные задачи кадровой политики могут и должны комплексно, с учётом позиции системного подхода. Иначе усилия, которые предпринимаются в данном направлении, вполне могут не оправдать ожиданий, как это зачастую и случается в практике.

Осознание сущности работы с персоналом происходит намного легче при отслеживании эволюции взглядов и методов работы с ним – от восприятия человека в качестве одного из видов ресурсов к его пониманию в качестве «меры всех вещей», воспользовавшись формулой Протагора.

В 1950-60-ых годах прошлого века работа с персоналом, прежде всего, обозначала организацию найма и достижение договоренности с работником о величине заработной платы. С середины 1960-ых годов было положено начало идеи о развитии систем по работе с персоналом, об ее экономической эффективности [2].

Произошел этап трансформации самого понимания труда – зародилось качественно другое понятие «умственного труда». В данном случае к высшему уровню относится работа, касающаяся сбора и передачи информации, которая имеет чисто символическое выражение, научных исследований, экономического анализа, программирования. Появилось четкое осознание, что главный гарант получения прибыли – это информация.

Канула в лету эпоха отчуждения работника от власти. Промышленное производство эволюционирует в сторону замены мускульной силы на разум в процессах создания общественного богатства. Сотрудники аппарата стали более образованными и намного лучше подготовленными к работе, хорошо знающими свои права и довольно прилично информированными. Люди стали интересоваться многими проблемами, которые раньше были прерогативой только политиков и чиновников. Произошло изменение системы их ценностей, рост их жизненных запросов. Человеческие взаимоотношения в компании стали сложнее, разнообразнее и все труднее поддающиеся регулированию.

В связи с новыми подходами к «человеческому элементу» в компаниях, сотрудников начали считать ценным ресурсом, как следствие - появилось осознание важности наличия доверительных отношений между сторонами, необходимых для достижения справедливых решений.

В силу вышеизложенных причин на сегодняшний день общепризнанным является тот факт, что людские ресурсы становятся более важными, нежели капитальные, и происходит превращение функции работы с персоналом из вспомогательной в важную стратегическую составляющую часть предпринимательской политики. При этом особое внимание необходимо уделять руководящим кадрам, потому что их профессиональные качества и поведение накладывают отпечаток на всех сотрудников управления и конечные результаты их работы. Именно их высокие качества – причина того, что посредством руководства, которое ориентировано на сотрудников при достижении позитивных результатов, и осуществляется постоянный процесс улучшения качества работы.

Однако, сегодня отечественные реалии таковы, что процесс постановки и решения проблем управления персоналом является довольно трудным по причине отсутствия единой государственной кадровой политики.

Препятствуют формированию современной кадровой политики обстоятельства не только объективного, но и субъективного порядка. Например, характерным является следующее – в любой компании происходит борьба между силами, которые заинтересованы в повышении её деятельности, и силами, которые довольствуются её выживанием. На начальном этапе работы компании эффективность играет доминирующую роль, однако со временем она вступает в этап, когда становятся заметными антагонистические интересы разных групп внутри и вне её.

Согласно формуле «биологического подхода», которая представлена в работах А. Эрели и Ф. Моно [3] компании также стареют, как и живые существа. Это проявляется в понижении их восприимчивости ко всему, что выходит за формализованные рамки. Как результат – в них начинает действовать тенденция превращения в закрытые системы, которые неспособны интегрировать новую информацию, становясь «застывшими». По сути, они перестают развиваться, потому что происходит утрата навыков адаптации. Компании могут продолжать свое существование, однако напоминают умирающих, поддержание жизни которых осуществляется при помощи чрезвычайных мер.

Однако, существующая конкурентная среда, тем более с огромным числом криминальных элементов, побуждает к стремлению удержаться «на плаву», поспешить, с новой точки посмотреть на проблемы управления

персоналом. В нашем государстве подобного рода необходимость является особенно очевидной по ряду хорошо всем известных причин. С новой системой управления страну ждут радикальные экономические и социальные преобразования, которые одновременно несут как огромные перспективы общественного прогресса и возвышения личности как таковой, так и угрозу стагнации и ущемления интересов личности, усиления момента неопределённости среды ее обитания и нарушения стабильности существования. В таких условиях эффективное управление персоналом в компаниях, являющихся первичным звеном экономики, приобретает особое значение, потому именно здесь происходит формирование личности и её адаптации к внешней среде.

В любой социальной системе реализация проблем управления персоналом должна происходить в рамках единой в своих основополагающих принципах кадровой политики совокупности целей, моделей и представлений, которые относятся к области работы с персоналом и являются решающими для обеспечения эффективного функционирования системы управления [4].

Процесс управления персоналом должен быть сопряжен с общей концепцией развития соответствующей системы, в которой могут быть различимы 3-и её составные части:

Производственная – связана со спросом потребителей, актуальным состоянием рынка и наметившимися тенденциями его последующего развития; вынуждает ориентировать мышление и действия всех сотрудников на потребности партнёров по рынку, потребителей своей продукции и услуг;

Финансово-экономическая – учитывает основные аспекты денежных ресурсов, а также вопросы, связанные с оперированием наличных средств и инвестициями;

Социальная – обусловлена процессами развития и удовлетворения потребностей членов коллектива в самом широком понимании данного слова, не только в пределах системы, но и вне её.

Таким образом, кадровая политика должна стать и, самое главное, становится не только весомой частью концепции развития хозяйственной системы, но и в полной мере совмещается с ней, выполняя при этом основную стратегическую концепцию по руководству, и в таком свете управление

персоналом уже воспринимается как понятие более широкое, нежели понятие работы с кадрами в нашем традиционном толковании.

Кадровую политику нельзя перенять откуда-либо в уже готовом виде, она не может быть введена директивно посредством «мобилизационного предписания», ее необходимо формировать компанией для собственных нужд. Однако, средства формирования кадровой политики – это совсем другое дело: их можно воспринимать от других компаний. Подтверждением этого может служить опыт работы с персоналом целого ряда образцовых зарубежных и отечественных компаний.

Во многом качество управления персоналом реализуется посредством стиля руководства, который проявляется в методах влияния, т.е. в поведении руководителя во взаимосвязях с подчиненными в вопросах их участия в принятии и выполнении решений.

Не все сознательное воздействие может оказаться целесообразным. Приемлемым является воздействие, осуществляемое с аргументированных позиций и опирающееся на достоверную информацию по отношению к объекту воздействия и условий его работы. Кажущаяся с первого взгляда простота выбора средств воздействия может обернуться для руководителя полным фиаско. Зачастую руководители, не утруждая себя изучением ценностных ориентаций сотрудников, ведут себя в стиле, который напоминает фразу – дорога в ад вымощена добрыми намерениями [5].

В отечественной литературе по управлению появилась сформулированная категория – «управление персоналом». Это связано с тем, что, по мнению учёных из кафедры государственной службы и кадровой политики РАГС, управление персоналом – это деятельность органов управления, их руководителей, работников кадровых подразделений, направленная на поиск, оценивание, отбор, профессиональное развитие персонала, его мотивацию и стимулирование к выполнению задач, которые стоят перед организацией. В этом свете управление персоналом выступает одновременно в качестве системы организации, процесса и структуры.

Основные составляющие системы управления персоналом, которые адаптируют к сегодняшним реальным условиям функционирования компании выглядят следующим образом:



- кадровое планирование – целенаправленная работа по выявлению потребности в персонале, оценки персонала, оценки требований;
- удовлетворение потребности в персонале – осуществление отбора персонала, его последующего обучения;
- использование персонала – чёткое распределение должностей между работниками, регулирование процессов исполнения функциональных обязанностей, определение конкретного распорядка рабочего дня и др.;
- создание строгой системы мотивации труда и вознаграждений – осуществление планирования, стимулирования и вознаграждения;
- социальная политика – создание надлежащих условий труда, обеспечение медицинского обслуживания;
- развитие потенциала персонала – осуществление аттестации, повышения квалификации, перемещения по службе в рамках планов карьеры;
- административные аспекты управления персоналом – ведение личного дела каждого сотрудника, осуществление учета расходов на содержание всего персонала, контролирование времени присутствия на работе, статистика по кадрам и т.д.

Работа, связанная с развитием кадрового потенциала, начинается уже с процедуры принятия сотрудников на службу, их введения в курс дела и проведения инструктажа (этап социализации), и продолжается в процессе запланированных систематических изменений функций и смены рабочих мест (этап стабилизации и приобретения практической квалификации).

Деятельность руководителя органически вплетается в структуру совместной работы в рамках социально-экономической системы. Другими словами, все функции (речь об исполнительских, организационных и административных) могут быть сконцентрированы в рамках высшего руководителя либо делегированы им на более низкие ступени должностной иерархии, переданы руководителям вспомогательных подразделений и функциональных служб. Полномочия руководителя по распределению функций управления между членами коллектива служит выражение того, что руководство – это особый вид деятельности, суть которой заключается в управлении совместным трудом людей.

Фундаментальной задачей руководителя любого из должностных уровней является достижение целей деятельности с помощью коллективных усилий подчиненных, понимая при этом важность адекватных отношений, которые установлены с верхним уровнем руководства и всеми иными участниками управленческого процесса.

Подобного рода восприятие руководства совсем не является откровением. В реалиях сегодняшнего дня, когда происходит преобладание интеллектуальных компонентов любого вида деятельности над физическими, нужно «заставить» работать не столько руками, сколько головой. При этом необходимо помнить о том, что никакие административно-командные средства не смогут принудить человека творчески мыслить и действовать, если он этого не хочет.

Теоретики менеджмента из Северной Америки довольно близко подошли именно к такому пониманию сути руководства. К примеру, К. Киллер говорит о том, что главной задачей руководителя любого уровня считается «сделать работу чужими руками». Данная работа состоит из огромного количества небольших, очень практических и конкретных мер и процедур, входящих в широкую концепцию менеджмента. О них мы поговорим позже.

Успешное управление персоналом очень сильно зависит от правильного толкования роли руководителя компании (организации) в данном процессе. Развитие кадрового потенциала – это функция большинства лиц и подразделений аппарата управления компанией (организацией). К их числу относят службу кадров с её менеджерами по персоналу, руководителей линейных и штабных отделов, руководящих сотрудников, коллегии, самих сотрудников, а также консультантов, разработчиков концепций. Однако в данном случае, для нас вызывает интерес именно место первого руководителя в работе с кадрами.

Еще совсем недавно все считали, что функции управления необходимо строго отделить от исполнительских, непосредственно производственной деятельности и свести их к таковым, как разработка стратегии, планирование, организация, контроль и осуществление связей с другими компаниями. Однако, растущее значение коллектива в вопросах выполнения управленческих функций вынуждает к тому, что воззрения относительно роли руководителя меняются.

В разных государствах у систем управления персоналом, при всей идентичности их основополагающих принципов, все же могут быть свои

особенности и различия по ряду признаков, которые сопряжены с историческими традициями, этнопсихологией и др.

Так, можно выделить базовые черты управления трудом на японских компаниях. Это касается гибкости распределения работ и дотации работников, мобильности и долгосрочности обучения кадров, использования своеобразных механизмов мотивации, гибкой организации заработной платы, жесткой дисциплины на рабочем месте, ориентации на развитие персонала. Несмотря на то, что эти термины употребляются в ходе рассмотрения проблем управления персоналом и в других государствах, японская практика привносит в них довольно много специфичного [6].

Одними из наиболее характерных являются японские принципы найма рабочей силы. Здесь найм постоянного работника осуществляется для удовлетворения долговременных нужд компании, а не на какую-то конкретную должность. Критерий оценки кандидата – не уровень знаний и навыков работника, а его потенциал. Уже на изначальном этапе предполагается, что принимаемое лицо будет работать в этой фирме на протяжении длительного периода (при идеальных обстоятельствах – вплоть до наступления пенсионного возраста в 55 или 60 лет).

Каждый год крупные компании проводят набор молодых людей, окончивших основные (девятилетние) и средние (двенадцатилетние) школы, колледжи и университеты. Считается, что регулярный прилив «новой крови» крайне важен для поддержания оптимальной возрастной структуры сотрудников. Средний возраст сотрудников компании приводится в ее годовых финансовых отчетах как показатель, который характеризует техническую и организационную мобильность. Человек, которого приняли на работу, посвящает себя ей на всю жизнь (исключение – женщины, которые, выходя замуж покидают компанию, посвящая себя семье). Компания заботится о работнике на протяжении всей его жизни и не в состоянии легко прервать с ним отношения. В том случае, когда работник самостоятельно покидает компанию либо его увольняют, то это очень серьезно сказывается на его дальнейшей карьере.

В мире существует очень много ошибочных представлений о пожизненном найме. Но это не является контрактом, а способом мышления обеих сторон - и нанимателя и нанимаемого. Очень важно, что в каком бы

тяжелом положении не находилась компания, она будет всячески стремиться сократить издержки, уменьшить дивиденды и предпринять иные акции, однако до последней возможности не будет заниматься увольнением работников. Тем не менее, система пожизненного найма не может гарантировать того, что численность работающих не может быть сокращена. Существует довольно много способов отреагировать на падение спроса на труд. В первую очередь, это касается уменьшения продолжительности рабочего дня – речь о переводе сотрудников из подразделений, в которых не хватает работы, в подразделения, где имеет место больше возможностей занять их рабочее время, в некоторых случаях в сбытовые конторы и на дочерние предприятия; прекращении нового набора персонала; более раннем выходе на пенсию с повышением выходного пособия; поощрении добровольного увольнения пожилых работников.

По свидетельству известного специалиста Т. Карно, «характер системы управления персоналом, который применяется в успешно действующих японских корпорациях, можно определить при помощи понятия «гемейншафт» (сообщество), которое противостоит понятию «гезельшафт» (ассоциация)» [7].

Сама по себе система управления персоналом, даже умело продуманная, не в состоянии гарантировать ее реализацию. Для введения её в действие, необходима разработка соответствующих механизмов и приложение организационных усилий, ориентированных на осуществление конкретно выделенных функций управления персоналом.

Управление персоналом – это процесс согласованного взаимодействия людей для достижения заданной цели.

Из этого вытекает вывод, что люди, которые вовлечены в некую деятельность, должны работать совместно для того, чтобы их объединенный потенциал мог быть использован с наибольшей результативностью для компании.

Мы считаем, что самостоятельность проблемы организации управления персоналом, при всей ее значимости, является довольно таки относительной, потому что сама потребность в персонале по всем его параметрам является обусловленной нуждами самого объекта управления. По этой причине те решения, потребность в принятии и реализации которых возникает по причине движения персонала, имеют все шансы быть в приемлемой мере эффективными, если их осуществление происходит в плотной связи с содержанием,

количественными и качественными параметрами функциональной деятельности компании.

#### Список использованной литературы:

1. Тречикова И.Н. Менеджмент. Учебник, 2-ое изд. Перераб. и доп. - М. Банки и биржи, ЮНИТИ, 2005 - С.251.
2. Изучение и адаптация зарубежного опыта управления и кадровой работы. - М. Изд-во РАГС, 2006- С.32.
3. Г. Щекин. Основы кадровой политики предприятия - Бюллетень «Персонал», Киев, 2003.
4. Грачев М. Суперкадры. Управление персоналом в международной корпорации. - М: Дело ЛТД, 2003- С.138.
5. Государственная кадровая политика и механизм ее реализации. - М.,РАГС, 1997, с.306.
6. Оучи У. Методы организации производства. Японский и американский подходы. М., 2014.
7. Карно Т. Стратегия японских предприятий. - М., Прогресс, 1987, с.364.

**Гимранов Тимур**

*Магистрант*

*НОУ «Алматы Менеджмент Университет»*

*Высшая Школа Бизнеса*

## **СОВРЕМЕННЫЕ ТRENДЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ЧЕРЕЗ ИХ ОБУЧЕНИЕ И РАЗВИТИЕ**

Опрос HeadHunter, проведенный среди ряда компаний показал, что для почти 45% работодателей ушедший 2018 год оказался сложнее 2017-го. В течение следующих лет ожидается кардинальное изменение рабочего цифрового пространства. Это приведет, в частности, к тому, что привычная, классическая модель управления персоналом (по принципу «сверху-вниз») утратит актуальность, и компании начнут фокусироваться на вовлеченности работников и повышения уровня инноваций. Уже сейчас многие компании решают задачи, которые никогда не стояли перед ними раньше, и успешно ответить этим вызовам способствуют ключевые HR-тренды.

Крайне важной тенденцией в настоящее время является масштабный рост на рынке программного обеспечения и специализированных IT платформ для HR.

Тренд всех последних лет — HR digital. И это не просто автоматизация систем, а новый тип мышления, новый подход ко всем HR процессам, новое отношение к сотрудникам. С чем мы имеем дело? С автоматизацией первичного отбора соискателей, интервью с ботами, с ускорением процесса диджитализации рекрутмента. Социальные сети уже активно используются рекрутерами с целью поиска и проверки сотрудников. Совсем недавно этот канал не заслуживал такого пристального, серьезного внимания.

Совсем по другому требуется ставить задачи, строить взаимодействие и осуществлять контроль в команде из сотрудников разных специальностей, когда часть из них временные сотрудники, часть — работники удаленные, необходимо. Еще в 2015 году более 88% работодателей использовали для управления персоналом информационные системы — от профессиональных 1С или SAP до классического Excel. К 2017 году открылось значительно больше возможностей,

ориентированных под цели и задачи HR направления: актуальные приложения, которые считают уровень вовлеченности персонала, определяют геймификацию обратной связи, а также доступные по установке и стоимости комплексные облачные системы.

Часть решений приходит в управление человеческими ресурсами из ИТ и менеджмента проектов. Одним из главных трендов HR в ИТ-индустрии является автоматизация: мобильность систем и бизнес-процессов, реализованная через облачные технологии — на примере облачных HRIS, Google Apps for work и так далее. Обслуживание HR-задач в настоящее время идет посредством автоматизированных систем, например, Jira/Asana». Классические, традиционные офисы уже не оправданы, не продуктивны. Все больше компаний понимает, что для более высокой производительности необходимы самые новейшие технологии. Значительно больше цифровых рабочих мест стало уже в 2016 году. Этот тренд укрепился и в 2017-м, благодаря средствам коммуникации и внедрению носимых технологий в офисе, а также на основании того, что работа сотрудников стала предметом особого внимания и анализа.

Наряду с этим, однако, встали вопросы обработки и использования данных о сотрудниках. Очень непросто организациям обозначить четкую грань между данными, которые можно считать личными, а какие организационными.

Имеются в виду не юридические моменты, а именно HR, так как от данной политики зависит понимание, что значит быть хорошим руководителем, как мотивировать свои сотрудников, как укрепить командный дух.

По нашему мнению, виртуальная социальная реальность является отличным инструментом для HR профессионалов, он способствует безопасности и эффективности рабочую атмосферу. Ряд организаций (такие, как Daydream, Cardboard) оказались гибче и изобретательнее многих конкурентов и активно используют удобные, доступные виртуальные платформы для освоения опыта в данной области.

Рекрутеры, например, могут использовать VR для того, чтобы создать у кандидатов максимально полное представление об офисе, а в будущем улучшить процесс их адаптации на рабочих местах. Автоматизация процессов рекрутинга, безусловно, будет развиваться и дальше, и чтобы снизить расходы, и чтобы значительно расширить существующие возможности в подборе персонала.

Вместе с тем, продолжают обновляться методы работы. Компании оптимизируют свои структуры, чтобы стать еще более конкурентоспособными. В связи с этим, изменения в законодательстве и споры о «нулевых» контрактах, экономике свободного заработка и меняющейся сути самой занятости продолжают как в 2018, так и будут иметь место в последующие годы.

Отметим, что компании будут вынуждены признать, что инвестиции в человеческие ресурсы — один из реальных способов стать конкурентоспособными. Благополучие и уровень удовлетворенности сотрудников должны стать частью стратегии организации, пренебрежение этим может серьезно навредить их бизнес репутации.

Наряду с этим, повсеместно присутствует развитие этических рабочих мест. HR специалистам необходимо установить правила, каким образом вести себя в рамках конфликтных ситуаций и споров на рабочем месте, чтобы, в том числе, сохранить собственные принципы, нужное отношение к работе. Поскольку сегодня работникам необходимо, чтобы к их мнению и суждению прислушивались [7, с. 45]. В настоящий момент, когда обмен опытом и мнениями, благодаря социальным сетям стал стремительным и почти неуправляемым, люди более осознанно воспринимают отклики и отзывы о корпоративных стандартах, атмосфере и ценностях в разных организациях. Их привлекает, однозначно, предлагаемый комфорт, необычные интересные рабочие места, территории отдыха и спорта, но главной остается эмоциональная среда, которая зависит во многом от сердцевины компании, то есть от департаментов управления людьми. Сотрудникам важна возможность не только получать обратную связь, но и давать ее, быть услышанными, понятыми, замеченными, отмеченными, признанными. Правильно организованная система нематериальной мотивации является источником воодушевления сотрудников, стимулирует большую отдачу и преданность компании.

