

ҚР ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ ЖОҒАРЫ БІЛІМ МИНИСТРЛІГІ
КАСПИЙ ҚОҒАМДЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ
ЭКОНОМИКА ЖӘНЕ БАСҚАРУ ЖОҒАРЫ МЕКТЕБІ

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН
КАСПИЙСКИЙ ОБЩЕСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ

THE MINISTRY OF SCIENCE AND EDUCATION OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN
CASPIAN UNIVERSITY
HUGHER SCHOOL OF ECONOMICS AND MANAGEMENT



«ЭКОНОМИКАНЫҢ ТҰРАҚТЫ ДАМУЫ: МӘСЕЛЕЛЕРІ МЕН БОЛАШАҒЫ»
атты халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференцияның материалдары
6 желтоқсан 2023 ж.

«УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ»
Материалы международной конференции
6 декабря 2023 г.

«SUSTAINABLE ECONOMIC DEVELOPMENT: PROBLEMS AND PROSPECTS»
Materials of international scientific and practical conference.
6 december 2023 year

Алматы 2023

УДК 338.2
ББК 65.6

Под общей редакцией декана ВШЭиУ, PhD, ассоциированный профессор
КОУ Н.А.Аманкелді

Редакционная коллегия:

Н.А.Аманкелді, Б.А.Мархаева, Р.С.Парманова, Г.Ш.Калиакпарова,
Е.Е.Гриднева, А.Б.Отарбаева, Н.М.Калманова (отв.секретарь сборника)

«Экономиканың тұрақты дамуы: мәселелері мен болашағы»=

«Устойчивое развитие экономики: проблемы и перспективы» = «Sustainable economic development: problems and prospects» мат-лы межд. науч.-практ. конф. - Алматы: Каспийский Общественный университет. – 2023. – 658стр.-Англ., каз., рус.

ISBN 978-601-7993-29-0

В сборнике представлены доклады участников Международной научно-практической конференции «Устойчивое развитие экономики: проблемы и перспективы». В работе конференции приняли участие ученые, практики, преподаватели, магистранты и студенты не только ВУЗов Казахстана, но и зарубежья.

Материалы конференции представляют интерес, как для профессорско-преподавательского состава ВУЗов, так и для представителей бизнес - среды, организаторов государственных программ экономического развития страны.

УДК 338.2
ББК 65.6

ISBN ISBN 978-601-7993-29-0 © Каспийский Общественный университет, 2023

Конференция қатысушыларына арналған құттықтау сөз

Сәлеметсіздер ме құрметті қатысушылар! Сіздерді «Экономиканың тұрақты дамуы: мәселелері мен болашағы» атты халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференциямызға қош келдіңіздер, назарларыңызбен, қатысқандарыңыз үшін рақмет!

Ішкі және сыртқы факторлар әсері етіп отырған Қазақстан экономикасының қазіргі жағдайы елдің экономикалық даму стратегиясын қайта қарауды талап етеді.

Конференцияны өткізудің қажеттілігі экономика, технология және білім саласындағы озық тәжірибе мен білім алмасуында деп ойлаймын. Бүгінгі алынған нәтижелер барлық қатысушыларға пайдалы болады және ұсынылған ұсыныстар тәжірибеде өз қолданылуын табады деп сенемін.

Конференцияда келесілер қарастырылады:

- тұрақты экономикалық даму мәселелері
- инновациялық экономиканы дамыту мәселелері;
- экономикалық қайта құрудың теориясы мен тәжірибесі;
- экономикалық салада заманауи ақпараттық технологияларды қолдану;
- қазіргі кәсіпорындағы банк ісі мен бухгалтерлік есепті дамыту мәселелері;
- менеджмент пен маркетингті жетілдіру әдістері;
- цифрландыру және жаңа технологияларды енгізу;
- және т.б.

Сіздерге зор денсаулық, ғылыми-зерттеу жұмыстырында және тәжірибелік қызметте табыстар тілеймін.

«Э және Б» ЖМ деканы, PhD,
КҚУ қауымдастырылған профессоры



Аманкелді Н.А.

Приветственное слово участникам конференции

Здравствуйте уважаемые участники! Приветствую вас на нашей международной научно-практической конференции «Устойчивое развитие экономики: проблемы и перспективы», благодарю за проявленное внимание и участие!

Современное состояние экономики Казахстана, на которое влияют как внутренние, так и внешние факторы, требует переосмысления стратегии экономического развития страны.

Считаю, что необходимость проведения конференции заключается в обмене передовым опытом и знаниями в сфере экономики, технологий и образования. Надеюсь, что полученные сегодня результаты будут полезны всем участникам, а предложенные рекомендации найдут свое применение в практической деятельности.

На конференции будут рассмотрены:

- вопросы устойчивого развития экономики;
- проблемы развития инновационной экономики;
- теория и практика трансформации экономики;
- применение современных информационных технологий в экономическую сферу;
- вопросы развития банковского дела и бухгалтерского учета на современном предприятии;
- методы совершенствования менеджмента и маркетинга;
- цифровизация и внедрение новых технологий;
- и др.

Желаю вам крепкого здоровья, успехов в научно-исследовательской работе и практической деятельности.