Множество современных явлений переплетает нашу личную и профессиональную жизнь: неравенство, доступность образования, социальная мобильность, демократия, свобода слова, иммиграция и этика технологий. Все это усложняет и одновременно увеличивает возможности HR предоставлять сотрудникам лучшие рабочие места и способствовать улучшению корпоративной атмосферы.



Большое значение, в этой связи, имеет собственный облик, профессионализм и клиентоориентированность членов команды HR. Работа с людьми требует желания, искренней самоотдачи и расположения к этому. Ну, и безусловно, профессиональных знаний, как в понимании человеческих особенностей, так и процедур и HR бизнес процессов.

Отметим, что сегодня HR-аналитика служит основной платформой для принятия управленческих решений. Пользоваться ею стали и менее крупные компании, наряду с корпорациями, у которых солидная технологическая база. Новых и доступных digital-решений с каждым годом становится все больше.

На повестку дня встает вопрос, какие решения должен принимать человек, а какие лучше сделает машина, изучив нужную базу данных.

HR продукт «Люди в цифрах» от HeadHunter предлагает конкурентную аналитику, построенную на информации из вакансий и резюме на hh.ru. Это материал для принятия ряда управленческих решений. Например, если из компании люди уходят к конкурентам с повышением должности, это уже сигнал к тому, что система грейдов требует доработки. Уже сейчас в онлайн кабинетах работодателей отклики отсортированы по принципу соответствия требованиям вакансии. И идет обратный процесс для соискателя — подбор вакансий на основе данных его резюме.

Вместе с тем, отдельный интерес в данном исследовании занимает вопрос развития HR технологий.

Никогда еще не существовало такого большого количества HR технологий, как сегодня. Этот тренд будет и дальше развиваться после 2017 года, так как все больше компаний пытаются структурировать HR процессы. Главное, чтобы не создавались технологии, которые не учитывают практических особенностей рекрутинга. Довольно часто выходят новые продукты, разработчики которых не понимают и совершенно не принимают во внимание все операции, выполняемые специалистами по подбору персонала.

Таким образом, мы можем заключить, что технологии должны помогать специалистам становиться более эффективными.

Отметим, что работа с персоналом сегодня приобретает черты сервиса. Другими словами, отношения между работодателем и сотрудником становятся ближе и взаимопроникают. Работник ищет компанию, которая будет

удовлетворять его потребностям не только в обеспечении материальными благами, но и в вопросах корпоративной культуры, отношений в команде, в признании и так далее. В свою очередь компания, работодатель заинтересованы в контроле впечатлений, эмоций сотрудника, его уровня лояльности. Поэтому по аналогии с клиентским опытом — «customer experience» — появился «employee experience», опыт сотрудника. Как и в ситуации с опытом клиента, опыт сотрудника можно улучшать, развивать. И на помощь придут технологичные HR-решения для сотрудников, созданные с той же детализацией, что и решения для клиентов. Передовые компании уже уходят от стандартных типовых моделей бизнеса B2B или B2C к подходу H2H — «human to human», поскольку любой бизнес делают люди для людей.

И внешние, и внутренние клиенты ценят индивидуальный подход, эмоции бренда. В компаниях, которые стремятся именно к такой репутации, каждый сотрудник ценен и как профессионал, и как личность. Работодателю все более важен ценностный статус сотрудника, насколько его мировоззрение совпадает с ценностями компании. Компания «покупает» не резюме с опытом работы, а именно человека с его компетенциями и личностными ценностями, приоритетами, что необходимо понимать и учитывать.

Сотрудники сегодня не только главная ценность, ресурс, но и зеркало компании, ее лучшая реклама. Именно на этом строится новый современный этап развития HR-брендинга.

Как уже отмечалось, на сферу HR все большее влияние оказывает развитие технологий. Пришло время персонализации контента, и на первый план выходят различные рекомендательные сервисы и программы. Для HR-службы это означает, что потенциальные кандидаты в большей степени ориентируются на отзывы в социальных сетях, чем на официальную информацию на сайте компании. Они однозначно больше поверят отзывам бывших сотрудников, чем мотивирующему вдохновенному видеоролику о работе их мечты. Это означает, что цель HR-команды сделать сотрудников компании подлинными послами бренда. Если сотрудники удовлетворены работой и компанией, счастливы и верят работодателю, они, не задумываясь, будут этим делиться во внешнем мире. Уже сейчас для этого существует много инструментов: выступление на профильной конференции, интервью, статья в журнале, пост в социальных сетях,

приглашение в компанию своих знакомых, регулярное ознакомление их с вакансиями (рассылка).

Немаловажный момент: создание новых организационных структур влечет ряд позитивных изменений для организаций.

Классические иерархии и управление по принципу «сверху-вниз» теряют актуальность, уступая место автономному принятию решений многофункциональными командами, которые активно работают, имеют собственный бюджет и способны молниеносно решать поставленные задачи [8].

Цифровая трансформация – это новый путь построения работы с внутренними и внешними сотрудниками, установления с ними отношений доверия, позволяющими взаимодействовать оперативно, эффективно, на долгосрочной основе.

Основой продуктивности организации становится команда, люди. Рекрутерам важно обеспечить грамотный подбор персонала с необходимыми навыками и ценностной ориентацией, внедрить новые современные методы для улучшения качества результатов.

Среди вышеперечисленных трендов особое место занимает своевременное обучение сотрудников, сочетающее их потребности компании. Сегодня действует множество Интернет-ресурсов и мобильных приложений удобных и адекватных для получения нужной информации. Обучение и развитие персонала, уровень его профессионализма в наше время становятся залогом успеха компании, а не просто приятным бонусом. Обучение и трудовая деятельность тесно связаны и взаимозависимы. Необходимые для успешности сотрудника знания должны быть доступны.

Организации должны учиться друг у друга, делиться опытом и инструментами, и давать людям возможность быстро добиваться успеха в любых обстоятельствах [9]. Именно для этого проходят множество HR мероприятий, как отечественного характера, так и зарубежных. Организованы специальные порталы по обучению и обмену опытом.

Кроме того, компаниям весьма важно иметь направленность на внедрение инноваций. Динамичный темп жизни стремительно меняет ожидания и предпочтения людей, их жизненные приоритеты в ходе взаимодействия с проблемами окружающей среды, способами передвижения, автономными

транспортными средствами, искусственным интеллектом, стремительным совершенствованием средств связи. Поэтому HR-службы должны способствовать внедрению новшеств не только для того, чтобы успевать за всеми происходящими изменениями и технологическими прорывами, но и чтобы стать лидерами в этом направлении.

История бизнесов подтверждает, что только те компании, которые продолжают непрерывно развиваться достигают успех и укрепляют его. Далеко не все компании полноценно используют собственный инновационный потенциал. Однако, если персонал компании максимально вовлечен в цели ее развития, он будет стимулировать внедрение инновационных практик на своих рабочих местах и в своих направлениях бизнеса, и достижения компании по праву будут считаться достижениями ее людей.

Достаточно важное значение сегодня имеет фокус на управление талантами в компании, создание лидерского пула и резерва по разным позициям. Это значительно более эффективный путь, чем просто найм сотрудников. Многие корпорации сотрудничают со школами, вузами и впуская в свою среду новых работников строят HR политику по развитию и продвижению новичков и опытных сотрудников и по укреплению штатной структуры. В основе HR стратегии лежит сегодня долгосрочная ориентация. Компании строят планы по развитию бизнеса на продолжительные периоды и подтягивают под них систему управления персоналом. И компании и сотрудник заинтересованы в дальних совместных горизонтах, что значительно укрепляет позиции обеих сторон, уводит от прежних стремлений перекупать профессионалов, например, у конкурентов. Становится проще их выращивать у себя. И строить социальную корпоративную политику так, чтобы сотрудники имели высокий уровень лояльности и оставались в бизнесе надолго, но не пассивно, а росли вместе с ним.

Значимую роль в поддержке такой модели сотрудничества играют корпоративные университеты, внутренние и внешние программы обучения персонала разных статусов. Статистический анализ PwC Saratoga зафиксировал очевидный рост количество часов обучения на штатную единицу выросло с 15,2 до 19,2 в период 2014–2015 гг. Продолжают оставаться актуальными вопросы оценки эффективности обучения, его влиянию на бизнес и мотивацию персонала. Растет потребность в использовании обучающих онлайн-платформ, в накоплении, сохранении и передаче знаний в компании, сохранении

преемственности. Управление знаниями также является на большинстве предприятий зоной ответственности HR-команды.

По имеющимся в СМИ, данным около 80% CEO серьезным бизнес-риском для себя называют дефицит профессиональных кадров. Казахстанские компании проявляют чуткость к ключевым HR трендам, в частности, прибегают к построению систем развития и управления талантами. Идет естественное балансирование между стремлением сокращения расходов и качеством подготовки квалифицированных кадров, увеличением среднего количество часов обучения на штатную единицу. Имеются компании, которые делают акцент на внутреннее обучение, формируют команду внутренних тренеров, стараются экономить на провайдерах и тренинговых компаниях, другие фокусируются на внешних обучающих компаниях и специалистах, используют их в качестве инструмента развития, мотивации и удержания персонала. Выбор какого-то одного конкретного инструмента развития заметен и в других направлениях, так например, в управлении результативностью деятельности, программах преемственности знаний и развитии кадрового резерва, в работе с ценностным предложением работодателя (*employee value proposition*).

Иными словами, управление персоналом организации является тем базовым, основополагающим уровнем, который взаимодействуют с самыми многочисленными ресурсами труда - человеческими. Персонал - первичный и конечный элемент управления компанией, и только «управляемая» организация в состоянии полноценно пополнять, развивать и использовать свой резерв. Управлением считается «обеспечение выполнения работы с помощью других лиц» и «умение добиваться поставленных целей, направляя труд, интеллект, мотивы поведения людей, работающих в организации». «Управление - это особый вид деятельности, превращающий неорганизованную толпу в эффективную целенаправленную и производительную группу» [10]. Через управление человеческими ресурсами решается вопрос управления всей многофакторной системой предприятия, организации. Управление компанией - это, в первую и в главную очередь, управление персоналом. В качестве объекта управления всегда выступает сотрудник (или рабочий коллектив, команда), как с точки зрения управления персоналом, так и глобального управления. Такое единство объектов дает основание для каскадирования всех практических и

теоретических знаний и подходов к вопросу управления от общего к частному, с управления в целом - к управлению конкретно персоналом.

Система методов управления персоналом определяется во многом стратегией компании и может быть представлена следующим образом:

- методы административные (те, которые соотносятся с мотивами поведения людей: принятие труда как потребности, его дисциплины и культуры, персональной ответственности, - они напрямую регулируют трудовую деятельность посредством закрепленных и обязательных для выполнения каждым сотрудником норм, правил, регламентов);

- методы экономические (опосредованно воздействуют на персонал и базируются на их материальном поощрении);

- методы социально - психологического характера (используют формальные способы стимулирования, опираются на индивидуальные и групповые особенности, потребности, интересы, склонности).

В этом смысле показателен опыт японского управленческого менеджмента. Он успешно заимствуется и западноевропейскими, и американскими бизнесами, например, HR стратегия «уплотненной технологии» (многие видят за ним будущее для организаций 21 века). В Японии на государственном уровне действует закон о профессиональной квалификации и переквалификации кадров в рамках фирм. Построенная система обеспечивает гибкую оперативную переориентацию и адаптацию человеческих ресурсов в соответствии с внешними внутренними потребностями производства. Подобная организация труда повысила уровень вовлеченности сотрудников, их мобильность лояльность, но главное - обеспечила стабильность развития, как людей, так и прибыльного бизнеса. Японский подход обеспечен национальными традициями и особенностями, в том числе, в кадровой политике организаций, поэтому стабильный кадровый состав является для фирмы самоцелью, которая достигается именно за счет охвата внутренним обучением, особенно в крупных Компаниях (численностью от 1 тысячи единиц персонала). Достигается подготовка людей за счет специально организованных курсов, как в рабочее, так и в свободное время.

Опыт США свидетельствует о том, что американские работодатели намного с меньшим энтузиазмом инвестируют в обучение и развитие персонала

что приводит к потере кадров, даже минимальное вложение в которых достается затем конкурентам. . О таком же эффекте можно говорить, относительно США, в сфере глобального использования человеческого капитала полностью «выращенного» средствами иных государств, за счет уникальной селекции иммиграционной политики [11].

Что касается Великобритании, последнее пятилетие в этой стране увеличила на 15 % число сотрудников, проходящих корпоративное обучение. Крупнейшие транснациональные корпорации готовы инвестировать в кадровое развитие от 2 до 10% фонда заработной платы.

Есть своя специфика и в подходе к подготовке персонала во Франции. Здесь можно наблюдать набирающую обороты модель по развитию внутреннего обучения. Организация является заказчиком и сама решает, чему учить и в какой форме, то есть определяет форму и содержание проводимого обучения с учетом актуальных потребностей своего развития. Это дает возможность для бизнеса быть гибким, мобильным и адаптивным к условиям рынка, в том числе.

Каждый год в разных странах мира проходят многочисленные HR конференции, и цель многих из них сделать пребывание человека на рабочих местах более комфортным и здоровым. Люди проводят на предприятии большую часть своей жизни. Именно HR направление становятся сегодня носителями и защитниками экологических норм существования и взаимодействия людей в коллективе. HR команды иницируют самые гуманные, важные для самооценки людей социальные инициативы и акции. Люди в компаниях не только работают, но и учатся, развиваются, достигают свои личные цели, формируют статус, авторитет, создают отношения и узы. Если HR возглавляет этот процесс, его рейтинг и доверие со стороны сотрудников максимальные. Все это способствует преобразованию рабочего коллектива в живую, единую команду организации, стимулирующую изменения, поддерживающую энтузиазм, способствующую стратегическому прибыльному развитию компании и каждого отдельного сотрудника.

Таким образом, обозначенные нами существующие сегодня тенденции управления персоналом, являются ориентиром для продвижения отечественного HR-направления, для повышения эффективности бизнеса и профессионализма работников, нацеленных на достижение стратегических задач корпоративного развития.

Список использованной литературы:

1. Портер М. Конкуренция Уч. пос. – М: ИД «Вильямс», 2000 г.
2. Российский рынок периодической печати. Состояние, тенденции и перспективы развития: Доклад / Под общ. ред. В. В. Григорьева. – М.: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, 2008 -2009 гг.
3. Томпсон А.А. Стрикленж А. Дж. Стратегический менеджмент. Концепции и ситуации для анализа. 12-е издание. – М: ИД «Вильямс», 2003 г.
4. Шекшня С. «Как это сказать по-русски?» Современные методы управления персоналом в современной России. М: ИД Журнал "Управление персоналом", Интел-Синтез, 2003 г.
5. Manfred Kets De Vries «The Leadership Mystique: Leading behavior in the human enterprise (2nd Edition) 2009



**Кабакова Г.Е.**

*Старший преподаватель кафедры «Экономика и менеджмент», магистр экономики*

## **МОЛОДЕЖНАЯ ПРАКТИКА, КАК РЕШЕНИЕ ПРОБЛЕМЫ ЗАНЯТОСТИ**

Устойчивое развитие рынка труда во многом определяется эффективностью государственной социально-экономической политики, базирующейся на принципах равных возможностей трудоустройства всех граждан страны, обеспечения полной, продуктивной и эффективной занятости, повышения качества трудовых ресурсов, повышения производительности труда.

Глава государства Н.А.Назарбаев в Послании народу Казахстана от 10 января 2018 года «Новые возможности развития в условиях четвертой промышленной революции» подчеркнул: «Важно обеспечить эффективность рынка труда, создать условия, чтобы каждый мог реализовать свой потенциал» [1].

На рынке труда Казахстана за последние 10 лет наблюдается положительная динамика. По сравнению с 2006 годом вместе с ростом численности экономически активного населения на 11%, увеличилось число наемных работников на 1,5 млн. человек, снизилась численность безработных на 178 тыс. человек и самозанятых на 448 тыс. человек.

Уровень безработицы (общая, молодежная, долгосрочная) сократился в среднем на 47% и составляет сегодня 4,9% (455 тыс.) от численности экономически активного населения. За время действия программы «Дорожная карта бизнеса-2020» меры государственной поддержки получили 770 тыс. граждан. в результате трудоустроено 580 тыс. человек на постоянные рабочие места[2].

Вместе с тем, сохраняются следующие системные проблемы, влияющие как на рынок труда, так и дальнейший экономический рост:

- 1) низкое качество трудовых ресурсов;
- 2) непродуктивная занятость;
- 3) недостаточная генерация рабочих мест в экономике.

Одной из программ, направленных на улучшение состояния рынка труда нашей страны является внедрение молодежной практики.

Молодежная практика – вид трудовой деятельности, осуществляемый выпускниками организаций образования, реализующих образовательные программы технического и профессионального, после среднего, высшего и послевузовского образования, с целью приобретения первоначального опыта работы по полученной профессии (специальности).

Молодежная практика предназначена специально для безработных из числа выпускников организаций образования, реализующих образовательные программы технического и профессионального, после среднего, высшего и послевузовского образования по полученной профессии (специальности), не старше двадцати девяти лет.

Молодежная практика организуется путем создания временных рабочих мест и имеет следующие особенности:

молодежная практика предназначена специально для получения выпускниками первоначального опыта работы по полученной профессии (специальности) в течение 3 лет после завершения обучения в соответствии с Программой развития продуктивной занятости и массового предпринимательства на 2017-2021 годы;

2) оплата труда участников молодежной практики производится за счет средств республиканского или местного бюджетов, а также из источников, не запрещенных законодательством Республики Казахстан;

3) количество рабочих мест не ограничено, работа носит временный характер и для ее организации не используются постоянные рабочие места и вакансии.

В следующей таблице мы можем увидеть перспективы развития рынка труда через содействие занятости населения.

Таблица 1. Показатели результатов по поддержке в обеспечении занятости определенных категорий граждан.

№	Наименование показателя	Ед. изм.	Годы реализации				
			2017	2018	2019	2020	2021
1	Доля лиц из числа обратившихся в центры занятости населения	%	75	78	83	87	90
2	Доля трудоустроенных из числа обратившихся в центры занятости населения	%	65	67	70	72	75
3	Доля молодежи до 29 лет, трудоустроенной на постоянные рабочие места, из числа обратившихся в центры занятости	%	60	65	68	70	75
4	Количество участников молодежной практики	Тыс. чел.	12,7	13,2	13,6	13,8	14

Из этой таблицы видно, что с каждым годом будет расти количество участников молодежной практики, что позволит в достаточной степени увеличить показатели занятости в нашей республике.

Если рассмотрим Кызылординскую область, то по данным областного акимата, с начала 2018 года на молодежную практику направили чуть больше 2 тысяч человек при плане 1395. На предприятиях и организациях 740 человек практику уже прошли, после ее окончания трудоустроены 125 молодых специалистов [4].

Для молодежи это хорошая возможность получить первоначальный опыт, а в последующем трудоустроиться. Молодежная практика реализуется во всех регионах страны через центры занятости. По условиям программы молодой специалист может проходить практику в любой организации, независимо от формы собственности. Государство полностью оплачивает его заработную

плату. Работодатель по своему усмотрению может доплачивать практиканту, определять условия его работы, объем выполняемых обязанностей. Проходить практику нужно в течение шести месяцев, после чего по инициативе работодателя и с согласия участника молодежной практики возможно получить постоянную работу.

Наряду с государственной поддержкой, будущее молодых специалистов зависит от их мобильности, целеустремленности, упорства и конкурентоспособности. О конкурентоспособности говорил и президент Казахстана Нурсултан Назарбаев в своей статье "Рухани жангыру": "Любому казахстанцу, как и нации в целом, необходимо обладать набором качеств, достойных XXI века. И среди безусловных предпосылок этого выступают такие факторы, как компьютерная грамотность, знание иностранных языков, культурная открытость", - писал глава государства [5].

#### Список использованной литературы:

- 1.Послание Президента Республики Казахстан Н.Назарбаева народу Казахстана «Новые возможности развития в условиях четвертой промышленной революции»10 января 2018г.
2. «Проблемы и перспективы развития сферы занятости». Справочник центров занятости населения и частных агентств занятости по Республике Казахстан. Астана,2018г.
- 3.Программа развития продуктивной занятости и массового предпринимательства на 2017-2021 годы, утвержденный постановлением Правительства Республики Казахстан от 29.12.2016 г. № 919
4. <https://ru.kyzylorda-news.kz/>
- 5.Послание Президента РК «Болашаққа бағдар: рухани жаңғыру», 12.04.2017г.