Декан ВШЭиУ, PhD,
ассоциированный профессор КОУ



Аманкелді Н.А.

Welcome speech to conference participants

Hello dear participants! I welcome you to our international scientific and practical conference “Sustainable Economic Development: Problems and Prospects”, thank you for your attention and participation!

The current state of the economy of Kazakhstan, which is influenced by both internal and external factors, requires a rethinking of the country’s economic development strategy.

I believe that the need for the conference lies in the exchange of best practices and knowledge in the field of economics, technology and education. I hope that the results obtained today will be useful to all participants, and that the proposed recommendations will find their application in practice.

The conference will consider:

- issues of sustainable economic development
- problems of development of an innovative economy;
- theory and practice of economic transformation;
- application of modern information technologies in the economic sphere;
- issues of development of banking and accounting in a modern enterprise;
- methods for improving management and marketing;
- digitalization and introduction of new technologies;

I wish you good health, success in research work and practical activities.

Dean GShcE and M, PhD,
associate professor CU



Amankeldi N.A.

СОДЕРЖАНИЕ

Панина И.В. Структура заключения независимого специалиста об отчетности в области устойчивого развития	10
Абишева Ж.А., Мырзаханова А.М. Ақша қаражаттарының қозғалысын есепке алу және талдау ерекшеліктері	16
Адамбекова А.А., Адамбеков Н.Т. ESG приверженность бизнеса: оценка текущих тенденций	21
Gulyayeva S.P., Marunova Y.Y. Predictive analytics in supply Chain management	27
Жангирова Р.Н., Ахметов Д.Р. Система государственного регулирования малого предпринимательства Республики Казахстан	33
Жангирова Р.Н., Тохтаева К.А. Пути развития инструментов цифрового маркетинга по продвижению в сети интернет	38
Илашева С.А., Досаев Н., Жаркимбекова К.С. Основные элементы механизма развития рынка технических средств в АПК Туркестанской области	42
Илашева С.А., Ергешева А. Формирование механизмов устойчивого развития экономики региона	48
Илашева С.А., Истлеуов Б. Оценка развития инновационной деятельности в Туркестанской области	54
Калиакпарова Г.Ш., Гриднева Е.Е. Делегирование полномочий по системе Кайдзен на современном предприятии	60
Каримова М.Д., Дүйсебай М.М., Төреханов Н.К. Қазақстандағы блокчейн және индустрияның дамуы	68
Каримова М.Д., Маратқызы Ж. Қазақстан аймақтарының әлеуметтік-экономикалық даму үрдістері	76
Кинашева Ж.Б. Мәдени қызметтер нарығында брендингтік стратегияны қалыптастыру мәселелері	81
Кулахмедова Г.Т., Есайдар У.С., Ниязова М.А. Накопительная пенсионная система в Республике Казахстан	88
Кулахмедова Г.Т., Сергеева А. Управление банковскими рисками: теория портфеля и модели оценки рисков	94
Кулахмедова Г.Т., Талипова Н., Зикеева А., Левина Д. Влияние финансовых ошибок на деятельность предприятия	100
Малаева Р.А. Қазақстан арт-индустриясындағы брендинг стратегиясы	106
Салкынбаева Ф.Д., Таяуова Г.Ж., Естурлиева А.И. Эволюционный взгляд на теорию	113
Большекбаева Қ.О., Ерболқызы Қ. Роль инвестиций в развитие туризма в Казахстане	120
Есахметова Л.М., Шерзатов К.А. Тенденции развития экспорта зерноперерабатывающих предприятий Казахстана	125
Жаздыкбаева Д.П. Салық есептілігін қалыптастырудағы ішкі аудиттің рөлі	133
Исаева А.Т., Қосжанова Е.О. Қазақстандағы интернет-маркетингтің даму тенденциялары мен бағыттары	140