## Marketing a management

**К.е.н. Рижкова Г.А.**

*Університет імені Альфреда Нобеля м. Дніпро, Україна*

### **КРИТЕРІЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОВАРІВ**

Товар - головний об'єкт на ринку. Він має вартість і споживчу вартість (або цінність), володіє певною якістю, технічним рівнем і надійністю, що задається споживачами корисністю, показниками ефективності у виробництві і споживанні, іншими вельми важливими характеристиками. Саме в товарі знаходять висвітлення всі особливості і протиріччя розвитку ринкових відносин в економіці. Товар – точний індикатор економічної сили й активності виробника. Дієвість чинників, визначальних позиції виробника, перевіряються в процесі конкурентного суперництва товарів в умовах розвинутого ринкового механізму, що дозволяє виявити відмінності даного товару від товару-конкурента як за ступенем відповідності конкретній суспільній потребі, так і за витратами на її задоволення. Для цього товар повинен мати визначену конкурентоспроможність.

Конкурентоспроможність товару - це такий рівень його економічних, технічних і експлуатаційних параметрів, який дозволяє витримати суперництво (конкуренцію) з іншими аналогічними товарами на ринку. Крім того, конкурентоспроможність - порівняльна характеристика товару, що містить комплексну оцінку всієї сукупності виробничих, комерційних, організаційних і економічних показників щодо вона визначається сукупністю споживчих властивостей даного товару-конкурента за ступенем відповідності суспільним потребам з урахуванням витрат на їх задоволення, цін, умов постачання й експлуатації в процесі продуктивного і (або) особистого споживання. Розглянемо окремо всі складові показники конкурентоспроможності товару.

Технічні показники товару визначаються оцінкою відповідності його технічного рівня, якості і надійності сучасним вимогам, які висуваються споживачами на ринку. Ці вимоги найбільш повно відображають їх громадські й потреби при досягнутому (прогнозованому) рівні соціально-економічного розвитку і науково-технічного прогресу як у нас в країні, так і за кордоном.

Основні вимоги споживачів до технічних показників знаходять висвітлення в національних і міжнародних стандартах.

Якість товару - це ступінь досягнення встановленого технічного рівня при виробництві кожної одиниці товарної продукції. Воно визначається або органолептичним методом (за допомогою органів почуттів), або лабораторними дослідженнями з використанням приладів, апаратів, реактивів і інших технічних засобів.

Для оцінки конкурентоспроможності використовуються непрямі критерії, які можна поділити на дві основні групи: споживчі і економічні. Класифікація цих критеріїв показана на рис. 1.

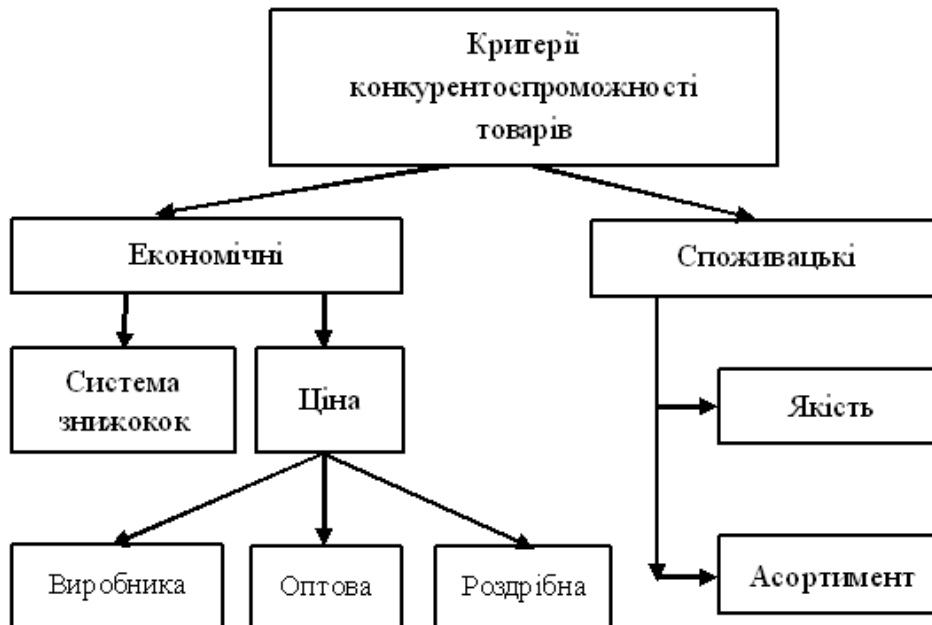


Рис. 1. Класифікація критеріїв конкурентоспроможності товарів

Як можна переконатись, аналізуючи рис. 1., одним з найголовніших критеріїв, що визначають конкурентоспроможність підприємства є ціна.

Для різних категорій споживачів і груп товарів конкурентоспроможність забезпечується різними видами цін: закупівельними (цінами виробника), оптовими і роздрібними.

Ціна виробника визначається значною мірою конкурентоспроможністю будь-яких товарів і створює економічні переваги для всіх учасників розподілу товарів на ринку, в тому числі і торгових посередників. Причому привабливість

ціни встановлюється в комплексі з основними характеристиками споживчої вартості. Так, низька закупівельна ціна товару за рахунок зниженого якості може виявитися неприйнятною для підприємства-виготовлювача, який вибрав напрямок товарної політики на поліпшення якості. Найчастіше гнучка система знижок, що знижують закупівельну ціну в залежності від обсягу товарної партії, забезпечує конкурентоспроможність товару, а також масовість його продажів.

Оптова ціна впливає на конкурентоспроможність торгових посередників (дилерів, дистриб'юторів, агентів та ін.). Доступність оптової ціни створює комерційні переваги і для всього ринку розподілу товарів і значною мірою впливає роздрібний товарообіг.

Роздрібна ціна визначається ціною оптовою і витратами на транспортування, зберігання, рекламу, а також на сплату податків і зборів, страхування і утилізацію.

Роздрібна ціна може служити не тільки критерієм конкурентоспроможності товарів конкретного виробника, а й одним із засобів створення споживчих переваг для індивідуальних споживачів товарів.

До економічних критеріїв, крім ціни, відносяться також знижки на товари, які, в кінцевому рахунку, і визначають фактичну роздрібну ціну. Система знижок встановлюється підприємствами в залежності від кількісних характеристик покупки (обсягу товарної партії, кількості одиничних екземплярів товарів), часу продажу (сезонні розпродажі), стабільності придбання товарів (знижки для постійних покупців) і інших критеріїв.

В контексті вищесказаного в підприємницької діяльності необхідно аналізувати конкурентне середовище та всі складові показники конкурентоспроможності товару на будь якому підприємстві і робити це регулярно.

**Д. с.-х. н. Молдашев Г.К., к.э.н. Дулатбекова Н.С., к.э.н. Баетова М.Т.**  
*Международный Университет Бизнеса, Алматы, Казахстан*

## **ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ СМК В АО СТРАХОВАЯ КОМПАНИЯ «ЛОНДОН-АЛМАТЫ»**

По мнению М.Г. Круглова [1], для обеспечения конкурентоспособности предприятия необходимы не только инновационная инфраструктура и компетентный персонал, но и профессиональная система управления, на основе МС ISO 9001, т.е. СМК. Методологические основы управления организацией на основе менеджмента качества заложены в 50-80 гг. XX в. известными зарубежными учеными - Э. Деминг, Дж. Джуран, К. Исикава и др. Значительный вклад в развитие этой науки внесли отечественные специалисты А. Абдрахманов, В. Соловьев, В. Графкин и др. [1,2].

На начало 2018г. по данным [3], в стране сертифицировали свою деятельность на соответствие МС ISO 9001 более 8200 предприятий. Для потребителей наличие таких систем управления у товаропроизводителей является гарантией того, что им будет поставлена продукция требуемого качества. Вместе с тем, анализ литературы за последние годы показывает, что во многих предприятиях функционирующая СМК не дает ожидаемой пользы по обеспечению их конкурентоспособности, т.к. ее инструменты недостаточно адаптированы к специфике менеджмента отечественных организаций. В последние пять лет наблюдается тенденция снижения интереса хозяйствующих субъектов к МС ISO. Поэтому изучение СМК, как фактора повышения конкурентоспособности АО страховая компания «Лондон-Алматы», выявление ее проблем и разработка предложений по их улучшению актуальная задача.

АО «СК «Лондон-Алматы» (далее АО СК) на сегодня, согласно исследованию журнала «Exclusive», входит в ТОП - 50 компаний Казахстана с наилучшей репутацией, является одной из крупных коммерческих организаций на рынке страховых услуг, обеспечивающая защиту физических и юридических лиц от различных рисков и возмещение их ущерба. В её структуре работают 200 чел., в т.ч. АУП – 110, ИТП – 40, ОП – 50 чел., основные потребители - АО «Баян



Сулу», «Эйр Астана», «Казхтелеком», «НК КазМунайГаз», «КазТрансГаз», «КТЖ», «Сбербанк», а также граждане РК [4].

Таблица 1 - Основные финансовые показатели АО СК, млн. тенге

Показатели	Годы			Отклонение 2017/2015, %	Отклонение 2017/2016, %
	2015	2016	2017		
Активы	11 065,8	14 304,3	14 393,0	30	1
Собственный капитал	6 738,1	9 390,8	8 831,6	31	-6
Страховые премии, брутто	4 459,5	3 424,2	6 300,1	41	84
Страховые премии, нетто	3 363,0	1 818,1	2 959,2	-12	63
Заработные премии, нетто	3 158,3	2 269,6	2 834,5	-10	25
Страховые выплаты, нетто	929,6	776,7	589,4	-37	-24
Чистая прибыль	-170,7	2 740,6	1 009,8	492	-63
<i>Примечание – составлена авторами по материалам годовых отчетов</i>					

Как видно из табл. 1, тенденция динамики ключевых финансовых показателей АО СК за последние годы – позитивная. Активы, собственный капитал и страховые премии в 2017г. по сравнению с 2015г. увеличились на 30-41%, а страховые премии, заработные премии и страховые выплаты - уменьшились на 10-37%. Чистая прибыль увеличилась на 492%. По финансовым показателям за последние годы компания удерживает 11 позицию из 32 страховых организаций РК, имеет рейтинг высокой надежности (А+) от «Эксперта РА Казахстан».

Нормативная документация СМК АО СК [4,5]: руководство по качеству от 01.06.2012, политика качества от 24.01.2014, стратегия развития на 2004-2010 гг. от 14.11.2003, управление документацией, управление записями, внутренний аудит, управление несоответствующей услугой, корректирующие и предупреждающие действия, положение о деятельности, оценивание рисков, осуществление продаж.

Мотивами внедрения СМК в управление компании - послужили необходимость решения следующих её проблем:

- создания возможностей обеспечения лояльности потребителей;
- демонстрации соответствия качества услуг и процессов установленным требованиям;
- улучшения взаимосвязи между ключевыми бизнес-процессами;
- построения саморазвивающейся СМК адаптивной к условиям среды;
- формирования основы для создания современной корпоративной культуры;
- совершенствования УЧР освоением принципов лидерства, мотивации, вовлечения и сотрудничества.

Организационная деятельность АО СК по разработке, созданию и совершенствованию СМК в соответствии с требованиями МС ISO серии 9000, проводимая с 2004 г. - это не построение системы управления на основе качества с чистого листа, а наведение порядка в существующей системе управления путем исключения негативных и «встраивания» элементов менеджмента качества по правилам ИСО. Отсюда, реально функционирующая СМК компании – это сложный и эволюционный процесс трансформации сертифицированной организации от функционального к процессному менеджменту. Отличие процессного менеджмента от функционального в том, что основное внимание менеджмента концентрируется не на функциях подразделений, а на межфункциональных процессах, объединяющих отдельные функции в общие потоки и нацеленных на конечные результаты деятельности организации. Процессный подход к управлению организацией направлен на постоянное улучшение качества продукта (услуг) и удовлетворение клиента. Оно признает, что цель (желаемый результат) достигается эффективнее, когда деятельностью и

ресурсами управляют как процессом. Реализация процессного подхода в управлении АО СК включала выполнение следующих мер [4]:

- определение перечня основных, управленческих и вспомогательных процессов и построение схемы их взаимосвязи;
- определение владельцев процессов, ответственных за управление ими;
- разработка и описание процессов в документированных процедурах и положениях о деятельности;
- ресурсное и информационное обеспечение процессов;
- осуществление мониторинга, анализа и оценки процессов;
- улучшение процессов по результатам их анализа и оценки.

Руководством АО СК определены и описаны в QM-AL-9001:2008 [4], 6 основных, 3 управленческих и 7 вспомогательных процессов (рис. 1).

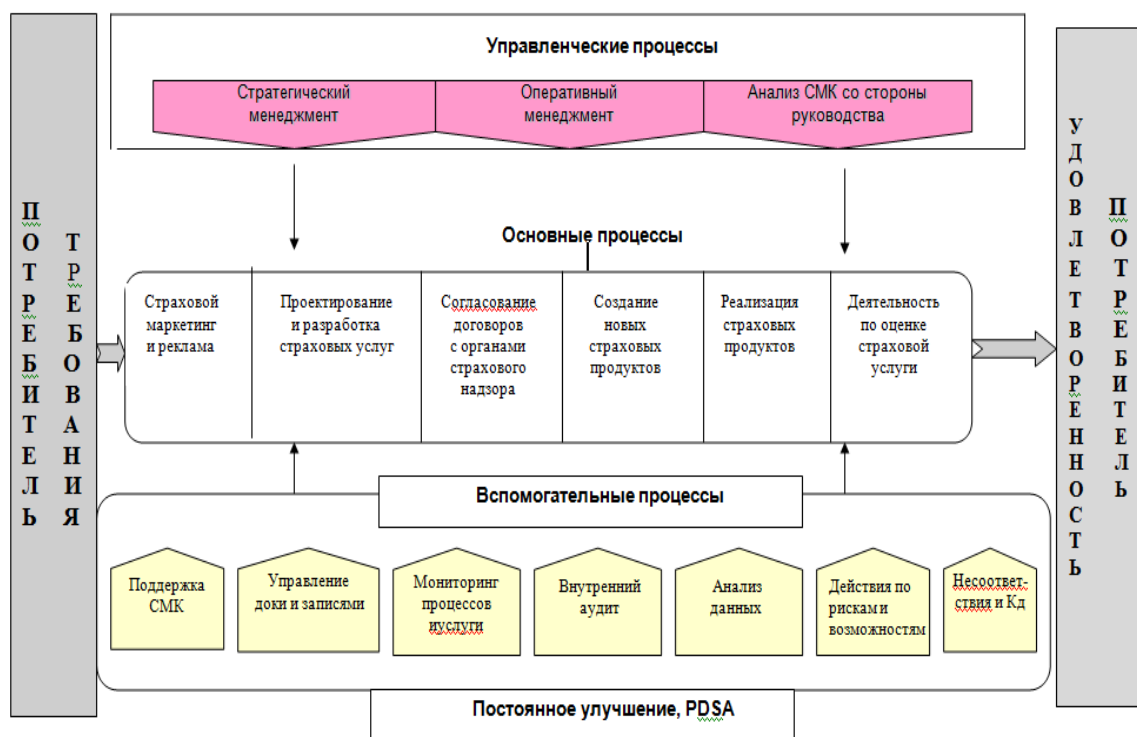


Рисунок 1 – Схема взаимосвязи процессов АО СК

Примечание – источник [4]

К фактам, подтверждающим улучшение деятельности АО СК за счет функционирующей СМК относятся:

- Диплом в номинации «Лучшая страховая компания по качеству предоставляемых услуг», Караганда, 2010 г.;

- Почетный диплом за эффективный страховой бизнес и активное участие в деятельности «Казахстанской Ассоциации предпринимателей», Караганда, 2012г.;

- Свидетельство Рейтинга высокого уровня надежности (A+) «Эксперта РА Казахстан», Астана, 2014г.

Оценка результативности функционирующей СМК проводилась АО «НацЭКС» на основе сертификационного (2014г.), ресертификационного (2017г.) и ежегодных инспекционных внешних аудитов [6].

SWOT-анализом СМК АО СК, установлены следующие ее сильные стороны внутренней среды:

- реально функционирующая СМК на основе СТ РК ISO 9001-2009;
- наличие политики качества на 2014г., руководства по качеству от 2012г. и годовых целей качества подразделений;
- высокий уровень вовлеченности сотрудников в успех компании;
- 11 позиция из 32 страховых компаний РК по состоянию на 1.11.17 г.;
- наличие рейтинга высокой надежности (A+) «эксперта РА Казахстан»;
- защищенность страхового портфеля на основе - договоров облигаторного перестрахования по имущественным и инженерным рискам (Risk XOL), по покрытию катастрофических убытков (CAT XOL), по перестрахованию грузов;
- наличие международных страховочных программ;
- регулярный мониторинг и самооценка процессов, услуг и систем менеджмента на основе внутренних и внешних аудитов;
- обучение сотрудников страховым продуктам и основам страхования.

Слабые стороны и проблемы внутренней среды:

- филиалы компании присутствует не во всех городах Казахстана;
- отсутствие службы аварийного комиссариата в структуре региональных филиалов;
- не оперативность оформления страхового полиса и страховой выплаты;

- наличие на рабочих местах не актуализированных документов: (Политика в области качества (пересмотр 04.01.2015г.); Руководство по качеству (пересмотр 01.06.2015г.); Стратегический план развития АО СК на 2004-2010 гг.)

- цели подразделений на 2018г. не измеряемые, оформлены в виде плана работы;

- отсутствие плана перехода на версию СТ РК ISO 9001-2016;

- не доступность материалов по анализу СМК со стороны руководства.

Благоприятные возможности внешней среды:

- политическая стабильность, единство и созидание, обеспечивающие вхождение РК в 30-ку развитых стран;

- рост интереса потребителей к системе новых видов страхования;

- улучшение темпов роста экономики РК;

- внедрение новых продуктов;

- развитие входящего перестрахования.

Потенциальные угрозы внешней среды:

- высокие аквизиционные расходы и демпинг на страховом рынке;

- рост количества страховых компаний, имеющих международный рейтинг финансовой устойчивости;

- ограничение конкуренции на страховом рынке со стороны финансово-промышленных групп.

Выводы:

- Функционирующая СМК АО СК, поддерживается в рабочем состоянии, улучшается и соответствует требованиям СТ РК ISO 9001-2009;

- Не оперативность оформления страхового полиса и страховой выплаты, в связи со сложностью восприятия клиентами текста договора;

- Наличие не актуализированных документов стратегического уровня;

- Годовые цели подразделений по качеству не измеряемые, оформлены в виде плана работы на 2018г. и не имеют санкционированного статуса;

- Отсутствие плана перехода на 5 версию СТ РК ISO 9001-2016 (не изученность контекста и SWOT-анализа состояния СМК за 2016-2018гг.

- Закрытость организационной культуры компании проявляется в не доступности материалов по анализу СМК со стороны руководства.

Предложения по улучшению менеджмента качества АО СК:

- Разработать и реализовать план мероприятий на 2019г. по переходу с 2020г. на пятую версию СТ РК ISO 9001-2016, с актуализацией имеющихся и описанием вновь требуемой доки;

- Разработать Стратегический план развития компании на 2020-2025гг.

Литература:

1. Круглов М.Г., Шишков Г.М. Менеджмент качества как он есть / М.Г. Круглов, Г.М. Шишков. - М.: Эксмо, 2006. – 551 с.

2. Огвоздин В.Ю. Управление качеством : Основы теории и практики: учеб. пособие. 6-е изд. / В.Ю. Огвоздин. - М.: «Дело и сервис», 2016. –293 с.

3. Жуков А. Стандарты качества оправдывающие ожидания / А. Жуков // Казахстанская правда. – 2018. 15 октября

4. Руководство по качеству. QM-AL-9001:2008 от 01.06.2012

5. Стратегия развития АО «СК «Лондон-Алматы» на 2004-2010 гг.

6. Эл. ресурс. Режим доступа: Web сайт - [www.laic.kz](http://www.laic.kz)

**Д. с.-х. н. Молдашев Г.К., к.э.н. Дулатбекова Н.С.,  
к.э.н. Баетова М.Т.**

*Международный Университет Бизнеса, Алматы, Казахстан*

## **УПРАВЛЕНИЕ СМК В ТОО «СЕРТИФИКАЦИОННЫЙ ЦЕНТР ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА»**

В эпоху наукоемких технологий, по мнению проф. В. Ю. Огвоздина [1], для обеспечения конкурентоспособности предприятия необходимы не только инновационная МТБ и креативная команда, но и отлаженная система управления предприятием на основе качества. Поэтому Япония ещё в 50-х, США в 70-х, Англия, Германия и Франция в 80-х гг. XX в. приняли как руководство к действию аксиому управления предприятием на основе СМК.