Калманова Н.М., Жармұханбет С.А. Өнімнің бәсекеге қабілеттілігі тұрақты экономикалық дамудың негізі.....	147
Калманова Н.М., Жолдыбекова А.Ә. Банк өнімдері банктік маркетинг менеджментінің құралы ретінде.....	155
Касымова А.А. Применение философии Кайдзен в образовательно-воспитательном процессе	160
Кумарханова Н.Н., Исмагулова Д.М. Ұйымның ақша қаражаттарының есебі мен аудитін ұйымдастыру	165
Кумарханова Н.Н., Мырзаханова А.А. Негізгі құралдарды түгендеу мен қайта бағалаудың есебі мен аудиті	170
Кумарханова Н.Н., Оспанова А.М. Кәсіпорындағы дебиторлық қарыздардың есебі мен талдауы.....	175
Құрмантаева А.Ж., Жанболатқызы А.Ж. Сақтандыру және кәсіпкерліктегі тәуекелдер.....	181
Құрмантаева А.Ж., Тастан Д.Ж. Бизнес-жоспар бизнесті басқару құралы ретінде.....	186
Сапарбаева А.М., Асарбаева А.М. Қазақстан Республикасындағы бағалы қағаздар нарығы: ағымдағы жағдайы және даму болашағы.....	191
Сапарбаева А.М., Нұрпейіс А.Н. Қазақстандағы банк қызметінің қазіргі жағдайы	198
Сапарбаева А.М., Темірханқызы А. Цифрлық экономика: артықшылықтары мен кемшіліктері	206
Яковлев А.А., Мищенко Т. Л. IT-технологии как интегральная часть функционирования организаций.....	212
Abdurazakov N.M. Banking innovations as a factor of increasing competitiveness	218
Абдуразакова Г.М., Омар Н.Т. Цифровизация как тренд развития эффективного бизнеса	223
Ажибекова А.Д. 1с жүйесінде қоймадағы бухгалтерлік есеп.....	229
Айдосқызы А., Мухамедиева Г.М., Сапарбаев А.Д. Қазіргі экономикадағы тұтынушылық мінез-құлық моделінің трансформациясы	239
Бағланұлы А., Нургалиева А.М. Управление рисками в сфере финансирования терроризма	244
Бактыбеков Б., Нургалиева А.М. Риски потери деловой репутации в банках второго уровня	251
Бирлесова А., Нургалиева А.М. Регулярные риски в банках второго уровня: сущность и необходимость ими	257
Горланов В. С., Борисовская Т.А. Развитие малого и среднего бизнеса в условиях глобальных экономических вызовов	263
Изтлеуова Б.Ж. Организационная диагностика компании Nalyk Bank .	269
Қыдырбек Қ., Нургалиева А.М. Подозрительные операции в коммерческих банках: сущность и критерии выявления	275
Новикова Т.В., Баркин А.А. Логистические процессы на предприятиях малого и среднего бизнеса в условиях трансформации бизнеса.....	281

Новикова Т.В., Фельдман Д.С. Формирование оплаты труда на предприятиях малого и среднего бизнеса на основе применения показателей КРІ	287
Нысанбай А.Д., Мухамедиева Г.М., Нургалиева А.М. Материалдық емес активтердің компания құнына әсері: өлшеу және модельдеу	295
Рахимбаев А.А., Мухамедиева Г.М., Утегулова Б.С. Білім экономикасы жүйесіндегі инновациялық бағдарланған фирманың моделін дамыту	300
Иванов М.А., Шалгимбаева К.Б. Цифровизация и внедрение новых технологий в управлении маркетингом на	306
Нашимхан К.А., Исаева А.Т. Аумақтық дамуды мемлекеттік реттеу.....	312
Рашидова Л.А. Эффективность трудовых ресурсов на предприятиях....	320
Соколенко В., Саурукова А.К. Гендерная дискриминация на рынке труда Казахстана	325
Сырлыбаева М.Т., Нұржан Қ. Кәсіпорындағы қаржы менеджменті және оны дамытудың негізгі бағыттары	333
Seithan D.E. The Peculiarities of personnel management in intellectual and creative organizations.....	340
Тусупбекова А.А., Асанова А.Ж. Искусственный интеллект и маркетинг	347
Абдикулова П.Ж., Кыдырбаева А.С. Кәсіпорынның еңбек өнімділігін басқару	353
Абылханова А.В. Технологический ландшафт нейромаркетинга: инновации и практика.....	358
Азизова Б.И., Кулахметова Д.Б., Кадырова К.Ж. Значение маркетинга в повышении эффективности продаж.....	363
Акымбекова А.Р. Роль маркетинга в условиях экономического кризиса	369
Алтынбекқызы Ш., Бекмурат А.Х. НСМ-система как инструмент автоматизации и оптимизации управления персоналом организации.....	376
Алыпбаева А.Т., Кубелдесов А.К. Управление текущими затратами предприятия.....	382
Аманбаева Р.Р. Управление системой мотивации персонала в современных условиях.....	388
Амангельдин Ж.Ж., Кабдешова А. А. Анализ и прогноз финансово-хозяйственной деятельности предприятия и разработка мероприятий по ее совершенствованию	397
Амангелді Ә., Кумарханова Н.Н. Трансформация финансов предприятия в условиях внедрения искусственного интеллекта	405
Апекова А.Р. Кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігін басқару	414
Ахатова Н.А. Влияние инноваций в области искусственного интеллекта на экономический рост и на глобальную экономику	419
Әбдімұратова Д.Т., Көпей А.Б., Ерғали А.Р. Бариста маманын даярлаудың өндірістік есебі, шығындарын бақылау СVP - талдау	426
Әсіл Г.Ғ., Абишева Ж.А. Көтерме сауда есебі: мәселелері, тенденциялары және даму перспективалары.....	433
Әшімова Ж.Н., Айбатырова Г.А. Қаржылық міндеттемелердің есебі мен аудиті	440