Стратегия вхождения Казахстана в топ - 30 стран мира не возможно без масштабного внедрения СМК, т.к. предприятиям не имеющим сертификата МС ISO на свою систему управления – закрыт выход на рынки сбыта. Поэтому, Н.А. Назарбаев в Послании народу РК от 2017г. «Третья модернизация Казахстана: глобальная конкурентоспособность» подчеркивает, что «Качество менеджмента и корпоративного управления в стране следует подтянуть до международного уровня» [2].

Вместе с тем, обобщение современной периодики показывает, что вопросы «встраивания» СМК в единую систему управления предприятием в условиях Казахстана изучены недостаточно. В большинстве предприятий она не дает ожидаемого эффекта. Поэтому, поиск возможностей повышения результативности СМК ТОО «Сертификационный центр индустрии гостеприимства» (далее ТОО «СЦИГ»), является актуальной для изучения.

ТОО «СЦИГ» - частная коммерческая фирма, созданная в 2012 г. и единственный в стране независимый отраслевой сертификационный центр по подтверждению соответствия квалификации персонала предприятий туристической отрасли и индустрии гостеприимства, а также выпускников ТиПО и ВО по специальностям туризма, гостиничного и ресторанного бизнеса - требованиям ГОСТ ISO/IEC 17024-2014 [3]. На начало 2018г. здесь работали 8 чел., общий доход от реализации услуг за 2017г. более 25 млн. тенге, выдано 1260

сертификатов выпускникам колледжей. Основные потребители - предприятия различных форм собственности туристической сферы, гостиничного бизнеса, общественного питания, учебные заведения ТиПО и ВУЗы по специальностям туризма и индустрии гостеприимства [4].

Таблица 1 – Информация о выдаче сертификатов ТОО «СЦИГ», шт

№	Процедура	Год	Всего	в т.ч. по специальностям		
				туризм	гостиничное дело	организация питания
1	Пилотная сертификация	2014	55	35	20	-
2	Сертификация выпускников колледжей	2016	597	113	129	355
3	Сертификация выпускников колледжей	2017	1260	450	140	670
4	Сертификация персонала	2017	6	-	-	6
	Итого		1918	598	289	1031
<i>Примечание – составлена авторами по данным годовых отчетов</i>						

Как следует из табл. 1, возможности фирмы используются не полностью, из-за отсутствия законодательных норм Правительства, прописывающих обязательность процедуры сертификации персонала по всем отраслям экономики. Документированная информация (далее доки) СМК ТОО «СЦИГ»: руководство по качеству, политика качества, управление документацией, записями, внутренний аудит, корректирующие действия, анализ СМК со стороны руководства, схема сертификации специалистов; положения – об органе по подтверждению соответствия персонала, о комиссии по беспристрастности, об учебном центре [6].

Мотивами внедрения СМК в ТОО «СЦИГ» - послужили необходимость:



- обеспечения способности фирмы предоставлять качественные услуги, удовлетворяющие требования потребителей и значимых стейкхолдеров;
- направления усилий на риски и возможности, связанные с её средой;
- демонстрации соответствия качества предоставляемых услуг, процессов и СМК установленным требованиям;
- построения саморазвивающейся СМК адаптивной к условиям среды;
- формирования базы для создания корпоративной культуры;
- оптимизации доки и ответственности менеджеров по процессам;
- участия в тендерах на получение госзаказа.

Анализ и обобщение материалов СМК ТОО «СЦИГ» [5,6], позволяют, к числу ключевых вопросов, связанных с созданием СМК отнести:

- организационные меры и инициативы руководства по разработке, созданию и совершенствованию модели СМК на основе МС ИСО;
- освоение и реализацию принципов ИСО всеми сотрудниками;
- документирование СМК фирмы по требованиям МС ИСО 9001;
- освоение процессного подхода к менеджменту и постепенный отход от функционального менеджмента;
- постоянное улучшение процессов, услуг и систем менеджмента на основе мониторинга и проведения внутренних и внешних аудитов.

Итак, формирование СМК ТОО «СЦИГ» с 2012г. - это наведение порядка в системе традиционного управления путем исключения негативных и дополнения элементов менеджмента качества по требованиям МС ИСО серии 9000, т.е. трудоемкий и эволюционный процесс трансформации сертифицированной организации от функционального к процессному менеджменту. Но, вместе с тем, по мнению экспертов международной гильдии профессионалов качества (Адлер Ю.П., Версан В.Г., Лapidус В.А., Абдрахманов А.А. и др.) [1] получение сертификата ИСО – не панацея от всех проблем предприятия, а лишь начало тернистого пути к совершенству.

Процессный подход к менеджменту направлен на постоянное улучшение качества продукта (услуг) и удовлетворение клиента. Оно признает, что желаемый результат достигается эффективнее, когда деятельностью и ресурсами управляют как процессом. Практическая реализация процессного подхода включала выполнение следующих мер [5]:

- определение перечня основных, управленческих и вспомогательных процессов и их идентификацию;
- определение ответственных лиц за управление и реализацию процесса;
- разработка и описание процессов в процедурах и положениях;
- ресурсное и информационное обеспечение процессов;
- осуществление мониторинга, анализа и оценки процессов;
- улучшение процессов по результатам их анализа и оценки.

Специалистами фирмы определены 6 основных, 3 управленческих и 7 вспомогательных процессов (рис. 1), которые описаны в РК-ОПС-001 [6].

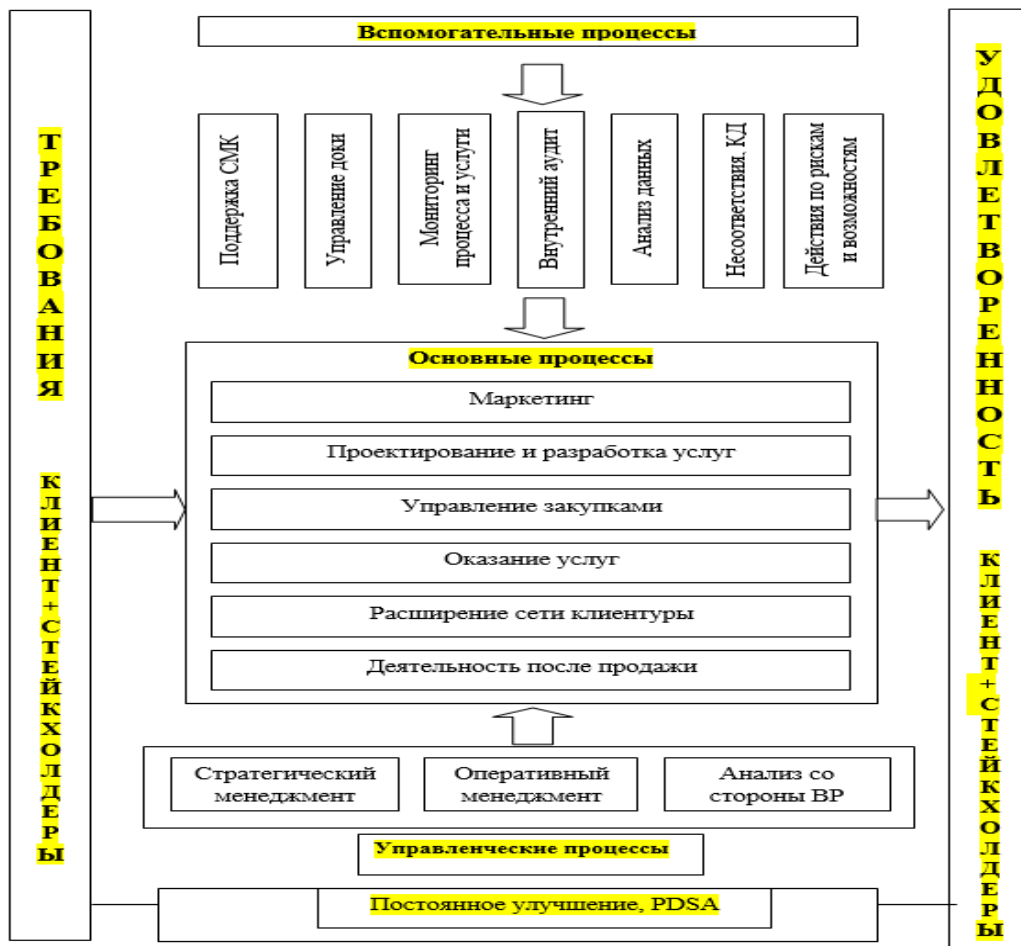


Рисунок 1 – Схема взаимосвязи процессов ТОО «СЦИГ»  
Примечание – источник [6]

За результативность СМК ТОО «СЦИГ» несет ответственность директор, который по СТ РК ISO 9001-2016 [6] должен:

- демонстрировать лидерство и обязательство в отношении СМК посредством принятия ответственности за её результативность (п. 5.1.1а);
- установить личную ответственность и полномочия для отчетности о функционировании СМК и возможностях для улучшения (п. 5.3 с);
- анализировать СМК фирмы через запланированные интервалы времени, чтобы гарантировать ее постоянную пригодность, соответствие и результативность (п. 9.3.1).

Результативность управления – это:

- 1) следствие того, что «делаются нужные, правильные вещи». Если цели организации достигнуты, то она работает результативно [7];
- 2) степень, с которой запланированные задачи выполнены и запланированные результаты достигнуты [8].

Анализ и оценка результативности СМК фирмы проводится по процедуре «Анализ со стороны руководства», на основе информации о результатах удовлетворенности клиентов, достижения целей качества, показателей процессов и услуг, несоответствий и корректирующих действий, аудитов и SWOT-анализа влияния внутренних и внешних факторов на состояние предприятия.

SWOT-анализом СМК установлены следующие ее сильные стороны:

- функционирующая СМК на основе СТ РК ISO 9001-2009;
- политика качества, руководство по качеству, цели качества на год;
- совместно разделяемые большинством сотрудников взгляды, ценности, нормы и принципы поведения;
- высокая степень корпоративной солидарности и лояльности сотрудников к собственной модели СМК;
- единственный независимый центр сертификации по подтверждению соответствия персонала требованиям ГОСТ ISO/IEC 17024-2014.

Слабые стороны и проблемы внутренней среды:

- отсутствие стратегии развития бизнеса на перспективу;
- наличие устаревшей политики качества и руководства по качеству;

- не установлены миссия, видение и цели качества на перспективу;
- отсутствие подготовки для перевода СМК на действующую версию ISO 9001:2015;
- не разработанность механизма риск ориентированного мышления;
- не доступность материалов по анализу со стороны руководства.

Благоприятные возможности внешней среды:

- политическая стабильность, единство и созидание в РК;
- включение в Госпрограмму ФИИР РК требований о необходимости сертификации специалистов и выпускников ТиПО;
- закон РК «О техническом регулировании» (ст. 12), регулирующий порядок создания сертификационных центров во всех отраслях экономики;
- улучшение темпов роста экономики РК.

Потенциальные угрозы внешней среды:

- инфляция тенге и снижение платежеспособности потребителей;
- вероятность захвата ниш рынка сертификационных услуг туристической сферы и индустрии гостеприимства РК аналогичными структурами России.

Выводы

1. СМК фирмы, имея отдельные недостатки в целом поддерживается в рабочем состоянии, является результативной с точки зрения достижения целей качества и соответствует требованиям СТ РК ISO 9001-2009.

2. Не разработанность механизмов развития бизнеса - отсутствие миссии, видения и стратегии развития на 2015-2020гг.

3. Применение устаревших документов менеджмента качества.

4. Инертность менеджмента к условиям среды характеризует отсутствие подготовительной работы по переходу на стандарты ISO 9001:2015 с 01.01 2018 г. (не разработанность механизма риск ориентированного мышления, не изученность контекста организации, не освоенность принципов СМК в качестве инструмента УЧР).

6. Не разработанность критериев оценки руководителей, ответственных за бизнес процессы - признак не зрелой СМК.

## Предложение

- Разработать план мер на 2019г. по переходу с 2020г. на 5 версию СТ РК ISO 9001-2016, с актуализацией просроченных и идентификацией вновь требуемых доки и процессов.

### Литература:

1. Огвоздин В.Ю. Управление качеством : Основы теории и практики: учеб. пособие. 6-е изд. / В.Ю. Огвоздин. - М.: «Дело и сервис», 2016. –293 с.
2. Назарбаев Н.А. Послание народу Казахстана Президента «Третья модернизация Казахстана: глобальная конкурентоспособность» от 31 января 2017 г. / Н.А. Назарбаев // Казахстанская правда. 31 января 2017 г., № 20.
3. ГОСТ ISO/IES 17024-2016 - Требования к органам по сертификации персонала. Астана, 2012. – 33 с.
4. Web сайт - [www.kaztour-association.com](http://www.kaztour-association.com)
5. РК-ОПС-001- Руководство по качеству, 2014. - 28 с.
6. СТ РК ISO 9001-2016, СМК - Требования. - Астана, 2016. - 36 с.
7. Репин В.В. Моделирование бизнес-процессов / – М.: РИА «Стандарты и качество», 2014
8. [www.pqm-online.com](http://www.pqm-online.com) ISO 9000:2015, СМК – Словарь. 54 с.

**Джангалиев Айвар**

*Магистрант*

*НОУ «Алматы Менеджмент Университет»*

*Высшая Школа Бизнеса*

## **СПЕЦИФИКА УПРАВЛЕНИЯ СЕРВИСОМ ВО ФРАХТОВОЙ КОМПАНИИ**

Фрахт (нем. Fracht, англ. Freight) – обусловленная договором или законом плата за перевозку груза. Транспортировка может осуществляться на автомобиле, поезде, самолете, судне. В настоящей работе ограничимся фрахтом на судах.

Фрахт, как плата за перевозку груза, прежде всего относится к перевозке по договору рейсового чартера или договора фрахтования. Договор фрахта – договор перевозки, согласно которому судовладелец за определенное вознаграждение принимает на себя обязательство перевезти принадлежащий фрахтователю груз или предоставить в его распоряжение для этой цели судно или его часть.

Также фрахтом называют собственно перевозимый на условиях заключенного договора груз.

Лицо, заключившее договор с перевозчиком, называется фрахтователь. Фрахтователем может стать и получатель, и отправитель груза. Фрахтовщик – сторона в договоре фрахтования, которая принимает на себя обязанность осуществить за вознаграждение перевозку груза морем в порт назначения с условием предоставления всего судна, части его или определённых судовых помещений. Фрахтование – это коммерческая деятельность по заключению договоров найма или по сдаче судна внаем [1].

Помимо фрахтователя и фрахтовщика во фрахтовом бизнесе есть и посредники:

- фрахтовые брокеры, которые выполняют роль посредников между фрахтователем и фрахтовщиком. К фрахтовому брокеру обращаются компании, которым нужно перевезти грузы. Фрахтовые брокеры занимаются подысканием

подходящего фрахтовщика. Однако в случае постоянных клиентов потребность в фрахтовых брокерах обычно отпадает.

- стивидорные компании – действуют в интересах лиц (грузовладельцев, перевозчиков), поручивших им осуществить погрузку и выгрузку грузов на транспортные средства и операции с грузами на борту судна (стивидорные работы);

- страховщики, предлагающие хеджировать те или иные риски и др.

Существуют различные варианты фрахтования: на рейс, на круговой рейс (груз в прямом и обратном направлении), на последовательность рейсов, на количество груза, на время, на определенную работу, предоставление всего судна в распоряжение фрахтователя и др.

Фрахтование представляет собой комплексную услугу, которая может включать в себя сопутствующий сервис:

- транспортировка груза (важен тип груза, его габариты, масса, ценность, условия хранения);

- предоставление судна для каких-либо работ (например, исследовательских);

- погрузка и выгрузка грузов;

- бронирование судна;

- подбор подходящего судна;

- страхование грузов;

- экспедирование грузов;

- оформление сопроводительных документов;

- посреднические услуги (с портами, таможенными службами, страховщиками, транспортными компаниями и др.).

Можно также выделить особенности фрахтования как услуги [2]:

- специализация судов (суда разделяются на категории – танкеры, газовозы, лесовозы, контейнеровозы, балкеры, рудовозы, рефрижераторы, ледоколы и др. – и могут выполнять, как правило, только «свою» специализацию). Существуют, однако, суда многоцелевого назначения, приспособленные для нескольких операций (но тем не менее количество операций ограничено). Суды многоцелевого назначения способны обслуживать

недостаточно приспособленные в отношении обработки грузов районы, и традиционно действуют в составе собственной подсистемы;

- ограниченность судов по тоннажу;

- ограниченность судов по проходимости, осадке, техническим характеристикам;

- зависимость от оборудования и особенностей портов. Например, бывают приливные порты. У портов также обычно бывает рабочее время, под которое приходится подстраиваться;

- в перевозках тоннаж стараются использовать максимально;

- простой флота приносит значительные убытки судовладельцам;

- фрахтовый рынок зарегулирован международными правилами, судоходными конвенциями и внутренним государственным законодательством.

Проникнуть на этот рынок новичку очень сложно;

- наличие географических секций рынка (в настоящей работе рассматривается Каспийская секция). В каждой географической секции есть свои особенности, цены, предпочтительные грузы, возможная сезонность;

- значительная зависимость от успеха и проектов на других рынках (нефтедобыча, газодобыча, добыча других полезных ископаемых, промышленность, сельское хозяйство и др.). Зависимость от общеэкономической ситуации, объемов торговли. Фрахтовый рынок чутко реагирует на такие явления как неурожай в странах-экспортерах, введение запретительных пошлин, снижение объемов производства и торговли;

- фрахтовый рынок подвержен таким рискам как обострение международной ситуации, войны, социальные конфликты.

- как правило, перевозчик грузов берет на себя все риски по сохранности груза, судна, экипажа, а также навигационные издержки, содержание экипажа и др. Обязанности грузоотправителя, как правило, ограничиваются необходимостью оплаты фрахта. В некоторых случаях расходы по погрузке / выгрузке относятся на грузоотправителя / грузополучателя. На практике возможны различные нюансы в договорах фрахтования;

- специфика фрахтования как услуги в том, что это – комплексная услуга. Она не оказывается отдельным работником или отделом. Во фрахтовом сервисе задействовано много участников: договорной отдел, логистический отдел,



коммерческий отдел, система снабжения, капитан с экипажем. Качество и эффективность фрахтования зависит от слаженной работы всех отделов.

В схеме исследования выделен пункт: анализ процессов управления сервисом. Для реализации этого этапа необходимо, прежде всего, выделить сами процессы. Очевидно, характер процессов зависит от специфики отрасли. Поэтому данные процессы рассмотрены в данном разделе.

Процессы управления сервисом целесообразно разделить на:

- основные – непосредственно выполняющие отмеченные выше цели управления сервисом;

- обеспечивающие – процессы обеспечения основных потребностей.

Для того, чтобы принимать адекватные решения по управлению сервисными услугами, необходимо иметь представление о типе рынка, на котором действует компания.

В случае с фрахтовым бизнесом рынок Казахстана, скорее всего, сформирован по типу олигополии, т.е. сторона предложения представлена небольшим числом сравнительно крупных предприятий. Предприятие-участник олигополии должно принимать во внимание реакцию своих конкурентов на свои собственные решения и действие решений конкурентов. Обычно олигополией можно считать рынок, на котором на 2-10 компаний приходится половина или более рынка. Олигополия – рынок немногих [3, 4].

Основной показатель олигополии – степень концентрации производства в руках нескольких фирм. Чем она выше, тем меньшая степень конкурентности в отраслевом рынке.

Существует две противоположные модели поведения предприятий на рынке по типу олигополии. Первая – кооперированная – согласование компаниями взаимного поведения. Вторая – некооперированная – компании соперничают таким образом, чтобы получить максимальную долю отраслевой прибыли [5].

В условиях олигополии цены поддерживаются на относительно жёстком уровне. Это заставляет компании искать конкурентное преимущество в основном среди неценовых факторов. Даже, если у олигополиста есть преимущество по издержкам, он не стремится к понижению цен, потому что:

1) снижение цены у одной из компаний может вызвать ответную реакцию среди конкурентов;

2) неценовые преимущества компании труднее скопировать, и они имеют более длительный эффект.

Вот еще некоторые особенности олигополии:

- трудности вхождения на рынок новых игроков;
- дифференцированный или стандартизированный товар;
- выраженный взаимный контроль участников рынка друг за другом (наблюдая за запускаемыми конкурентами стратегиями, можно увидеть, в чем можно их улучшить и в дальнейшем также использовать);

- компании в отрасли сознают свою взаимозависимость, поэтому контроль за ценами ограничен;

- предприятие-олигополист всегда должно учитывать, что выбранные им цены и объем выпуска напрямую зависят от рыночной стратегии (поведения) его конкурентов, которое (поведение) в свою очередь определяется выбранным им решением.