Байгазина С.Ж., Тарковская А.А. Анализ товарооборота торгового предприятия.....	449
Берстембаева Р.К., Тлеужанова Д.А. Финансовые инструменты нивелирования социального неравенства в Казахстане.....	455
Бобылев И.В. Анализ финансовых результатов и планирование прибыли предприятия на примере ТОО «Казахстанско-китайский трубопровод».....	460
Бортновская А.П. Совершенствование учета доходов и расходов казахстанских организаций	468
Валибаева М.В. Особенности учета основных средств и его совершенствование на предприятии	474
Волочанинова А.С. Совершенствование организации и методики учета, анализа и контроля расчетов с бюджетом по КПП.....	481
Гончарова Д.В. Учет и анализ движения основных средств на предприятии	487
Ержанова А.Е. Проблемалық несиелердің ағымдағы жағдайын талдау.	493
Жанабаева А.А., Шерзатов К.А. Кәсіпорындағы банк несиелерінің есебі және аудиті	499
Жанахметов Б. Г., Айсаев Р. Проблемы развития МСБ в Республике Казахстан	504
Жанжигитова Д. Р., Укубаева А. Н., Хон В. Л. Зарубежный опыт управления развитием предприятия на основе кайдзен технологии.....	509
Жанкулакова А.Д., Ким Л.В. Оценка влияния инфляции на экономику страны	514
Жолдас Ж.Ж., Бахтиярова А.Ж. Шағын кәсіпкерлікті дамытуды басқарудың шетелдік тәжірибесі	520
Илияс А.Қ., Даржанова М.Ш., Отарбаева А.Б. Вопросы регулирования межбюджетных отношений на региональном уровне	525
Иманбекова Е.Ж., Даржанова М.Ш., Гуляева С.П. Трансформация управления городом Алматы: влияние современных технологий	529
Именаленов А.Е, Абдуразакова Г.М. Анализ товарооборота между Республикой Казахстан и Республикой Узбекистан.....	534
Калимуллин Р.М. Влияние визуального маркетинга на поведение покупателя	542
Каримова М.Д., Абикен А.Б. Ұйымдарда өнім шығаруды жоспарлау стратегиясы	549
Каримова М.Д., Тұрсын Т.Е. Персоналды басқаруды ұйымдастыру: халықаралық тәжірибе және оның Қазақстанда бейімделуі.....	554
Каримова М.Д., Тұрсын Д.А. Ұйымның кадрлық саясатын қалыптастыру және оны жүзеге асыру жолдары	559
Кожабоева Н.К., Калманова Н.М. Пайданы қалыптастыру және оны кәсіпорында тиімді бөлу жолдары	564
Колумбаева А.Г., Танат Л.Б. Оценка конкурентоспособности товаров с использованием многоугольника конкурентоспособности	570
Крохмаль А.А., Крохмаль А.А., Хутуров Т.А. Особенности налоговой системы в Республике Казахстан, а также сравнения её с другими странами .	577

Кулебякина В.Ф. Финансовая устойчивость предприятия как ключевая характеристика финансового состояния.....	582
Кульбашева А.К., Танат Л.Б. Преобразующее влияние искусственного интеллекта на маркетинг	589
Қазитай Е.Б. ҚР-дағы міндетті медициналық сақтандыру: даму мәселелері мен перспективалары.....	593
Құсманбекова А.Е., Шерзатов К.А. Ұйымның негізгі құралдарының есебі мен аудитін ұйымдастыру	606
Мирзалиева А.Р. Учет оплаты труда на предприятии	611
Мусина А.Е., Ащеулова Н.А. Алгоритм разработки ассортиментной политики предприятия.....	617
Мухтарова Г.Р. Бухгалтерский учет и аудит движения товаров в торговле	624
Нетаев М.А., Куандыкова М.Б. Кәсіпкерлерге арналған стратегияларды әзірлеудің инновациялық тәсілдері: кешенді талдау және қолдану жолдары ..	630
Плоткина Е.Е. Актуальные проблемы аудита расчетов с покупателями	636
Оралбай А.О., Дәулетқызы Д., Умитбаева Ж.А. Ұйымның қаржылық есептілігі және оның көрсеткіштерін талдау.....	641
Рассказова В.Ю. Промежуточные формы оплаты труда. Коллективная (бригадная) сдельная оплата.....	651
Роденко А.В. Торговля, осуществляемая производителями товаров. Прямые поставки. Непосредственный оборот между производителями и розничной торговлей	658
Рябухина Д.А., Асанова А.Ж. Алгоритм разработки и управления ивент-мероприятиями.....	665
Садвакасова Р., Гумар Н.А. Қазақстанның банк жүйесі мен ақша айналымын тұрақтандырудың негізгі бағыттары.....	671
Сычевская Т.К. Организация учета и аудита денежных средств	677
Тажигулова А.Қ. Особенности ведения бухгалтерского учета и аудита на предприятиях общественного питания	683
Тахаева А.М., Курбанбаева Д., Бауыржанқызы К. Телеарнаның бухгалтерлік есебі мен қаржылық есептілігінің ерекшеліктері.....	691
Тлектесова Д.Н. Бухгалтерский баланс: порядок составления, аудит и анализ.....	697
Тұлеубекова А.М., Парманова Р.С. Разработка новых банковских продуктов и их влияние на интенсивное развитие банка	703
Тургумбаева А.А. Классификация проблемных кредитов: отечественный и зарубежный опыт	709
Турсунтай А. Қазақстандағы несиелеудің салалық циклы.....	717
Тұрсын М.К. Сақтандыру саласын реттеудегі мемлекеттің рөлі	726
Тілеужанқызы А., Өмір А.Ж. Салық саясаты, оның экономикадағы рөлі	733

СТРУКТУРА ЗАКЛЮЧЕНИЯ НЕЗАВИСИМОГО СПЕЦИАЛИСТА ОБ ОТЧЕТНОСТИ В ОБЛАСТИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

Панина И.В.

Воронежский государственный университет, г. Воронеж, Российская Федерация

Аннотация. В настоящее время на интернет-сайте Совета по международным стандартам аудита и обеспечению уверенности (IAASB) идет общественное обсуждение проекта Международного стандарта заданий, обеспечивающих уверенность в отношении отчетности в области устойчивого развития (ISSA) 5000 «Основные требования к заданиям, обеспечивающим уверенность в отношении информации об устойчивом развитии». В статье для научной дискуссии представлены предложения по совершенствованию содержания заключения об отчетности в области устойчивого развития, предусмотренного данным проектом

Ключевые слова: аудит; задание, обеспечивающее уверенность; разумная уверенность; ограниченная уверенность; практикующий специалист

ТУРАҚТЫ ДАМУ САЛАСЫНДАҒЫ ЕСЕПТІЛІК ТУРАЛЫ ТӘУЕЛСІЗ МАМАН ҚОРЫТЫНДЫСЫНЫҢ ҚҰРЫЛЫМЫ

Панина И.В.

Воронеж мемлекеттік университеті, Воронеж қ., Ресей Федерациясы

Аннотация. Қазіргі уақытта Халықаралық аудит және сенімділікті қамтамасыз ету стандарттары Кеңесінің (IAASB) интернет-сайтында "Орнықты даму туралы ақпаратқа деген сенімділікті қамтамасыз ететін тапсырмаларға қойылатын негізгі талаптар" 5000 орнықты даму саласындағы есептілікке қатысты сенімділікті қамтамасыз ететін тапсырмалардың халықаралық стандарты жобасын қоғамдық талқылау жүріп жатыр. Ғылыми пікірталасқа арналған мақалада осы жобада көзделген орнықты даму саласындағы есептілік туралы қорытындының мазмұнын жетілдіру бойынша ұсыныстар берілген

Түйін сөздер: аудит; сенімділікті қамтамасыз ететін тапсырма; ақылға қонымды сенімділік; шектеулі сенімділік; тәжірибеші

STRUCTURE OF AN INDEPENDENT PRACTITIONER'S ASSURANCE REPORT ON SUSTAINABILITY INFORMATION

Panina I.V.

Voronezh State University, Voronezh, Russian Federation

Summary. Currently, on the website of the International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB), there is a public discussion of the draft International Standard on Sustainability Assurance (ISSA) 5000 General Requirements for Sustainability Assurance Engagements. The article presents proposals for improving the content of an independent practitioner's assurance report on sustainability information provided for by this project for scientific discussion.

Keywords: audit; assurance engagement; reasonable assurance; limited assurance; practitioner

В 2024 году Совет по международным стандартам аудита и обеспечению уверенности (IAASB) Международной федерации бухгалтеров (IFAC) планирует утверждение

Международного стандарта заданий, обеспечивающих уверенность в отношении отчетности в области устойчивого развития (ISSA) 5000 «Основные требования к заданиям, обеспечивающим уверенность в отношении информации об устойчивом развитии» (International Standard on Sustainability Assurance (ISSA) 5000 General Requirements for Sustainability Assurance Engagements). Проект ISSA 5000, опубликованный на интернет-сайте IAASB [5], имеет традиционную для выпускаемых IAASB стандартов структуру: введение, цели, определения, требования, руководство по применению и другие пояснительные материалы, приложения. Раздел «Требования» состоит из следующих подразделов:

«Выполнение задания, обеспечивающего уверенность, в соответствии с настоящим ISSA»;

«Принятие и продолжение выполнения задания, обеспечивающего уверенность»;

«Управление качеством на уровне организации»;

«Управление качеством на уровне задания»;

«Мошенничество и несоблюдение требований нормативных правовых актов или других регулирующих документов»;

«Коммуникация с руководством, лицами, отвечающими за корпоративное управление, и другими лицами»;

«Документирование»;

«Предварительные условия выполнения задания, обеспечивающего уверенность»;

«Условия выполнения задания, обеспечивающего уверенность»;

«Доказательства»;

«Планирование»;

«Процедуры оценки рисков»;

«Ответная реакция на риски существенных искажений»;

«Накопление информации и оценка выявленных искажений»;

«Оценка описания применимых критериев»;

«Последующие события»;

«Письменные заявления руководства и лиц, отвечающих за корпоративное управление»;

«Прочая информация»;

«Формирование вывода по итогам задания, обеспечивающего уверенность»;

«Подготовка заключения по итогам задания, обеспечивающего уверенность».