Исходя из этих особенностей, можно сделать вывод, что конкурентоспособность компании в среде олигополии значительно зависит от её способности предвидеть действия конкурентов и адекватно реагировать на них.

Также на первую роль выходят неценовые преимущества, в частности:

- управление персоналом, участвующем в сервисе;
- управление качеством услуг.

Фрахтовый бизнес относится к сфере услуг. В этой сфере во многом успех определяется качеством работы персонала. Ключевые компетенции работников: квалификация, ответственность, лояльность компании [6].

Доказана целесообразность использования для повышения эффективности систем маркетингового управления с использованием таких прогрессивных технологий, как использование КРІ, включающих в себя формулирование целей работы персонала в виде плановых заданий по группам продаваемых продуктов, концентрирование усилий на клиентах с высоким потенциалом и использование технологии консультативной продажи [7].

Особая роль к компетенции:

1) юристов, ответственных за договора, поскольку грузоперевозки – сфера больших рисков;

2) логистов и экономистов, производящих финансовые расчеты, поскольку возможны негативные ситуации:

- оплата фрахта не восполняет издержек грузоперевозчика;

- простои судна, приводящие к убыткам;

- незастрахованные рисковые ситуации;

- отсутствие подходящего судна в нужное время в нужном месте и др.;

3) капитанов судов, поскольку на период фрахта они представляют интересы судовладельца и грузоперевозчика. На капитанах лежит большая ответственность. Капитаны также взаимодействуют с портовыми службами, пограничниками, таможней, карантинными службами и др.;

4) коммерческого отдела, занимающегося поиском заказчиков, контактами с фрахтовыми брокерами и постоянными клиентами;

5) службы снабжения: подбор судов, наиболее эффективных в данной географической секции.

В отношении качества фрахтового сервиса, помимо традиционных показателей, можно выделить специфические показатели качества (таблица 1).

**Таблица 1 – Специфические показатели качества фрахтового сервиса**

Показатель	Описание. От чего зависит?
Время подачи судна под погрузку	Нарушение оговоренного времени подачи судна под погрузку ведет к потерям для судовладельца. Эти простои не оплачиваются и могут быть причиной расторжения договоров. Зависит от: <ul style="list-style-type: none"> <li>- точности фиксации местоположения судна;</li> <li>- порядка следования судна в порт погрузки;</li> <li>- обстоятельств, не зависящих от фрахтовщика</li> </ul>
Процент простоев и неоплачиваемого движения	В идеале судно должно всё время работать: погружаться, разгружаться, следовать в пункт назначения. На практике так не получается. Есть простои и неоплачиваемое движение. Плановые: <ul style="list-style-type: none"> <li>- ремонт, техобслуживание судна;</li> <li>- заправка;</li> <li>- простои и порожние рейсы, оговоренные фрахтом.</li> </ul>

	<p>Внеплановые:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- отсутствие и срыв заказа;</li> <li>- обусловленные обстоятельствами, не зависящими от фрахтовщика.</li> </ul>
Экологические показатели	<p>Многие грузовые суда, особенно перевозящие нефтепродукты, создают экологические риски. Международным законодательством запрещено смывать остатки нефтепродуктов в открытые водоемы. Важно, чтобы сервис соответствовал экологическому законодательству.</p>
Показатель	Описание. От чего зависит?
Ущерб от неуправляемых рисков (реальный и вероятный)	<p>Грузоперевозчик несет различные риски:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- отставание от графика;</li> <li>- вынужденные простои;</li> <li>- сохранность груза;</li> <li>- недобор фрахта (недогруз, например, по причине транспортировки легких объемных грузов);</li> <li>- чрезвычайные ситуации на судне и др.</li> </ul> <p>В идеале все риски должны быть хеджированы, учтены.</p> <p>Инструменты учета рисков:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- страхование;</li> <li>- отнесение части рисков на фрахт (зависит от компетенций специалистов договорного отдела);</li> <li>- использование информационных технологий (например, баз знаний по различным ситуациям, систем поддержки принятия решений).</li> </ul>
Примечание: источник [2]	

При анализе сервиса судоперевозчика целесообразно использовать эти показатели.

Таким образом, выделены факторы, влияющие на фрахтовый бизнес, из которых далее в анализе внешних факторов можно будет выделить возможности и угрозы для сервиса. В случае олигополии наиболее целесообразно опираться на трудно копируемые неценовые методы конкурентной борьбы.

Список использованной литературы:

1. Термины, используемые при фрахтовании // Free ВЭД. – [Электронный ресурс]. URL: <http://free-ved.com/terminy-ispolzuyemye-pri-fraxtovanii/> (дата обращения: 20.12.2018).
2. Забелин В. Г. Фрахтовые операции в международном судоходстве [Текст]. – М.: Альтаир, 2013. – 254 с.
3. Олигополия в экономике – это что? Роль олигополий в современной экономике России. – [Электронный ресурс]. URL: <http://fb.ru/article/242897/oligopolya-v-ekonomike---eto-chto-rol-oligopolyi-v-sovremennoy-ekonomike-rossii> (дата обращения 15.12.2018).
4. Олигополия. – [Электронный ресурс]. URL: <http://www.grandars.ru/student/ekonomicheskaya-teoriya/oligopolya.html> (дата обращения 15.12.2018).
5. Голиков И. А. Особенности содержания понятий «конкуренция» и «конкурентоспособность» [Текст] // Российское предпринимательство. – 2016.– Т. 17. – № 10. – С. 1251-1264.
6. Вишнякова М. В. КPI для коммерческого блока // HR-Portal. – [Электронный ресурс]. URL: <http://hr-portal.ru/article/kpi-dlya-kommercheskogo-bloka> (дата обращения 15.12.2018).
7. Ароян Н. М. Повышение эффективности систем управления продажами на основе анализа маркетинговых технологий [Текст]: Автореф. дис. ... канд. эконом. наук. – Ростов-на-Дону, 2015. – 27 с.

## Účetnictví a audit

**Tkachenko S.A.**

*Doctor of Economic Sciences, Associate Professor, Acting Chancellor of the “International Technological University “Mykolayiv Polytechnics”, Ukraine*

**Potyshniak O.M.**

*Doctor of Economic Sciences, Associate Professor, Professor of the Department of Organization of Production, Business and Management of Kharkiv Petro Vasylenko National Technical University of Agriculture, Ukraine*

### **METHODOLOGICAL AND INFORMATIONAL TOOLS OF THE SUBSYSTEM OF ACCOUNTING AND ECONOMIC SUPPORT IN THE IMPLEMENTATION OF PRODUCTION AND SALES ACTIVITIES: FROM THE POINT OF VIEW OF STRENGTHENING THE COMPETITIVE PRINCIPLES OF INDUSTRIAL ENTERPRISES AND SCIENTIFIC AND PRODUCTION ASSOCIATIONS**

Management accounting occupies a decisive position in the formation of the mass of net profit of industrial enterprises. It is the net profit of commercial production that is the most important indicator that characterizes the competitiveness of domestic industrial enterprises and research and production associations in the context of global integration processes.

Despite the fact that the problem of the organization of management accounting is sufficiently detailed in the works of various authors, so far in Ukraine, in its practical aspect, its issues have not yet been defined, especially as regards its marketing orientation.

Therefore, the purpose of the work is to give suggestions on the possible directions of the development of the subsystem of management accounting in the implementation of marketing activities of industrial enterprises.

To achieve this goal, the following tasks need to be addressed: to consider the features and to determine the role of methodological and informational tools of managerial accounting in the implementation of marketing activities of industrial enterprises and to identify possible directions for its development.

At enterprises, accounting data is supplemented by information management accounting, focused on marketing management.

To do this, the marketing departments of enterprises in their management accounting form information on production and marketing activities, using the data subsystem of accounting, presented by the accounting department.

As the initial information of managerial accounting, which is used in the process of selecting indicators in assessing the marketing departments of production and sales activities are used: primary accounting documents; registers of synthetic and analytical accounting; Financial Statements.

And, the main sources of managerial accounting information on the importance of marketing indicators, which are compared and used to determine the effectiveness of commercial and industrial activities of enterprises, are: the data of primary accounting documents; data of registers of analytical and synthetic accounting; data of financial reporting of enterprises.

Thus, in industrial enterprises and research and production associations, a system of indicators that characterizes their marketing activity, calculated by marketing departments based on information provided by the accounting services, has been used. Determine the following key indicators of the economic efficiency of marketing activities of industrial enterprises and research and production associations: sales; gross profit; level of sales and administrative expenses; profitability of sales; turnover of accounts receivable; gross cash flow - capital expenditures; accounts receivable over 60 days; net cash flow; cost of sold finished goods; cost of finished goods written off; percentage of marriage; sales plan; fact of sale; percentage of plan implementation; inventory volume at the beginning of the month; turnover of warehouse stocks.

In conducting diagnostics of the economic efficiency of marketing activities of industrial enterprises, marketing departments form analytical and information registers of managerial accounting for a definite period, based on the data of the above mentioned key indicators, characterizing the economic efficiency of commercial and industrial activity.

The registers of the consolidated management accounting of information-analytical diagnostics of indicators of economic efficiency of production and sales activities of industrial enterprises include: a report on the assessment of gross income; report on the calculation of transport costs for the delivery of finished products; profit and loss statement; sales report; report on the cost of rotation; profitability report; report on business structure, etc.

The assessment of the said management reporting provides an opportunity for marketers to make changes and detect deviations in parameters of key indicators of the economic efficiency of marketing activities of industrial enterprises and scientific-industrial associations and their changes over a chosen period of time.

However, it should be noted that although the results obtained are the basis for the study of the economic efficiency of production and sales activities of industrial enterprises and scientific-industrial associations and the adoption of appropriate management decisions by marketing departments, they still have a number of shortcomings. Thus, marketing departments, using the data of the management subsystem, are deprived of the opportunity to obtain information on profitability, turnover, sales, profits (losses), transport costs for the delivery of finished goods, the estimation of gross income, the structure of business, both by production and economic and by geographical segments. A very important disadvantage of the current state of the subsystem of management accounting in the marketing activities of industrial enterprises and research and production associations is the fact that the methods available in practice do not provide the opportunity to make appropriate assessments of the competitiveness of finished products and the enterprises themselves (associations). The indicated factor is the most important element in the process of researching the market and serves as one of the directions of increasing the efficiency of marketing activities of enterprises in the current market conditions.

Therefore, it is possible to conclude that when the need to develop and implement the practice of the marketing services of the industrial enterprises of the relevant methodological and informational tools of the subsystem of management accounting, which would provide an opportunity to conduct research on the economic efficiency of the market for the sale of their finished products, has expired.



**Макєєнко А.С.,**

*студент 6-го курсу*

*спеціальності «Облік та оподаткування»*

*ММІРЛ ВНЗ «Університет «Україна», Україна*

**Науковий керівник: Домбровська Л.В.,**

*к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів і обліку ММІРЛ ВНЗ «Університет «Україна», Україна*

## **ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В СФЕРІ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ**

Проблеми підвищення прибутковості підприємства, ефективності роботи персоналу, створення оптимальної структури управління хвилюють будь-якого керівника. Йому доводиться приймати рішення в умовах невизначеності і ризику, що змушує його постійно тримати під контролем різні аспекти фінансово – господарської діяльності. Ця діяльність відображена у великій кількості документів, що містять різноманітну інформацію. Грамотно оброблена і систематизована вона є певною мірою гарантією ефективного управління виробництвом. Навпаки, відсутність достовірних даних може привести до невірних управлінських рішень і, як наслідок, до серйозних збитків.

Впровадження бухгалтерських пакетів і програм дозволяє автоматизувати не тільки бухгалтерський облік, а й навести порядок в складському обліку, в постачанні та реалізації продукції, товарів, відслідковувати договори, швидше розраховувати заробітну плату, своєчасно здавати звітність.

Через недбалість у бухгалтерському обліку підприємство може сильно постраждати чи навіть потерпіти крах. Прикладів тому є дуже багато, причому часто страждають підприємства, що прагнуть працювати чесно. Страждають через недбале ведення внутрішньої бухгалтерії підприємства. Страждають також через незнання і відповідно невиконання останніх законів і розпоряджень. При веденні бухгалтерського обліку вручну можливі і найпростіші арифметичні помилки.

Комп'ютер не може замінити досвідченого і грамотного бухгалтера, але дозволить упорядкувати бухгалтерський облік, збільшити кількість одержуваної інформації, підвищити оперативність бухобліку, зменшити число арифметичних помилок, оцінити поточне фінансове становище підприємства і його перспективи.

Найефективнішою організаційною формою використання ПЕОМ є створення на їх базі автоматизованих робочих місць (АРМ) бухгалтерів, економістів, плановиків і т. д.

Сучасне підприємство володіє значним числом фінансових потоків. Переважання паперових документів, багатогранність фінансових контрактів, вимога прискорених розрахунків, увагу до управлінського обліку диктують пильну увагу практиків до автоматизації бухгалтерської діяльності. Сьогодні бухгалтери в основному навчилися користуватися комп'ютером, але це зовсім не означає перехід на нові інформаційні технології.

Перехід від традиційного обліку до комп'ютерного передбачає наведення порядку в бухгалтерському обліку і, перш за все, в плані рахунків, системі бухгалтерських проводок, звітності. Отже, автоматизація тягне за собою більш чітку роботу всіх служб, не пригнічуючи, а, навпаки, посилюючи людський фактор.

Найбільш поширені на ринку бухгалтерські системи не тільки декларують, а й надають такі можливості, як:

- простота, зручність і гнучкість в їх освоєнні і використанні;
- широта застосування, як для малих підприємств, так і для корпоративних структур;
- зрозуміле і ємне уявлення інформації;
- настройка і зміни в законодавстві, включаючи податкове, і особливості обліку конкретного підприємства;
- великий набір типових операцій і форм звітності;
- значні аналітичні можливості, часто з графічним представленням інформації.

Все це, разом узятє, визначає істотне збільшення швидкості та комфортності роботи бухгалтера.

Розглядаючи основні функції типової бухгалтерської системи, слід зазначити, що для неї характерні:

- облік будь-яких фінансово – господарських операцій, включаючи валютні, з автоматичним перерахунком курсової різниці;
- повноцінний облік по рахунках, субрахунках і аналітичними кодами для контрагентів;
- можливість налаштування системи на облікову політику різних підприємств, включаючи настройку форми балансу, створення і редагування звітних форм (шаблонів);
- автоматичний підрахунок розгорнутого і згорнутого сальдо, оборотів, складання журналів – ордерів, Головної книги, балансу та інших довільних звітних форм;
- створення, друк та зберігання електронних копій первинних банківських і касових документів;
- різні типи друку для отримання твердої (паперової) копії звітів;
- можливість формування звітних форм для проведення фінансового аналізу підприємства за даними бухгалтерського обліку та ін.

При роботі з автоматизованою бухгалтерською системою з'являється можливість:

- швидко підготувати всі квартальні і річні звіти в податкову інспекцію, в різні фонди і органи Держкомстату;
- розраховувати заробітню платню;
- вести облік основних засобів;
- аналізувати фінансову діяльність.

Отже, вирішення питання про автоматизацію бухгалтерського обліку - це щось більше, ніж придбання програми. По суті справи розробляється цілий проект автоматизації. Це складний комплекс заходів, які повинні бути ретельно продумані з самого початку. Якщо зникне якась частина технології, то її відсутність в подальшому призведе до сумних наслідків і додаткових витрат.

Тому найкраще, з того самого моменту, як виникла ідея про автоматизацію, звернутися у фірму, яка спеціалізується на розробці і впровадженні систем фінансово - господарської діяльності.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Бутинець Ф.Ф. та ін. Інформаційні системи бухгалтерського обліку. /Ф.Ф.Бутинець, С.В.Івахненко, Т.В.Давидюк, Т.В.Шахрайчук; За ред. проф. Ф.Ф.Бутинця. – 2-ге вид., доп. і перероб. – Житомир: ПП “Рута” 2012. – 544 с.
2. Гончарук Я.Н., Рудницький В.С. Аудит. Навч. посіб. – К.: Знання, 2017. – 443 с.
3. Кужельний М.В., Лінник В.Г. Теорія бухгалтерського обліку: Підручник. – К.: КНЕУ, 2011. – 331 с.
4. Організація бухгалтерського обліку. Навчальний посібник для студентів вищих навч. закладів, спеціальності 7.050106 “Облік і аудит” / Ф.Ф.Бутинець, О.В. Олійник,М.М.Шигун,С.М.Шумкова; 2-ге вид. доп. і перероб.- Житомир: ЖІТІ, 2015. – 576 с.

**Байдыбекова С.К.**

*э.ғ.к, қауымдастырылған профессор*

**Серикова А.Д.**

*«Есеп және аудит» мамандығының магистранты*

*Жетысу мемлекеттік университеті, Қазақстан Республикасы*

## **ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ҚАРЖЫЛЫҚ ЕСЕП СТАНДАРТЫ НЕГІЗІНДЕ ҚАРЖЫЛЫҚ ҚОРЫТЫНДЫ ЕСЕП БЕРУДІҢ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ МЕН ТАЛДАУЫ**

Бухгалтерлік есеп стандарттары беделі жағынан жоғары деңгейдегі ресми құжат. Осы құжатты ары қарай жетілдіріп, халықаралық деңгейде қолдану мәселелеріне бухгалтерлік кәсіп өкілдері, қаржылық қорытынды есеп жасаушылар мен мұның мәліметтерін пайдаланушы кәсіби мамандар, сондай-ақ қоғамдық ұйымдар тартылған. Кейінгі жылдары экономикасы дамыған көптеген елдер назары бухгалтерлік есеп жүйесін халықаралық деңгейде бір ізге салу мәселелеріне аударылып келеді. Мұның өзі нарықтық қатынастар өрісіндегі халықаралық экономикалық одақтардың тұрақты бағытта қызмет атқаруына байланысты қаралған.

Бухгалтерлік қорытынды есеп экономикалық ақпараттар қалыптастырудағы бірден-бір сенімді ақпарат дайындаушы процесс екендігіне байланысты, жалпы есеп ережелері мен әдістерінің қолданылынуы барлық елдерде бірдей мазмұнда қалыптасатындығын естен шығармау керек.

Әр елдің бухгалтерлік есеп жүргізу ерекшеліктері әр түрлі жағдайда және әр түрлі мақсатқа сай ұйымдастырылатынына, сонымен қатар есеп ақпараттарын пайдаланушы топтар мүддесін қанағаттандыруға байланысты ерекшеліктер болатындығын барлық бухгалтерлер білуі керек. Сондықтан іске асырылатын мақсаттардың әр түрлі жағдайда орындалуы әр елдерде әр түрлі мазмұнда қалыптасады. Есеп ақпараттарын пайдаланушылар үшін көптеген белгісіздік факторлар да болуы мүмкін. Осы айтылғандарға байланысты есеп ақпараттарын пайдаланушы жақтар сенімді тұрғыда қанағаттануын қамтамасыз етудің жақсы бағыты үздіксіз зерделеніп отыруы керек

Халықаралық бухгалтерлік есеп стандарттары мазмұнын талдау, бұларды жасау мен қолдану барысында бухгалтерлік есеп жүргізу ісіне тікелей немесе жанама тұрғыда әсер етуші ұлттық және мәдени салт-сана мен дәстүр қосымша қаралады. Осы жоғарыда көтерілген мәселе тақырыптың өзектілігін көрсетеді[1].

Бухгалтерлік есеп және есеп беру нәтижесінде, біріншіден – кәсіпорынның төлем қабілеттілігі анықталынады, яғни кәсіпорынның борышты қамти алатындығы, өтімділігі анықталынады, екіншіден, кәсіпорынның рентабельділігі белгіленеді және шаруашылық қызмет шеңберінде жұмыс істейтін тұлғалардың жауапкершілік дәрежесі анықталынады, сонымен бірге бухгалтерлік есеп беру, статистикалық мәліметтерді салыстыру үшін және бюджеттерде болған өзара байланыстарды анықтау үшін пайдаланылатындығы айтылған.

Бухгалтерлік баланс методологиялық спецификациясымен, айрықша бағытталған мақсаттарымен және мәліметтер негізінде белгіленген формалар бойынша бюджеттерге және бюджеттен тыс қорларға түсетін салықтар бойынша есептер жасалынатыны айтылады.

Қазіргі таңда нарықты экономикалық қатынастарға толығымен өткен жағдайда әрбір кәсіпорынның Қазақстан республикасының экономикалық реформаларын іске асыру және кәсіпорынның экономикалық тұрақтылығы нығайтуда бухгалтерлік баланстың ролі мен маңызы ерекше екендігі тағы да дәлелденді[2].

Халықаралық қаржылық есеп стандартының берген анықтамасына қарай бухгалтерлік есепке тән концептуалды негіз деп - қаржылық есеп пен қорытындының табиғатын, оның атқаратын міндетін, бұлардың аражігін анықтайтын, стандарттар жасау процесіне қайшы келмейтін, өзара байланыстағы мақсаттар мен принциптердің келісілген жүйесін айтады.

Қаржылық қорытынды есеп жасаудың негізгі мақсаты: - қажетті ақпараттармен сыртқы және ішкі пайдаланушыларды қамтамасыз ету болып табылады. Пайдаланушылардың мақсаты қажетті экономикалық шешім қабылдаумен тығыз байланыста болады. Шешім қабылдаудың бірінші кезектегі ең негізгі мақсаты - ұйымдардың қызмет өрісіндегі экономикалық ресурстардың тиімділігін арттыру, сондай-ақ осы ұйымға салынған инвестициялар, несиелер және алынған қарыздар жөнінде нәтижелі шешімдер қабылдау[3].

Қаржылық қорытынды есеп қалыптастыру төмендегі өзара байланысқан баланстық жинақтаулардан тұрады.

- Ұйымдар активі = капитал + міндеттемелер теңдеуі әрқашанда бухгалтерлік және қаржылық қорытынды есеп жүйесінде міндетті түрде сақталады.

- Табыстар=жұмсалған ресурстар сомасы+еңбек ақы шығындары +міндеттемелер жөніндегі пайыздар+салық төлеу шығындары+бөлінбеген табыс теңдігі сақталады.

- Бөлінбеген табыс=дивиденттер+мақсаттық қорлар құру резерві +бөлінбей қалған табыс (таза пайда) сабақтастығы сақталуы керек.

- Операциялық қызметтен түскен ақша түсімі+инвестициялық қызметтен түскен ақша+қаржылық қызметтен түскен ақша (жал төлемі, зайымдар т.б.) =міндеттемелерді төлеу+ бюджет сыртындағы қорларға төлеу + еңбеккерлер алдындағы міндеттемелерді төлеу+меншік иелері алдындағы міндеттемелерді төлеу+өтеушілік дәрежесінің өсімін төлеу.

Қаржылық қорытынды есепке тән меншікті капитал ұғымы меншік иесінің, басқа да қатысушылардың, құрылтайшылардың, бастапқы кезеңдегі қалыптастырған капиталының базасын құрайды. Сондай-ақ қаржылық қорытынды есепке тән міндеттемелер ұғымы әріптестердің, мемлекеттің (өкілетті органдар арқылы), жеке адамдардың берген, табыс келтіруге арналған қаржы көздерін көрсетеді. Ұйымдар меншігіндегі активтер ұғымы экономикалық айналысқа түскен және ұйымдар қызметіне қатыстырылған, бақыланатын барлық активтік сомалар жиынтығынан тұрады[4].

Ұйымдардың қаржылық қорытындысы жөніндегі қызметінің нәтижесі және ұйымның, тапқан таза пайдасының көлемі жөніндегі мәліметтер экономикалық ресурстардың потенциалды өзгеріске түсуі мен көбеюін сипаттап отырады.

Қаржылық қорытындының құрамы мен құрамдас бөлігі бірімен-бірі тығыз байланыста болады. Қаржылық қорытынды есеп жасау арқылы меншік иелерінің экономикалық мүддесін сипаттауға да болады.

Қаржылық қорытынды есеп беру және осы арқылы пайдаланушылар талабын қанағаттандыру жөніндегі қаржылық қорытынды есептің жалпы принциптеріне мыналар жатады:

Ұйымдардың қаржылық жағдайы, қаржы ресурстары, меншікті және қарызға алынған капиталдың жекелеген түрлері мен көлемін айналысқа түсіру;

- Есепті кезең ішіндегі ұйымдардың қаржылық нәтижесін шығару, экономикалық ұтымдылықтың түрі мен мөлшері;

Ұйымдардың қаржылық жағдайының өзгерісі, қаржыландыру көздерінің өзгерісі, есепті кезең ішіндегі негізгі құралдардың, басқа да активтердің өзгерісі[5].

Мұндай бағыт пен принциптер қаржылық қорытынды жөніндегі ақпараттар мазмұнын ашып көрсету жөніндегі ХҚЕС талабына сәйкес келеді.

Қаржылық есеп беруді жасамас бұрын оның деректерінің шынайылығын қамтамасыз ету үшін „Бухгалтерлік есеп және қаржылық есептілік” заңына, сәйкес ұлттық және халықаралық қаржылық есептің стандартына сәйкес субъект мүлікті және міндеттемелерді түгендеуге міндетті.

Есептік кезеңдегі түгендеу санын, оның жүргізілетін күнін, оның әрбіреуін тексеретін мүлік тізбесін субъект белгілейді. Субъект түгендеуді жүргізу міндетті мына жағдайларда қалыс қалады:

Субъект мүлікті жалға, сатуға, сатып алуға, сондай-ақ шаруашылық жүргізуші субъектінің қайта құрылуына тапсырғанда;

- Материалды-жауапты тұлға ауысқанда (істі қабылдау-тапсыру күні);

Талан-тараж және қаскүнемдік фактілерін белгілегенде, сондай-ақ құндылықтар бүлдірілгенде - мұндай фактілерде дереу түгендеу.

Төтенше жағдайдан болатын өрт немесе стихиялық (дүлей) апат кезінде, бұл апаттар басылғаннан кейін түгендеуді дереу қолға алу;

Тарату (бөліністік) балансы жасалмастан бұрын субъектіні таратуда (қайта ұйымдастыруда);

Негізгі құралды және тауарлы-материалдық қорларын қайта бағалауда - субъектінің есептік саясатымен белгіленген мерзімде және Қазақстан Республикасы заңында қарастырылған басқа жағдайлар.

Аяқталмаған құрылысты түгендеу барысында оның бар-жоқтығын және заттай көлемі тексеріледі, сонымен бірге оның құрамына құрал-сайман, құрастырылмай есептен шығарылған монтаж кіретінін немесе кірмейтінін анықтау; құрылыс-монтаж жұмыстарының құрамында - жорпарсыз жұмыстың



бар-жоғы анықталуы керек; тоқтатылған және уақытша тоқтатылған құрылыс объектілерінің жағдайын анықтайды[6].

Кассаны түгендеу шаруашылық жүргізуші субъектінің басшылығымен әзірленген және бекітілген кассалық операция жүргізу Ережесіне сәйкес жүзеге асырылады. Кассаны түгендеу, қатаң есеп берумен құжаттар және бланкілерді (әуе- және теміржол билеттері, жанар-жағар май (бензин) талондарын және т.б.) түгендеу әдетте бас бухгалтер мен кассирдің қахысумен кенеттен болады. Түгендеу кезінде қолда бар ақша полистік қайта есептеліп, кассада сақтаулы басқа да құндылықтар тексеріледі. Түгендеу басталғанша оларға сүргі салынады, яғни мөрленеді. Кассир түгендеу сәтінде кассалық есеп беруді жасау керек және кассалық кітап бойынша ақша қаражатының қалдығын шығаруы керек. Кассирден барлық кіріс және шығыс құжаттары есеп беруге кірді және кассада кірістелінбеген, есептен шығарылмаған сома қалған жоқ, деген қолхат алынады. Ақша қайта есептелінгеннен кейін кассадағы ақша қаражатын түгендеу актісі жасалады. Түгендеу нәтижесі кассалық кітапша бойынша бухгалтерлік есеп деректерімен салыстырылады.-Актіге анықталған жолсыздықтар туралы кассирдің түсініктемесі және түгендеу нәтижесі бойынша ары қарай шешім туралы субъект басшысының қарары жазылады[7].

Банктегі шот, несие бойынша, салық бойынша банкпен есеп айырысу, бюджетпен, қызметкерлермен еңбекақы бойынша, жабдықтаушылармен, мердігерлермен және басқадай кредит берушілермен бастапқы құжаттардың негізінде түгенделеді, мұнда қалдықтардың нақтылығы белгіленіп, бұл шотқа жататын соманы мұқият тексереді. Берешектің пайда болған мерзімін, оның нақтылығын, талап мерзімін өткізіп алған кінәліні айықтайды. Барлық дебиторлармен және кредиторлармен кәсіпорын қағаздық шоттан үзінді көшірме алмасуы керек және оларға түгендеу комиссиясын ұсыну керек .

Баланстан берешектің есептеп шығаруын тексеріп, 3 жылдың ішінде өндіріп алу мүмкіндігін бақылауды жүзеге асыру аса қажет.

Баланстың атқаратын міндеттерінің негізгісі - есепті жыл ішіндегі ұйымның қаржылық жағдайы жөніндегі өзгерістерді сипаттау болғандықтан, баланс екі бағаналы кестеден + жылдың басындағы және аяғындағы көрсеткіштерді ажыратып тұрады. Есепті екі жылдың көрсеткіштері жазылған баланста осы жылдың аяғындағы баланстың арнайы тараулары мен баптарына

жазылған көрсеткіштер келесі жылдың балансын жасау үшін жылдың басындағы көрсеткіштер болып, баланс бағанасына жазылып отырады[8].

Есеп жүргізудің әлемдік тәжірибесінде бухгалтерлік баланстың екі үлгісі: көлденең және тігінен жасалынған үлгі қолданылады. Көлденең жасалған үлгіде активтер баланстың сол жағында, пассивтер оң жағында орналасқан.

Халықаралық қаржылық есеп стандартының талабына сай қаржылық қорытынды есеп құрамына енгізілетін қосымша үлгінің бірі „Ақша қозғалысының қорытындысы үлгісі" болып табылады. Негізінен бұл үлгі баланс және табыстар мен жұмсалған шығындар жөніндегі қорытындының жекелеген баптарын ақшалай өлшеммен өлшеп көрсетуге арналған. Оның негізгі мақсаты - сыртқы және ішкі пайдаланушыларға ақша қаражаттары қозғалысы жөнінде ақпараттар даярлап беру.

Ақша қозғалысы жөніндегі қорытынды есебін жүргізуге арналған жекелеген счеттардағы мәліметтер негізінде жасалынып, есепті кезеңнің басындағы және аяғындағы қалған ақшаның қалдығымен салыстырылып көрсетіледі[9].

#### Әдебиеттер тізімі

1. Кеулімжаев Қ.К., Әжібаева З.Н., Құдайбергенов Н.А. Бухгалтерлік есеп принциптері. Алматы: Экономикс, 2013. – 280б.
2. Бухгалтерлік және қаржылық есеп принциптері (Халықаралық стандарт) [Мәтін]: Оқулық / Ә. Әбдіманапов.- Алматы, 2014.- 535б.
3. Нұрсейітов Е.О. Ұйымдардағы бухгалтерлік есеп. Оқулық құралы. Алматы: «LEM» баспасы, 2013.-392с.
4. Сейдахметова Ф.С. Қазіргі замандағы бухгалтерлік есеп. Оқу құралы. Алматы: «LEM» баспасы, 2017.-358с.
5. Байболтаева Н.Ә. Бухгалтерлік есеп принциптері оқулық-ҚазҰАУ, 2014.- 358б.
6. Шеремет Л.Д., Сайфулин Р.С. Методика финансового анализа. - М.: ИНФРАМ, 2014.-367с.
7. Бухгалтерлік есеп. 1 кітап [Мәтін]: Оқу құралы / Р.С. Әбдішүкіров, Б.С. Мырзалиев.- Алматы: Нұр-Пресс, 2015.- 328б.
8. Бухгалтер (Бухгалтерлік есеп негіздері) [Мәтін]: Оқу құралы / Н. Қабылова, Ш. Доспалинова, Е. Оразалинов.- Астана: Фолиант, 2013.- 316б.- (Кәсіптік білім).
9. Дүйсембаев К.Ш, Төлегенов Э.Т, Жұмағалиева Ж.Т. Кәсіпорынның қаржылық жағдайын талдау. Алматы: Экономика, 2015. -327с.

**Байдыбекова С.К.**

*э.ғ.к, қауымдастырылған профессор*

**Серикова А.Д.**

*«Есеп және аудит» мамандығының магистранты*

*Жетысу мемлекеттік университеті, Қазақстан Республикасы*

## **КӘСІПОРЫННЫҢ БАСҚАРУ ЖҮЙЕСІНДЕГІ ЭКОНОМИКАЛЫҚ СТРАТЕГИЯНЫ ҚАЛЫПТАСТЫРУ**

Нарықтық жағдайда шаруашылықтанудың жаңа талаптары мен олардың әріқарай дамуы ұйымның экономикалық жұмысының барлық жүйесінің елеулі қайта ұйымдастырылуын талап етті. Кеңес үкіметі кезеңінде ұзақ жылдар бойы отандық ұйымдардың көпшілігі жоспарлау, бухгалтерлік есеп және экономикалық талдаудан көп тәжірибе жинақтады. Бірақ бұл тәжірибе нарықтық экономика ұстамдарынан едәуір ерекшеленетін, теориялық негіздегі орталықтандырылған жоспарлы экономика жағдайында қалыптасты.

Жекешелендіру және мемлекет иелігінен алынғаннан кейін, ұйымдар өз қызметінің нәтижесіне толық жауап беретін дербестікке қол жетіп, экономикалық және заңдылық тұрғыдан оқшауланды. Ұйымның өндірістік – қаржылық қызметінің тиімділігіне деген басқарудың барлық буындардың жауапкершілігі арта түсті. Кәсіпорынды банкроттық пен күйзелуден құтқаруға ешкім көмектеспейтін болды. Өндірістік – шаруашылық қызметтің барлық мәселелерін тиісті ақпарат негіздерінде және оларды талдау арқылы, сонымен қатар өндірістік қызмет түрлерін түбегейлі қайта құру арқылы мәселелерді ұйымның өзіне шешуге тура келді. Бірақ, ұйымдық нысандар тұрғысынан кәсіпорындар ішінде бұрынғыдай жоспарлау сақталып қана қоймай, тіпті оның мәні күшейе түсті, бухгалтерлік есеп, сонымен бірге өндірістік-қаржылық қызметті жан-жақты экономикалық талдау да жалғастырылды. Бірақ, олар көпшілік жағдайда айдың соңында жүргізілгендіктен, оның тиімділігі онша жоғары дәрежеде болмады.

Басқарушылық есепті ұйымдастыру мен жүргізу ұйым басшыларының жедел және стратегиялық шешім қабылдауына керекті қаржылық және

өндірістік ақпараттарды сәйкестендіру, өлшеу, талдау, дайындау, түсіндіру және ұсыну процесі болып табылады.

Бұл анықтама халықаралық стандарттарға сай және ұйымды басқару үшін есептің мәні мен мазмұнын ең толық сипаттайтын түсінік. Осыған сай басқарушылық есеп ұйымның, оның бөлімшелерінің қызметін стратегиялық басқаруды, бағалауды, кәсіпкерлік қызметті жоспарлау мен бақылауды, материалдық, қаржылық және еңбек ресурстарын оңтайлы пайдалануды қамтамасыз етуді қоса алғанда жалпы бизнесті басқару үшін қажетті ақпаратты жедел қалыптастыру мен пайдаланудың барлық жүйесін қамтиды. Бұл жағдайда бухгалтерлік есеп жүйесі, оның ішінде ұйымды басқару үшін пайдаланатын бөлігі басқарушылық есебіне кіреді[1].

Басқарушылық есеп шаруашылық қызметтерінің нәтижелері бойынша басқарылатын әрбір объектінің есептік жүйесі, жопарлауы, бақылауы мен шығындары туралы мәліметтерді талдауы болып көрінуі, соның негізінде ұзақ және қысқа мерзімді уақытқа ұйымның қызметін оңтайландыру мақсатында әртүрлі тиімді басқарушылық шешімдерін жедел қабылдау үшін ақпараттың негізі болып саналады. Себебі бұрын бухгалтерлік қызмет ешқашан жедел және стратегиялық жоспарлау мен бюджеттендіру, жабдықтау, өндіріс пен өнімді өткізуді басқару үшін ақпараттарды дайындаумен айналыспаған. Бірақ, соңғы кезде экономикалық ақпаратты қалыптастырудың компьютерлік жүйесі көп жылдар бойы өндірістік – шаруашылық қызметті жоспарлау, болжау, есепке алу және талдау арасындағы көбіне шартты түрде болатын кедергілерді жойып жіберді[2].

Мемлекет экономикасының нарықтық қатынастарға өтуімен бірге кәсіпорындардың өздігінен жұмыс істеуі, сонымен қатар олардың экономикалық және заңгерлік жауапкершіліктері артуда. Шаруашылық жүргізуші субъектілердің қаржылық тұрақтылығының мәні, сонымен қатар олардың бәсекеге қабілеттілігі жылдам артады. Шаруашылықты тиімді жүргізе білу кәсіпорынның бәсекелестік жағдайында алға шығу шарты болып табылады.

Қатаң бәсекелестік жағдайы кәсіпорындардың шығындарды басқару процесіне, оларды есептеу мен мониторинг жүргізудің жетілдіру жолдарын іздеуге үлкен қызығушылық тудыруна әкеледі. Кәсіпорында шығындарды басқару процесін ұйымдастыру шығындардың жалпы деңгейін төмендетуге көмектеседі. Бұл кәсіпорынға қосымша бәсекелік артықшылықтарды береді.

Шығындарды тиімді басқару арқылы кәсіпорында үлкен нәтижеге қол жеткізу, пайданы максималдау және өндірістің тиімділігін арттыру. Кәсіпорын қызметінің негізгі қаржылық нәтижесі пайда болып табылады, ол оның келешекте дамуының негізі және қаражат көзі қызметін атқарады. Өндіріс көлемін немесе шығарылатын өнімге бағаны өсіру арқылы пайданы арттыруға болады, бірақ бұл әрдайым мүмкін еме және мақсатқа сай келмейді. Сол себепті кәсіпорынның пайдасын арттырудың негізгі шарты өнім өткізілімі мен өндіріс шығындарын төмендету, соның ішінде шығарылатын өнімнің өзіндік құнын төмендету болып табылады, осыған орай шығындарды басқару және ұйымдастыру кәсіпорын үшін маңызды мәселе болып табылады[3].

Барлық кәсіпорындарда да шығындарды рационалды деңгейге дейін төмендету үшін резервтер қалыптасқан, ол кәсіпорын қызметінің экономикалық тиімділігінің өсуіне, бәсекеге қабілеттілік деңгейін арттыруға қол жеткізуге көмектеседі. Өнім бірлігін шығаруға шығындарды төмендету кәсіпорынға айтарлықтай төмен және икемді баға орнауға көмектеседі, ол бәсекелестер алдында маңызды артықшылық береді. Сол себепті әрбір кәсіпорын үлкен экономикалық нәтижеге қол жеткізу үшін шығындарды талдау мен оларды тиімді басқарудың маңызы зор[4].

Соңғы жылдары шикізат құнының, материалдардың, энергияның өсуіне, сонымен қатар, несиені тұтыну үшін пайыздық ставкалардың, жарнамаға деген шығындардың өсуіне байланысты өндіріс шығындарының өсуі тенденциясы бақылануда. Нарықтық қатынастардың қалыптастыру халықаралық тәжірибе мен нарықтық экономика кезеңіне өту ерекшеліктерін ескере отырып, өндіріс шығындарын басқару тәжірибесін жетілдіруді талап етеді. Бұл кәсіпорынға бәсекелестік жағдайында өмір сүруіне, пайданы максималдау мен шығындарды минималдауға, кәсіпорын қызметінің рентабельділігін қамтамасыз етуге көмектеседі.

Шығындарды басқарудың мақсаты - ылғи да шығарылатын өнімнің бәсекеге қабілеттілігін және сонымен бір мезгілде кәсіпорынның қаржылық тұрақтылығын ұстап тұру. Шығындарды басқару кез-келген басқару процесіне сай кезеңдерді өзіне қосады.

Шығындарды дұрыс басқару үшін, біріншіден, оның мәнін сипаттайтын анықтама беру қажет, екіншіден, оларды нақты белгілері бойынша топтастыру қажет, ол олардың басқару объектісі бойынша шығын деңгейін белгілеуге

көмектеседі және де кәсіпорында шығындарды басқарудың негізгі әдістерін зерттеп, жоспарлау, есептеу, бақылау, талдау жүргізу қажет.

Қазір кәсіпорындарда өндірістік қызметте: өндірістік бағдарламаларды, өндірістік және әлеуметтік даму жоспарын әзірлеуде, баға саясаты саласында стратегияны белгілеуде заңды және экономикалық дербестік алған. Осыған байланысты басшылардың басқару шешімдерін қабылдау үшін жауапкершілігі өскен.

Шаруашылық дербестік – кәсіпорынның ұйымдастыру формасын, қызмет түрін, бизнес бойынша серіктерді, өткізу нарығын, бағаларды белгілеу және т.б.

Қаржылық дербестік – оның толық өзін – өзі қаржыландыруынан, қаржылық стратегияны, баға белгілеу саясатын жасаудан тұрады.