До 1 декабря 2023 года IAASB собирает отзывы на проект ISSA 5000. Поскольку необходимость его введения давно назрела [1, 2, 3], продлевать сроки получения комментариев к нему не планируется. В пояснительной записке к проекту на общественное обсуждение вынесены 27 вопросов. В их числе в отношении заключения независимого специалиста заданы следующие:

– будут ли требования к заключению, изложенные в проекте ISSA 5000, обеспечивать подготовку заключения, отвечающего информационным потребностям пользователей? Если нет, укажите любые вопросы, которые нецелесообразно включать в заключение, и наоборот, необходимо раскрывать в нем;

– согласны ли вы с тем, чтобы не рассматривать в ISSA 5000 концепцию «ключевых вопросов аудита», а рассмотреть это в будущем в других ISSA? Если нет, то что вы предлагаете и почему?

– в случае задания, обеспечивающего ограниченную уверенность, является ли указание на особый характер выполняемых процедур и значительно меньший их объем, чем для обеспечения разумной уверенности, в разделе «Основание вывода» достаточным для понимания этого аспекта пользователями? Если нет, то что вы предлагаете и почему?

Как более общие особый интерес вызывают первые два вопроса. Для ответа на них проанализируем типовую структуру заключений независимого практикующего специалиста об отчетности в области устойчивого развития при обеспечении разумной и ограниченной уверенности (табл. 1). Требования к ним представлены в п. 168 – 192 проекта ISSA 5000, а примеры в приложении 2.

Таблица 1 – Структура кратких заключений независимых практикующих специалистов об отчетной информации в области устойчивого развития при обеспечении разумной и ограниченной уверенности, предусмотренная проектом ISSA 5000

Разумная уверенность	Ограниченная уверенность	Разумная и ограниченная уверенность в отношении разных элементов информации об устойчивом развитии
1. Заголовок «Заключение независимого практикующего специалиста, обеспечивающее разумную уверенность в отношении информации об устойчивом развитии компании ABC»	1. Заголовок «Заключение независимого практикующего специалиста, обеспечивающее ограниченную уверенность в отношении информации об устойчивом развитии компании ABC»	1. Заголовок «Заключение независимого практикующего специалиста, обеспечивающее разумную и ограниченную уверенность в отношении информации об устойчивом развитии компании ABC»
2. Адресат	2. Адресат	2. Адресат
3. Подзаголовок «Заключение, обеспечивающее разумную уверенность в отношении информации об устойчивом развитии», если заключение будет содержать раздел «Заключение в соответствии с другими требованиями нормативных правовых актов, иных регулирующих документов»	3. Подзаголовок «Заключение, обеспечивающее ограниченную уверенность в отношении информации об устойчивом развитии», если заключение будет содержать раздел «Заключение в соответствии с другими требованиями нормативных правовых актов, иных регулирующих документов»	3. Подзаголовок «Заключение, обеспечивающее ограниченную уверенность в отношении информации об устойчивом развитии», если заключение будет содержать раздел «Заключение в соответствии с другими требованиями нормативных правовых актов, иных регулирующих документов»
4. Раздел, содержащий мнение независимого практикующего специалиста, обеспечивающее разумную уверенность (немодифицированное мнение, мнение с оговоркой, отрицательное мнение или отказ от выражения мнения)	4. Раздел, содержащий вывод независимого практикующего специалиста, обеспечивающий ограниченную уверенность (немодифицированный вывод, вывод с оговоркой, отрицательный вывод или отказ от вывода)	4. Раздел, содержащий мнение независимого практикующего специалиста, обеспечивающее разумную уверенность в отношении соответствующих элементов информации об устойчивом развитии (немодифицированное мнение, мнение с оговоркой, отрицательное мнение или отказ от выражения мнения); раздел, содержащий вывод независимого практикующего специалиста, обеспечивающий ограниченную уверенность в отношении соответствующих элементов информации об устойчивом развитии (немодифицированный вывод, вывод с оговоркой, отрицательный вывод или отказ от вывода)
5. Раздел, раскрывающий основания выражения мнения	5. Раздел, раскрывающий основания вывода (отказа от	5. Раздел, раскрывающий основания выражения мнения