Осыған байланысты бухгалтерлік қызметтің жеке саласы ретінде басқару есебін құру қажеттілігі пайда болған.

Бухгалтерлік басқару есебі - шаруашылық және қаржылық іс – әрекетпен шұғылданатын әркімге қажет білім саласы[5].

Шаруашылық қатынастардың қандай тобы көрсетілуіне байланысты бухгалтерлік есеп екі құрамдас бөлікке бөлінеді: қаржылық есеп пен басқару есебі. Қаржылық есептің мәліметтері салыстырмалы және кәсіпорынның қаржылық жағдайына, оның төлемге және несиеге қабілеттілігіне, оған инвестиция салудың пайдалылығына әділетті баға беру үшін ішкі пайдаланушыларға, инвесторларға, кредиторларға және басқа пайдаланушыларға қажетті ақпарат бөлуге тиіс[6].

Нарықты экономика кезінде бухгалтерлік ақпаратты пайдаланушыларды екі топқа бөлуге болады:

1. Ұйымды басқаратын ішкі, яғни есепті жүзеге асыратын кәсіпорын құрамындағы пайдаланушылар;
2. Сыртқы, ұйымды басқаратындар, яғни кәсіпорын құрамына кірмейтін пайдаланушылар.

Ішкі пайдаланушылар – жоспарлау, бақылау және шешім қабылдау кезінде есептік ақпаратты барлық деңгейде қолданатын ректорлар кеңесі, менеджерлер, басшылар және бөлімше мамандары болатын әкімшілік.

Ақпаратты сыртқы пайдаланушылар - тікелей және жанама қаржылық мүддесі бар басқа жақтағы сыртқоры пайдаланушылар. Олар ұйымның басқару қызметкерлері дайындалуы мен ұсынылуы үшін жауапкершілік көтеретін ұйымның қаржылық бухгалтерлік есебінен есептік ақпарат алады.

Қаржылық есептің басым міндеті - алғашқы бірінші топтағы есептерді жасау. Олардың ақпараты ішкі пайдаланушыларға арналған.

Бухгалтерлік басқару есебінің міндеті – екінші және үшінші топтағы есептерді жасау. Олардың ақпараты ішкі пайдаланушыларға арналған, тікелей өдіріс ауқымындағы істердің жайы туралы нақты ақпарат болуы тиіс.

Сегменттік есептеу жүйесінде жиналған және жинақтап қорытылған ақпарат сегменттік есеп беру түрінде мүдделі пайдаланушыларға жеткізіледі, оны жүргізу тәртібін ұйымның өзі дербес (бұған сыртқы қолданушылар үшін осындай есеп беруді ұсыну жағдайлары көрмейді) белгілейді және көбіне кәсіпорынның ұйымдық құрылымына байланысты болады[7].

Кәсіпорынның ақпараттық жүйесіндегі басқару есебінің объектілері көрсетілетін әр түрлі әдістер мен амалдар басқару есебінің тәсілдері деп аталады. Ол мынадай элементтерден тұрады.

Құжаттама – кәсіпорынның өндірістік қызметін жеткілікті дәрежеде толық көрсететін алғашқы құжаттар мен ақпараттық машиналық атқарушылары.. Кәсіпорын ерекшелігіне сәйкес бастапқы есеп қаржылық және басқару есебіне арналған ақпараттың негізгі көзі болып табылады.

Түгендеу - объектінің іс жүзіндегі жағдайын, сондай-ақ есептік мәліметтерден ауытқушылықты, есепке алынбаған құндылықтарды, шығындарды, кем шығуды, ұрлықты анықтау тәсілі.

Топтастыру мен жинақтап қорыту, бақылаушы шоттарды пайдалану - белгілі бір белгілер бойынша объекті туралы ақпаратты жинақтауға және жүйелендіруге мүмкіндік беретін тәсіл. Топтастырылған ақпарат іс-әрекет нәтижелерін бағалау мен шұғыл және стратегиялық шешімдер қабылдау үшін тиімді пайдаланады[8].

Бақылаушы шоттар - сол кезең, операцияларының жиынтық сомасы бойынша жазбалар жасалатын жиынтық шоттар. Бақылаушы шоттар жүйесі қаржылық және басқару есебі арасын байланыстыратын буын болып шығады және есептік жазбалардың толықтығы мен дұрыстығын анықтауға жол ашады.

Мөлшерлеу (нормалау) – ресурстардың барлық түрлерін тиімді пайдалану мен шығындарды өнімге айналдыратын ең өнімді жолдарды іздестіруді қамтамасыз ететін оңтайлы нормалар мен нормативтерді ғылыми негізделген есептеу процесі. Мөлшерлеусіз қорлар мен іс-жүзіндегі шығындар жағдайын бақылау мен басқару есебі жүйесін ұйымдастыру мүмкін емес. Мөлшерлер бақылау жүйесінің негізгі ретінде жауапкершілік, азық-түлік және операциялар орталықтары бойынша жіктеледі және топтастырылады[9].

#### Әдебиеттер тізімі

1. Назарова В.Л., М.С. Жапбарханова, Фурсов Д.А., Фурсова С.Д. Басқару есебі. – Алматы, 2016.-298 б.
2. Скоун Т. Управленческий учет / Пер. с англ. под ред. Н.Д.Эриашвили. — М: Аудит, ЮНИТИ, 2013. – 179с.
3. Карпова Т. А. Управленческий учет: Учебник для вузов. – М.: Аудит, ЮНИТИ, 2012.- 350с.
4. Кеулімжаев Қ.К. Бухгалтерлік есеп теориясы және негіздері [Мәтін]: Оқулық / Қ. К. Кеулімжаев, Н.А. Құдайбергенов.- Алматы: Экономика, 2016.- 384бет.
5. Назарова В.Л. Шаруашылық жүргізуші субъектілердегі бухгалтерлік есеп [Мәтін]:Оқулық / В.Л. Назарова; Жалпы редакциясын басқарған Н.Қ.Мамыров.- Алматы: Экономика, 2013.
6. Әбдіманапов Ә. Бухгалтерлік және қаржылық есеп принциптері (Халықаралық стандарт) [Мәтін]: Оқулық / Ә. Әбдіманапов.- Алматы, 2016.- 535б.
7. Кеулімжаев Қ.К., Әжібаева З.Н., Құдайбергенов Н.А., Жантаева А.А. Қаржылық есеп /Оқу құралы.- Алматы: Экономика. 2014.- 89с.
8. Нурсейтов Э.О. Бухгалтерский учет в организациях / Учебное пособие. Издание второе и переработанное – Алматы, 2013.-147с.
9. Аксепенко А.Ф., Шеремет А.Д. Учет, калькулирование и анализ себестоимости. - М.: Изд-во МГУ, 2015. - 635с



## Průmyslová ekonomika

**Муханова А.Е., Есмаханбай Е.**

*Қорқыт ата атындағы Қызылорда мемлекеттік университет, Қазақстан.  
Қызылорда*

### **ТҰРҒЫН ҮЙ НАРЫҒЫН ДАМУ ЭРЕКШЕЛІГІ**

Халық шаруашылығының маңызды әлеуметтік-экономикалық секторларының бірі тұрғын үй саласы болып табылады. Елдегі экономикалық даму деңгейі мен экономикалық қатынастардың сипаттамасына тәуелсіз кез-келген мемлекеттегі тұрғын үй саласы өзінің негізгі қызметі - өз азаматтарының қажеттіліктерін қанағаттандыруға бағытталған.

Тұрғын үй табиғатын түсіну үшін кез-келген қоғамдағы тұрғын үй басымдықтарын анықтауда қолданылатын отбасылық цикл сияқты факторды ескеру қажет.

Тұрғын үй қажеттілігінің өзіндік ерекшеліктері және де ең алдымен әлсіз жарактану ерекшелігі бар. Я.Корнаи тұрғын үй қажеттілігінің осы жағын зерттей келе, «Егер көпшілік екі бөлмелі пәтерде тұрса, олардың кем дегенде үш бөлмелі үйде тұрғысы келеді, ал үш бөлмелі пәтерде тұратындардың жақсы жабдықталған, сау және әдемі жерде орналасқан үлкен үйлерінің болуын қалайды», - деп көрсетеді [1].

Тұрғын үй рыногы қазіргі күні тұрғын үй рыногының қалыптасуы мен дамуының теориялық негіздерін ұзақ зерттеуді қажет етеін күрделі жүйе болып отыр.

Оның күрделілігі ең алдымен, бір жағынан, адамдардың қажеттілігінің объектісі ролінде, екінші жағынан, тауар ролінде болуымен түсіндіріледі. Жоғарыда айтылғандай, барлық уақыттарда тұрғын үй азық-түлік, киім, аяқ киіммен қатар алғашқы қажеттіліктер қатарына енгізілген. Тұрғын үй құрылысы қосымша сұраныс санының өсуіне ықпал етеді, нәтижесінде ол халық шаруашылығының көптеген салаларының дамуына күшті ықпал етуші күш қызметін атқаруы мүмкін [2].

Тұрғын үйдің келесі бір ерекшелігі – ұзақ мерзімді пайдалануға арналған капиталдық тауар, жоғары құны бар оны өндіру мерзімі біршама уақытты талап етеді. Мұнан шығатын қорытынды, бұл тауар қалыпты экономикада халықтың қор жиналымын ынталандырудың маңызды факторы болады, сонымен бірге экономикалық өсудің жоғары қарқынын қолдауға мүмкіндік беретін инвестициялық ресурстардың қалыптасын ынталандырады.

Көптеген жылдары бойы тұрғын үй қоры мемлекеттің меншігінде болды, ал құрылыс негізінен мемлекеттік ұйымдармен және мемлекеттік капитал салымдары есебінен жүргізілді.

Экономистер 90-ыншы жылдардың алғашқы жартысында қалыптасқан ұзақ мерзімді тұрғын үй несиелендіруін кеңейтудің біршама қиындығын атап көрсетеді. Ол ең алдымен, мынадай факторлармен байланысты:

- тұрғын үй несиелендіруінің алғашқы кезеңінде шектеулілігімен;
- тұрғын үй қоры ресми кепілдік ретінде болатын несиелендірудің болмауы;
- банктік жүйенің бастапқы жағдайы;
- коммерциялық банктердің көптігі және олардың қызметін бақылаудың әлсіздігі;
- ұзақ мерзімді несиелендірудегі пайыздық мөлшерлеменің тәуекелін тудыратын инфляция деңгейінің жоғары және тұрақсыз болуы;
- тұрғындарды пәтерлерінен шығарудың құқықтық негізінің болмауына байланысты тұрғын үй несиелендіруінің жоғары тәуекелі.

Сұраныстың өсуі, біздің ойымызша бірқатар төмендегідей факторлармен анықталды:

- халықтың нақты табысының артуы;
- демографиялық және көші-қондық факторлар;
- әлеуметтік факторлар;
- инвестициялық факторлар;
- ипотекалық несиелендіру жүйесінің дамуы.

Өз кезегінде бұл рыноктағы ұсыныс екі жолмен қалыптасады:

- екінші рынокта бұрынғы қолда бар тұрғын үй қоры қайта бөлінеді;

- жаңа құрылыс есебінен, онда ұсыныстың көлемі натуралдық есеппен артады.

Жылжымайтын мүлік нысандарын пайдаланудың нәтижелілігін арттыру, оны құру, дамыту мен пайдаланумен байланысты туындайтын қатынастар жүйесін сапалық өзгерту арқылы мүмкін болмақ. Ол үшін ең алдымен қозғалмайтын мүлік рыногындағы барлық шаралар мен үдерістер жүзеге асырылатын елдегі негізгі стратегиялық бағыттар қалыптастырылуы керек[3].

Қазақстанда ипотекалық несиелендіру мен тұрғын үй жинақ салымдарын қосатын, тұрғын үй құрылысын қаржыландырудың біртұтас жүйесі құрылған.

Алайда, ипотекалық несиелендіру мен тұрғын үй құрылысының дамуын тежейтін факторлар бар. Біздің көзқарасымыз бойынша, ипотекалық несиелендірудің дамуын тежейтін жалпы факторларға төмендегілерді жатқызуға болады:

- сұраныстың ұсыныстан артық болуына, алғашқы және екінші жылжымайтын мүлікке бағаның болжанбай өсуіне алып келетін құрылыстың жеткіліксіз көлемі мен жоғары құны;

- жоғары инфляция;

- тәуекелді бағалаудың стандарттарының сәйкессіздігі;

- жылжымайтын мүлік нысандарының бірыңғай электрондық кадастрының болмауы;

- нормативтік-құқықтық актілерде сәйкессіздіктердің болуы;

- жылжымайтын мүлікті мемлекеттік тіркеудегі кемшіліктер.

Қазақстандағы тұрғын үй құрылысын қаржыландырудың дәстүрлі жүйесі, тұрғын үй құрылысын қаржыландырудың кеңестік жүйесінің бір бөлігі бола отырып, мемлекеттік тұрғын үй құрылысына бюджеттік ресурстарды орталықтан бөлу мен оны тұрғын үй жағдайларын жақсартқысы келген азаматтарға тегін бөліп беруден тұрды. Бұл тізбе Қазақстанның тәуелсіздік алып, рыноктық қатынастарға көшуімен өзінің қабілетсіздігін көрсетті. Құрылысты бюджеттік қаржыландырудың қысқаруы және халықтың тұрғын үйді өз қаражатына сатып алуы жағдайында, сонымен бірге әлемнің экономикасы дамыған елдеріндегідей банктердің несие беруі жағдайында көрінді.

Қазақстанда қазіргі күні жүзеге асырылып жатқан экономикадағы жүйелік өзгерістер, тұрғын үй рыногы мен тұрғын үй ипотекасының құрылуы заңды болып табылады.

Қазақстандағы 1990-шы жылдардың ортасындағы жаңа қозғалмайтын мүлкінің ұсынысының және сатылуының жедел өсуі, бірқатар факторлардың әсерімен қалыптасты және де ол факторлардың әрекеті кейіннен әлсіреді немесе тоқтады, халықтың табысы мен қор жиналымының тез өзгеруі, бейрезиденттердің жылжымайтын мүлікке сұранысының өсуі, өте жоғары табысы бар азаматтар тобының төлемқабілетті сұранысының қанағаттандырылуы.

Қазақстандағы тұрғын үй рыногының қалыптасуы мен дамуы ХХ ғасырдың 90-ыншы жылдары жекешелендіру үдерісімен басталды.

Бұл кезеңде елде тұрғын үйді алғашқы сату-сатып алу келісім-шарттары пайда болды. Жеке сектордағы үйлер әрдайым да сатылып, сатып алынғанымен, мұндай жылжымайтын мүлік рыногы болмаған. Пәтерді жалдаушылардың пәтерді сату құқығы болмады. Пәтерлерді бөлуді мемлекеттік жергілікті билік органдары қатаң реттеп отырды.

Жылжымайтын мүлік нысандарын пайдаланудың нәтижелілігін арттыру, оны құру, дамыту мен пайдаланумен байланысты туындайтын қатынастар жүйесін сапалық өзгерту арқылы мүмкін болмақ. Ол үшін ең алдымен қозғалмайтын мүлік рыногындағы барлық шаралар мен үдерістер жүзеге асырылатын елдегі негізгі стратегиялық бағыттар қалыптастырылуы керек.

Зерттеулерге сәйкес, жылжымайтын мүлік рыногына тән барлық заңдылықтар өтпелі кезеңде өзгеріске ұшырауда. Кеңестер Одағы таратылып, Қазақстан Республикасы тәуелсіздігін алуымен, жекешелендіру кезеңінің басталуымен және рыноктық экономикаға көшуге байланысты отандық жылжымайтын мүлік рыногының қалыптасуының алғашқы кезеңі басталды. Сонымен бірге, дамыған рыноктарға тән емес үдерістер мен заңдылықтар пайда болды. Жылжымайтын мүлік рыногының қалыптасу кезеңін шартты түрде үшке бөлуге болады [35]: бастапқы – 1991-1999 жылдар; жалғасушы – 2000-2004 жылдар; аяқтаушы – 2005 жылдан бастап (3-кесте).

Кесте 3 - Қазақстандағы тұрғын үй рыногының қалыптасу кезеңдері

Рынок сипаттамасы	Рыноктың қалыптасуының негізгі кезеңдері		
	Бастапқы (1991ж.-1999 ж.)	Жалғасушы (2000ж.-2004 ж.)	Аяқтаушы (2005 жылдан оы кезеңге дейін)
1	2	3	4
Бағаның бастапқы деңгейі	Төмен	Жоғары	Шекті
Баға қарқыны	Баға өсімінің өте жоғары қарқыны (жылына 50-	Баға өсімінің жоғары қарқыны (жылына 30-50% )	Тұрақтану, бағаның төмендеуінің
Келісім-шарттар санының өсуі	Жедел өсу	Қалыпты өсу	Тұрақты
Сұраныс пен ұсыныстың арақатынасы: - екінші рынокта;	Сұраныс ұсыныстан жоғары	Ұсыныс сұраныстан біршама алда, сұраныс ұсыныстан жоғары	Салыстырмалы теңдік,ұсыныс сұраныстан жоғары
Алғашқы және екінші рыноктардағы бағаның	Екінші рынок бағасы біршама жоғары	Екінші рынок бағасы төмен немесе алғашқымен бірдей	Дифференциация, Динамикалық теңдік
Заңдық база жағдайы	Бірқатар жекелеген	Дамуы	Аяқталу, қалыптасу

3-кестенің жалғасы

1	2	3	4
Жылжымайтын мүлік рыногындағы кәсіпкерліктің дамуы	Риэлторлық (дифференциация -ланбаған)	Брокерлер, бағалаушылар, девело-перлер, құрылысшылар	Кәсіпкерлік қызметтің барлық түрі
Рыноктық айналымға тартылған жылжымайтын мүлік түрлері	Негізінен тұрғын үй	Тұрғын үй, коммерциялық жылжымайтын мүлік, (сауда, кеңселер)	Тұрғын үй, коммерциялық, өндірістік жылжымайтын мүлік,жер
Ұйымдастырылған рынок үлесі	Көп емес	25-30%	шамамен 50%

Рыноқтағы бәсекелестік деңгейі	Төмен	Қалыпты	Жоғары
Брокерлік қызметтің тиімділік деңгейі	өте жоғары (тиімділіктің 50%-дан астамы)	жоғары (тиімділіктің 20-30% )	Салыстырмалы түрде төмен (тиімділіктің
Жылжымайтын мүлік келісім-шарттарындағы	Жоғары	Орташа	Салыстырмалы түрде жоғары
Жылжымайтын мүлік пен қаржы рыногының өзара	Іс жүзінде жоқ	Бірнеше жағдай	Тұрақты өзара әрекеттестікті орнату
Дерек көзі: [35] әдебиет негізінде автордың құрастыруы			

Бірінші кезең – бұл жылжымайтын мүлік саласындағы рыноктық қатынастардың заңдастырылуы 1990-шы жылдардың басында жекешелендіру үдерісімен басталды. Ол қазақстандық жылжымайтын мүлік рыногының қалыптасуының бастапқы нүктесі болды. Алайда келісім-шарттар бірді-екілі, ал жаңа тауар – тұрғын үй мүлкі үшін баға құралу тетігінің анықталмағандығынан бағалар бей-берекет түрде қалыптасты. Тұрғын үй саласындағы рыноктық қатынастарды дамыту үшін заңдық база құрылғанымен, елдегі халықтың көп бөлігі төлем қабілеттілігінің төмендігінен жаңа салынған үйлерді сатып ала алмады.

1990-жылдардың басында жылжымайтын мүлікке баға жоғары болмады, мысалы, Алматы қаласында орталықтағы екі бөлмелі пәтерді 2000-3000 АҚШ долларына сатып алуға болатын еді. Шамамен осы уақытта халықтың шет елге көшуі қарқынды жүрді. Тек екінші тұрғын үй сатылды. Қазақстандағы рыноктың қалыптасуының бірінші кезеңінің басында жылжымайтын мүлік нысандары жеткілікті бағаланбады, себебі рыноктық үдерістер енді қалыптаса бастаған болатын.

Жылжымайтын мүлік рыногының басты субъектілерінің бірі риэлторлар болып табылады. Қазақстандық жылжымайтын мүлік рыногының бірінші кезеңінде халыққа рәсімдеу ісінде делдалдық қызметтер мен қажетті тұрғын үй баламаларын табу қызметтерін көрсететін көқозғалмайтын мүлік агенттіктері нысанындағы ұлттық риэлторлық бизнестің алғашқы белгілері пайда бола бастады. Ол агенттіктер кейіннен ірі риэлторлық фирмаларға айналып, қазіргі күні де табысты жұмыс жасауда.

Екінші кезең – Қазақстандағы рыноктық экономиканың қарқынды дамуы тұрғын үйдің алғашқы рыногындағы жағдайдың өзгеруіне алып келді. Нақты секторға, ең алдымен қозғалмайтын мүлік нысандарына инвестиция салымдарына жағдай жасалды. Егер 1990-ыншы жылдардың ортасынан тұрғын үй құрылысында біршама тоқырау байқалса, 1998 жылдан бастап алғашқы рынок өз-өзіне келе бастады: 2000 жылы құрылыс қарқыны алдыңғы жыл қарқынынымен салыстырғанда 195,6%-ға артты, жаңа тұрғын үйді эксплуатацияға енгізу тек 2001 жылдан бастап баяу қарқынмен өсе бастады.

Келесі жылдары құрылыс көлемі өскеніне қарамастан, тұрғын үй рыногында сұраныс ұсыныстан артық болып отырды. Аалайда, тегін таратылатын мемлекеттік пәтерлерді қарастыратын тұтас мөлтек аудандар салынатын кеңестік уақытқа қарағанда, жекелеген тұрғын үйлер, сол сияқты 1 шаршы метрі 750-1000 АҚШ доллары тұратын орталықтағы элиталық пәтерлерді сатып алуға мүмкіндігі бар сатып алушылар үшін тұтас кешендер салына бастады. Жылжымайтын мүлік рыногының қалыптасуының екінші кезеңі жеке тұрғын үй құрылысы мен тұтас коттедждік қалашықтардың құрылысымен және алғашқы рынокта бағаның өсуімен сипатталды. Көптеген жеке инвесторлар мен компаниялар тұрғын үйді өз капиталын сақтау мен арттырудың инвестициялық құралы ретінде пайдалана бастады. Жылжымайтын мүлікке салымдар банктік депозитпен салыстырғанда әрине, талассыз, себебі қазіргі күні инвесторлардың пайдасы 30-дан 100%-ды құрауы мүмкін.

Тұрғын үй рыногының қалыптасуының үшінші кезеңі елдің тұрғын үй саясатының әрі қарай дамуымен байланысты болды. Кез-келген елдің тұрғын үй саясатының бастапқы мақсаты - «әрбір отбасын қалыпты тұрғын үймен және айналасын қоршаған ортамен» қамтамасыз ету болып табылады.

Қазақстан Республикасында 2005-2007 жылдарға арналған тұрғын үй құрылысын дамытудың Мемлекеттік Бағдарламасы қабылданған (Қазақстан Республикасы Президентінің №1388 2004 жылдың 11 маусымындағы Жарлығы). Негізгі мақсат – халықтың түрлі топтарына тұрғын үйдің қол жетімділігін қамсыздандыратын тұрғын үй құрылысын дамыту мәселесін кешенді шешу. Мақсатқа жету үшін келесі міндеттерді шешу қарастырылған:

- сұраныс және ұсыныс тарапынан толыққанды теңестірілген тұрғын үй рыногын құру;

- тұрғын үй құрылысына жеке инвестицияларды тарту және жеке тұрғын үй құрылысын дамытуды ынталандыру;

- тиімді құрылыс индустриясын қалыптастыру;

- халықтың түрлі топтарына ипотекалық несиелендіру мен тұрғын үй жинақтарының қол жетімділігін арттыру [36].

2004 жылы қабылданған 2005-2007 жылдарға арналған тұрғын үй құрылысын дамытудың мемелкеттік бағдарламасында көлемі 15,8 млн. шаршы метр тұрғын үйді салу қарастырылған. Іс жүзінде 2 жыл мен 10 ай ішінде 17,4 млн. шаршы метр (154,5 мың пәтер), оның ішінде коммуналдық тұрғын үй – 473,7 мың шаршы метр (5772 пәтер), несие есебінен – 19618 мың шаршы метр (21897 пәтер) пайдалануға берілді.

2000 жылы 1,2 млн. шаршы метр тұрғын үй салынды, ал 2006 жылы – 6,2 млн. шаршы метр, 2010 жылға 9 млн. шаршы метрден астам тұрғын үйді пайдалануға енгізу қарастырылған [37].

Қазақстан Республикасында қазіргі күні құрылыс саласын дамыту бағытында бірқатар бағдарламалық құжаттар қабылданған [38,39,40,41,42,43,44]. Олар:

- Қазақстан Республикасында сәулет, құрылыс қызметін дамыту бағдарламасы;

- 2001-2005 жылдары Қазақстан Республикасында автожол саласын дамытудың мемлекеттік бағдарламасы.

Сонымен бірге, «Астананың гүлденуі - Қазақстанның гүлденуі», «2003-2010 жылдарға Алматы қаласының дамуы» мемлекеттік бағдарламаларында арнайы бөлімдер бар, сол сияқты «Қазақстан Республикасының 2003-2015 жылдарға арналған индустриалдық-инновациялық даму Стратегиясы».

Мынадай бағдарламалар өңделуде:

- 2006-2008 жылдарға арналған жол саласын дамыту;

- Қазақстан Республикасын 2015 жылға қарай аумақтық дамыту.

Бұл бағдарламаларда құрылыс саласындағы инновация үшін жеңілдіктер преференциясынан бастап тұрғын үй құрылысы үшін арнайы банктер мен қорлар құру, ипотекалық несиелендіру жүйесін құру және т.б. дейін түрлі шаралар қарастырылған.



Халықтың түрлі топтарына тұрғын үйдің қол жетімділігін арттыру мен оны дамыту мәселесін шешуге бағытталған түрлі шараларға қарамастан, құрылыс саласын жоспарлау мен болжамдау үдерістеріне анық жүйелік бағыт пен жүзеге асырылған шаралардың нәтижелілігін бағалау жүйесі жоқ.

Қазақстан Республикасы Президентінің 2007 жылдың 20 тамызындағы №383 Жарлығымен тұрғын үй құрылысын дамытудың мемлекеттік бағдарламасына жаңа кезең 2008-2010 жылдар белгіленді. Бағдарламаны жүзеге асыру әлеуметтік дамудың алғашқы кезектегі бағыттарының бірі болып табылады.

Онда алдыңғы бағдарламаның кемшіліктері ескерілген, аз қамтамасыз етілген азаматтарды тұрғын үймен қамсыздандыруға басыңқы назар аударылған. Бұл бағдарламада тұрғын үй құрылысын дамытудың келесі бағыттарын атап көрсетуге болады:

- сұраныс пен ұсынысты ескере отырып, толыққанды теңестірілген тұрғын үй рыногын құру. Осы мақсатта мемлекет орташа бағасы бір шаршы метрі 56 515 теңге тұратын қымбат емес және қол жетімді тұрғын үй құрылысы арқылы азаматтарды тұрғын үймен қамсыздандыру үшін жағдайлар жасамақ;

- тұрғын үйдің жалдамалық секторын дамыту;

- кең ауқымды тұрғын үй құрылысына қосымша ынталандырулар енгізу;

- дамуды ынталандыру;

- тұрғын үй құрылысы аудандарының инженерлік-коммуникациялық инфрақұрылымын дамыту.

Жалпы мемлекеттік бағдарламаны жүзеге асыруға бюджеттік шығындарға қажеттілік 300,8 млрд. теңгені құрайды, оның ішінде 2008 жылы - 110,3 млрд. теңге, 2009 жылы – 102,8 млрд. теңге, 2010 жылы – 87,7 млрд. теңге қарастырылған.

Бағдарламаны жүзеге асыру нәтижесінде жалпы алаңы 26,1 млн. шаршы метр тұрғын үй немесе 236 мың пәтер салу қарастырылған. Оның ішінде: 2008 жылы – 8,2 млн. шаршы метр, 2009 жылы – 8,6 млн. шаршы метр, 2010 жылы – 9,3 млн. шаршы метр тұрғын үй қолданысқа енгізілуі тиіс [45].

Тұрғын үй құрылысы қарқынының артуы қазіргі күні ел үкіметі айналысып отырған басыңқы міндеттердің бірі болып табылады және

экономиканың қаржы секторына осындай біршама қиын міндетті шешуде маңызды рөл бөлініп отыр.

Тұрғын үй құрылысын қажетті қорлармен қамтамасыз етудің әлемге белгілі тәсілдерінің бірі ипотекалық несиелендіру болып табылады. Бұл тізбені қолдануда ипотекалық заем түріндегі қаржылық ресурстар тұрғын үй сатып алушыларын беріледі, олар өз кезегінде тұрғын үй құрылысын жүргізіп отырған құрылыс ұйымын тікелей қаржыландырады.

Алайда, Қазақстанда тұрғын үй құрылысын қаржыландырудың бұл тәсілі оны кең ауқымда қолдануға кедергі болып отырған бірқатар қиыншылықтарға кездесуде. Салынып жатқан тұрғын үйді ипотекалық несиелендіру, дайын тұрғын үйді ипотекалық несиелендіруге қарағанда бірқатар ерекшеліктерге ие, ол несиелендіру үдерісін күрделендіріп, несие ұйымының тәуекелін жоғарылатады.

Осылайша, Қазақстанда ипотекалық несиелендіру мен тұрғын үй жинақ салымдарын қосатын, тұрғын үй құрылысын қаржыландырудың біртұтас жүйесі құрылған.

Алайда, ипотекалық несиелендіру мен тұрғын үй құрылысының дамуын тежейтін факторлар бар. Біздің көзқарасымыз бойынша, ипотекалық несиелендірудің дамуын тежейтін жалпы факторларға төмендегілерді жатқызуға болады:

- сұраныстың ұсыныстан артық болуына, алғашқы және екінші жылжымайтын мүлікке бағаның болжанбай өсуіне алып келетін құрылыстың жеткіліксіз көлемі мен жоғары құны;

- жоғары инфляция;

- тәуекелді бағалаудың стандарттарының сәйкессіздігі;

- жылжымайтын мүлік нысандарының бірыңғай электрондық кадастрының болмауы;

- нормативтік-құқықтық актілерде сәйкессіздіктердің болуы;

- жылжымайтын мүлікті мемлекеттік тіркеудегі кемшіліктер.

Ипотекалық несиелендіру мен тұрғын үй құрылысы, оны сатып алуды қаржыландырудың басқа да тәсілдерін дамытуды тежейтін себептерге сол сияқты мыналар жатады: несие берушілердің, әсіресе тұрғын үй құрылысын несиелендірудегі тәуекелінің жоғарылығы; несиелендіру құралдарының

шектеулілігі; жылжымайтын мүлікті тіркеудегі заңнаманың жетілдірілмеуі; қозғалмайтын мүлік пен онымен жүргізілетін операцияларды сақтандырудың тиісті жүйесінің болмауы; жылжымайтын мүлік рыногында жұмыс істейтін бизнес құрылымдарының дамымауы, тұрғын үй құрылысының құнына және несиелерге пайыздық мөлшерлеменің қалыптасуына ықпал ететін бизнес құрылымдардың мүдделері мен тәуекелдерінің әркелкілігі, тұрғын үй мәселесін шешуде зейнетақы қорларының әлсіз қатысуы; құрылысты қаржыландыруға зейнетақы қорларының, интеллектуаллық меншіктің және іскерлік қатынастардың қаржылық ресурстарын тартуда нақты тетіктердің болмауы; сатып алушыға тұрғын үй сатып алуда саналы таңдау еркіндігін беретін және құрылысшыға тауар (пәтер) үшін жауапкершілікті белгілеуге мүмкіндік беретін тұрғын үйді белгілері бойынша анықталған сыныптамасының болмауы.

Қазіргі күні басқа мәселе бой көрсете бастады - өте жоғары болып отырған тұрғын үй бағасы. Жаңа жылжымайтын мүлік рыногы тұрғын үй өнімін өткізуде қиындықтар туғызғанымен, бұрынғы салынған тұрғын үйге сатып алушылар жетерлік. ҚР тұрғын үй рыногының инвестициялық-құрылыстық кешенінің жұмыс істеуі жағдайында «Қазақстан Республикасының 2015 жылға дейін сәулеттік дамытудың негізгі бағыттары» туралы бағдарламасына өзгерістер енгізілуі тиіс [46].

Дамыған рыноктық қатынастар қалыптасқан елдерде зерттеулер тұрақты түрде жүргізіліп, оның нәтижелері жарияланады, онда сұраныс пен ұсынысқа, олардың нақты қалалар мен өңірлерге қатысты икемділіген талдау жасалады. Қазақстандағы беделді риэлторлық компания «Scot Holland Estates» жылжымайтын мүлік жөніндегі 2003 жылы 12 маусымда болған Халықаралық конференцияда Алматы және Астана қалаларындағы элиталық тұрғын үй бағасы өте жоғары қарқынмен дамуда деп мәлімдеді. Коммерциялық құрылыс бойынша (сауда орталықтары, саябақтар, кинотеатрлар) өрлеу бүкіл Қазақстан бойынша оптимистік бағытта дамып келеді. Қазақстан қалаларындағы инфрақұрылымның дамуы жоғары сапалы жаңа қызметтерді талап етеді [47].

Тұрғын үйді құрылыс жинақтары жүйесі арқылы сатып алудың қазақстандық тәжірибесі өз бастауын 1994 жылдан алады. ҚР Президентінің 1993 жылғы Жарлығына сәйкес «Тұрғынүйқұрылысжинақбанкі» құрылды. Оның міндеті халықты ұзақ мерзімді тұрғын үй несиелерімен және құрылыс ұйымдарын қысқамерзімді несиелермен қамсыздандыру болды.

Кез-келген рынокты біртұтас зерттеу оның қазіргі жағдайын бейнелеу мен әрі қарай болжамдау үшін рынок тетіктерін түсінуді өз міндеті етіп қояды. Жылжымайтын мүлік рыногы да, басқалар сияқты, өзіндік ерекшеліктерге ие, алайда, басқа рыноктардай оның негізгі қызметі тұтынушылардың қажеттіліктерін қанағаттандыруға бағытталған.

МЗО «ИнфоСкан» зерттеу компаниясы 2002 жылдың қазанынан «Пилот-Недвижимость» деп аталатын бағдарламаны енгізді, ол жылжымайтын мүлік рыногы мен оның барлық субъектілерінің кешенді талдауын қарастырады.

Жүргізіліп жатқан жұмыстардың негізгі міндеті жылжымайтын мүлік рыногындағы болып жатқан және болжанып отырған үрдістер мен тетіктердің толық суреттелуі.

Соңғы жылдардағы тұрғын үй мәселесінің өткірлігі көші-қон үдерістерімен белгілі бір дәрежеде реттелді, барлық жерлерде тұрғын үй рыногында ұсыныс сұраныстан артық, ал депрессивті өңірлерде тіпті иесіз және бос пәтерлер бар. Алайда, минималды қажеттілік және жүріп жатқан құрылыс көлемі арасында үлкен теңсіздік бар, ол болашақта халық санының өсуін ескерсек, онан да әрі қарай алшақтай беруі мүмкін.

Қазақстанда экономикалық бетбұрыстардың басталуымен өз маңыздылығына карамастан, тұрғын үй реформасы өте баяу қарқынмен жүргізілді. Халықтың басым бөлігі төлем қабілеттілігінің төмендігінен, дайын өнімді сатып алу үшін ұзақ мерзімді несиелердің болмауынан тұрғын үй рыногы жеткілікті қаржылық ресурстармен қамтамасыз етілмейді. Сонымен бірге, бірнеше жылдар бойы республикадағы салынып жатқан тұрғын үй көлемі қолда бар тұрғын үй қорының шамамен 0,5%-ын құрап, тұрғын үй қорынан шығып жатқан апатты жағдайдағы және ескірген тұрғын үй көлеміне сай болмады. Тұрғын үй қорын қалпына келтірудің мұндай қарқынымен оның үмітсіз ескіру қаупі туындайды, әсіресе тұрғын үйдің басым бөлігінің сейсмикалық қауіпті аймақтарда орналасқандығын ескерсек.

### Пайдаланылган әдебиеттер тізімі

1. Корнаи Я.И. Жилищно-коммунальное хозяйство. –М., 2015. -89 с.
2. Марченко А.В. Экономика и управление недвижимостью: Учебное пособие. - Ростов н/Д: Феникс. 2006. - 352 с.
- 3.Абдуалиев А. Ипотечное кредитование в Казахстане // Транзитная экономика. 2007, №1, - 9 с.
4. «Строительный вестник». №1(1). 2011. -3 ноября. –С.48.

## CONTENTS

<b>EKONOMICKÉ VĚDY.....</b>	<b>3</b>
<b>Podniková ekonomika</b>	
Орлов В. М., Петрашевська А. Д., Затовська Л. Л. ВПЛИВ СУЧАСНИХ ПРОЦЕСІВ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ НА УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	3
Ахметова З.Е. СПЕЦИФИКА МЕДИЦИНСКОЙ УСЛУГИ: ОСНОВНЫЕ МОДЕЛИ ..	5
Kravchenko S.A. IDENTIFICATION OF CRISES IN ACTIVITY OF THE ENTERPRISES .....	16
<b>Logistika</b>	
Залесский Б.Л. БЕЛАРУСЬ - ЗИМБАБВЕ: СОТРУДНИЧЕСТВО, ОРИЕНТИРОВАННОЕ НА ПЕРСПЕКТИВУ.....	16
<b>Regionální ekonomika</b>	
Утегенова К.А. , Шамгонова Ф.С. КӘСІПКЕРЛІК ҚЫЗМЕТТІ ЖЕРГІЛІКТІ ҚОЛДАУ ШАРАЛАРЫНЫҢ НӘТИЖЕЛЕРІ .....	19
<b>Zahraníční ekonomická činnost</b>	
Смагулова А.М., Бигарашева В.Е., Омарова А.О., Тлеужанова Г.К. FEATURES OF E-LEARNING IN KAZAKHSTAN .....	23
<b>Rizení lidských zdrojů</b>	
Макеев Е.Ш. СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ ПЕРСОНАЛОМ В КОМПАНИИ .....	28
Гимранов Тимур СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ЧЕРЕЗ ИХ ОБУЧЕНИЕ И РАЗВИТИЕ .....	38
Кабакова Г.Е. МОЛОДЕЖНАЯ ПРАКТИКА, КАК РЕШЕНИЕ ПРОБЛЕМЫ ЗАНЯТОСТИ .....	49
<b>Marketing a management</b>	
Рижкова Г.А. КРИТЕРІЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОВАРІВ .....	53
Молдашев Г.К., Дулатбекова Н.С., Баетова М.Т. ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ СМК В АО СТРАХОВАЯ КОМПАНИЯ ЛОНДОН-АЛМАТЫ .....	56
Молдашев Г.К., Дулатбекова Н.С., Баетова М.Т. УПРАВЛЕНИЕ СМК В ТОО СЕРТИФИКАЦИОННЫЙ ЦЕНТР ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА.....	63

Джангалиев Айвар СПЕЦИФИКА УПРАВЛЕНИЯ СЕРВИСОМ ВО ФРАХТОВОЙ КОМПАНИИ .....	70
--	----

### **Účetnictví a audit**

Tkachenko S. A. Potyshniak O.M. METHODOLOGICAL AND INFORMATIONAL TOOLS OF THE SUBSYSTEM OF ACCOUNTING AND ECONOMIC SUPPORT IN THE IMPLEMENTATION OF PRODUCTION AND SALES ACTIVITIES: FROM THE POINT OF VIEW OF STRENGTHENING THE COMPETITIVE PRINCIPLES OF INDUSTRIAL ENTERPRISES AND SCIE .....	78
--	----

Макєєнко А.С., ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В СФЕРІ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ .....	81
---	----

Байдыбекова С.К.,Серикова А.Д. ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ҚАРЖЫЛЫҚ ЕСЕП СТАНДАРТЫ НЕГІЗІНДЕ ҚАРЖЫЛЫҚ ҚОРЫТЫНДЫ ЕСЕП БЕРУДІҢ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ МЕН ТАЛДАУЫ .....	85
--	----

Байдыбекова С.К.,Серикова А.Д. КӘСІПОРЫННЫҢ БАСҚАРУ ЖҮЙЕСІНДЕГІ ЭКОНОМИКАЛЫҚ СТРАТЕГИЯНЫ ҚАЛЫПТАСТЫРУ .....	91
---	----

### **Průmyslová ekonomika**

Муханова А.Е., Есмаханбай Е.Е. ТҰРҒЫН ҮЙ НАРЫҒЫН ДАМУ ЕРЕКШЕЛІГІ .....	97
--	----

<b>CONTENTS</b> .....	<b>110</b>
-----------------------	------------

\*246407\*

\*247901\*

\*248114\*

\*247937\*

\*247821\*

\*248078\*

\*247899\*

\*247900\*

\*248124\*

\*247943\*

\*247949\*

\*247950\*

\*248089\*

\*246685\*

\*247105\*

\*247988\*

\*247989\*

\*244576\*