(отказа от его выражения)	вывода)	(отказа от его выражения) и вывода (отказа от вывода)
6. Разделы «Важные обстоятельства» для привлечения внимания к данным, включенным в информацию об устойчивом развитии, «Прочие сведения» для обращения внимания на сведения, не включенные в информацию об устойчивом развитии, если специалист сочтет целесообразным их наличие в заключении	6. Разделы «Важные обстоятельства» для привлечения внимания к данным, включенным в информацию об устойчивом развитии, «Прочие сведения» для обращения внимания на сведения, не включенные в информацию об устойчивом развитии, если специалист сочтет целесообразным их наличие в заключении	6. Разделы «Важные обстоятельства» для привлечения внимания к данным, включенным в информацию об устойчивом развитии, «Прочие сведения» для обращения внимания на сведения, не включенные в информацию об устойчивом развитии, если специалист сочтет целесообразным их наличие в заключении
7. Раздел «Прочая информация», если специалист получил прочую информацию к дате составления заключения, кроме случая отказа от выражения мнения	7. Раздел «Прочая информация», если специалист получил прочую информацию к дате составления заключения, кроме случая отказа от вывода	7. Раздел «Прочая информация», если специалист получил прочую информацию к дате составления заключения, кроме случая отказа от выражения мнения, вывода
8. Раздел «Ответственность за информацию об устойчивом развитии»	8. Раздел «Ответственность за информацию об устойчивом развитии»	8. Раздел «Ответственность за информацию об устойчивом развитии»
9. Раздел «Неотъемлемые ограничения при подготовке информации об устойчивом развитии» с раскрытием неопределенности, присущей оценке устойчивого развития, если специалист считает необходимым включение этого раздела	9. Раздел «Неотъемлемые ограничения при подготовке информации об устойчивом развитии», если необходимо	9. Раздел «Неотъемлемые ограничения при подготовке информации об устойчивом развитии», если необходимо
10. Раздел «Ответственность практикующего специалиста»	10. Раздел «Ответственность практикующего специалиста»	10. Раздел «Ответственность практикующего специалиста»
—	11. Раздел «Краткое описание выполненной работы», где описывается характер и объем выполненных процедур для обеспечения ограниченной уверенности	11. Раздел «Краткое описание выполненной работы для обеспечения ограниченной уверенности»
11. Раздел «Заключение в соответствии с другими требованиями нормативных правовых актов, иных регулирующих документов», если практикующий специалист обязан выполнить соответствующую дополнительную работу	12. Раздел «Заключение в соответствии с другими требованиями нормативных правовых актов, иных регулирующих документов», если практикующий специалист обязан выполнить соответствующую дополнительную работу	12. Раздел «Заключение в соответствии с другими требованиями нормативных правовых актов, иных регулирующих документов», если практикующий специалист обязан выполнить соответствующую дополнительную работу
12. Подписи от имени организации - исполнителя	13. Подписи от имени организации - исполнителя	13. Подписи от имени организации - исполнителя

и/или руководителя задания	и/или руководителя задания	и/или руководителя задания
13. Адрес организации - исполнителя в юрисдикции, где работает руководитель задания	14. Адрес организации - исполнителя в юрисдикции, где работает руководитель задания	14. Адрес организации - исполнителя в юрисдикции, где работает руководитель задания
14. Дата	15. Дата	15. Дата
Примечание: составлено автором на основе проекта ISSA 5000		

В таблице 1 представлена структура заключений в краткой форме, предусматривающей обязательные разделы. Проект ISSA 5000 допускает более пространный стиль заключений, при использовании которого в них дополнительно можно включать следующую информацию:

- подробное описание условий задания;
- выявленную информацию, относящуюся к отдельным аспектам задания и не влияющую на мнение (вывод);
- подробные сведения об опыте и квалификации практикующего специалиста и других лиц, вовлеченных в выполнение задания;
- диапазон компетенций, необходимых для выполнения задания; описание того, как они использовались;
- соображения практикующего специалиста в отношении оценки существенности и как она выполнялась в качественном и количественном аспектах;
- предполагаемые пользователи заключения и их цели;
- объяснение почему практикующий специалист, выполняющий задание, обеспечивающее уверенность в информации об устойчивом развитии, не может принимать участие в ее подготовке.

По мнению автора, в целом структура заключения, предусмотренная проектом ISSA 5000, отвечает информационным потребностям самого широкого круга пользователей. Однако отсутствие в нем раздела, аналогичного разделу «Ключевые вопросы аудита» аудиторского заключения, предположительно породит вопросы о порядке определения многих показателей, входящих в отчеты об устойчивом развитии, а также использованных практикующими специалистами процедурах их проверки.

Предусмотренный в заключении, обеспечивающем ограниченную уверенность, раздел «Краткое описание выполненной работы» предназначен для формирования общего представления о характере и объемах выполненных процедур, необходимых и достаточных для такой уверенности. Он не решает поставленного выше вопроса. Справедливости ради необходимо подчеркнуть, что, во-первых, его не предполагалось решать введением данного раздела, и во-вторых, раздел «Ключевые вопросы» на данном этапе планируется ввести другим ISSA, проекта которого пока нет.

Предлагается предусмотреть в заключении об отчетной информации об устойчивом развитии раздел «*Краткое описание процедур в отношении ключевых вопросов в информации об устойчивом развитии*»:

- в случаях, аналогичных предусмотренным для раздела «Ключевые вопросы аудита» Международным стандартом аудита (МСА) 701 «Информирование о ключевых вопросах аудита в аудиторском заключении» [4];
- включать в него информацию, не раскрытую в разделах с основанием выражения мнения (вывода), «Важные обстоятельства» и «Неотъемлемые ограничения при подготовке информации об устойчивом развитии», размещать его после раздела «Ответственность практикующего специалиста» (или «Краткое описание выполненной работы») и поместить соответствующие требования в ISSA 5000 по следующим соображениям:

– его включение априорно снимет вопросы пользователей о том, как оценивались, раскрывались и проверялись вопросы, признаваемые ключевыми в заверяемой отчетной информации об устойчивом развитии;

– требования в отношении этого раздела, включенные в ISSA 5000, сразу сориентируют исполнителей заданий на его наличие в заключении. В настоящее время отсутствие упоминаний о таком разделе создает неверное впечатление, что разработчики ISSA вообще не предполагают его наличие. Выделять под него отдельный ISSA нет необходимости потому, что аудиторы уже имеют представление о сущности ключевых вопросов, а предусматривать возможность экспертного независимого заверения отчетной информации об устойчивом развитии неаудиторами пока нет никаких предпосылок.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Богатая И. Н. Евстафьева Е. М. Роль аудита и консалтинга в обеспечении устойчивого развития экономики России. Учет и статистика. – 2023. – Т. 20, № 3. – С. 76-84.

2. Ефимова О. В. Формирование отчетности об устойчивом развитии: этапы и процедуры подготовки. Учет. Анализ. Аудит. – 2018. – Т. 5, № 3. – С. 40-53.

3. Суйц В. П. Хорин А. Н. Шеремет А. Д. Комплексный анализ и аудит интегрированной отчетности по устойчивому развитию компаний. – М.: Общество с ограниченной ответственностью «Научно-издательский центр ИНФРА-М». – 2020. – 184 с.

4. ISA 701, Communicating Key Audit Matters in the Independent Auditor's Report. Handbook of International Quality Management, Auditing, Review, Other Assurance, and Related Services Pronouncements 2022 Edition Volume I [Электронный ресурс]. – 2023. – URL: <https://ifacweb.blob.core.windows.net/publicfiles/2023-10/IAASB-2022-Handbook-Volume-1.pdf> (дата обращения: 19.11.2023).

5. Proposed International Standard on Sustainability Assurance (ISSA) 5000 General Requirements for Sustainability Assurance Engagements Including Proposed Conforming and Consequential Amendments to Other IAASB Standards [Электронный ресурс]. – 2023. – URL: <https://www.iaasb.org/publications/proposed-international-standard-sustainability-assurance-5000-general-requirements-sustainability> (дата обращения: 19.11.2023).

Сведения об авторах

*Панина Ирина Викторовна - PhD, Associate Professor, Воронежский государственный университет, e-mail: panina@econ.vsu.ru

Авторлар туралы мәліметтер

*Панина Ирина Викторовна - PhD, Associate Professor, Воронеж мемлекеттік университеті, e-mail: panina@econ.vsu.ru

Information about the author

*Panina Irina Viktorovna - PhD, Associate Professor, Voronezh State University, e-mail: panina@econ.vsu.ru

АҚША ҚАРАЖАТТАРЫНЫҢ ҚОЗҒАЛЫСЫН ЕСЕПКЕ АЛУ ЖӘНЕ ТАЛДАУ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ

Абишева Ж.А.¹, Мырзаханова А.М.²

¹э.ғ.к., қауымдастырылған профессор, Каспий Қоғамдық университеті,
Алматы қ., Қазақстан Республикасы

²«Есеп және аудит» мамандығының 2 – курс студенті, Каспий Қоғамдық университеті,
Алматы қ., Қазақстан Республикасы

Аңдатпа. Мақалада ақша қаражаттарының қозғалысын есепке алу және талдау ерекшеліктерін ашуға арналған. Кәсіпорын ақша қаражаттары есеп айырысу операцияларын жүзеге асыруда үлкен рөл атқарады. Мақалада бухгалтерлік есеп жүргізу және кәсіпорындағы ақша қаражаттарының қозғалысына талдау жүргізу ерекшеліктері қарастырылған. Ақша қаражаттарының қозғалысын ашудың тікелей және жанама әдістерінің ерекшеліктері талданған.

Түйін сөздер: ақша қаражаттары, ақша қаражаттарының қозғалысы, талдау, ақша ағыны

ОСОБЕННОСТИ УЧЕТА И АНАЛИЗА ДВИЖЕНИЯ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ

Абишева Ж.А.¹, Мырзаханова А.М.²

¹к.э.н., ассоциированный профессор, Каспийский Общественный Университет,
г. Алматы, Республика Казахстан

²Студентка 2 - курса спец. «Учет и аудит» Каспийский Общественный Университет,
г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация. Статья посвящена раскрытию особенности учета и анализа денежных потоков. Денежные средства предприятия играют важную роль в осуществлении расчетных операций. В статье рассматриваются особенности учета и анализа денежных потоков на предприятии. Проанализированы особенности прямого и косвенного методов раскрытия денежных потоков.

Ключевые слова: денежные средства, движение денежных средств, анализ, денежные потоки

FEATURES OF ACCOUNTING AND ANALYSIS OF CASH FLOWS

Abisheva Zh.A. ¹, Myrzakhanova A.M. ²

¹Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Caspian public university,
Almaty, Republic of Kazakhstan

²2nd year student of the specialty. "Accounting and Auditing", Caspian Public University,
Almaty, Republic of Kazakhstan

Annotation. The article is devoted to the disclosure of the features of accounting and analysis of cash flows. The company's funds play an important role in the implementation of settlement operations. The article discusses the features of accounting and analysis of cash flows at the enterprise. The features of direct and indirect methods of disclosure of cash flows are analyzed.

Keywords: cash, cash flow, analysis, cash flows

Бүгінгі таңда ақша қаражаттарының есебін жетілдіру, оны оңтайландыру қаржылық ресурстарды басқарудың ашық және түсінікті жүйесін құру қажеттілігімен ғана емес, сонымен

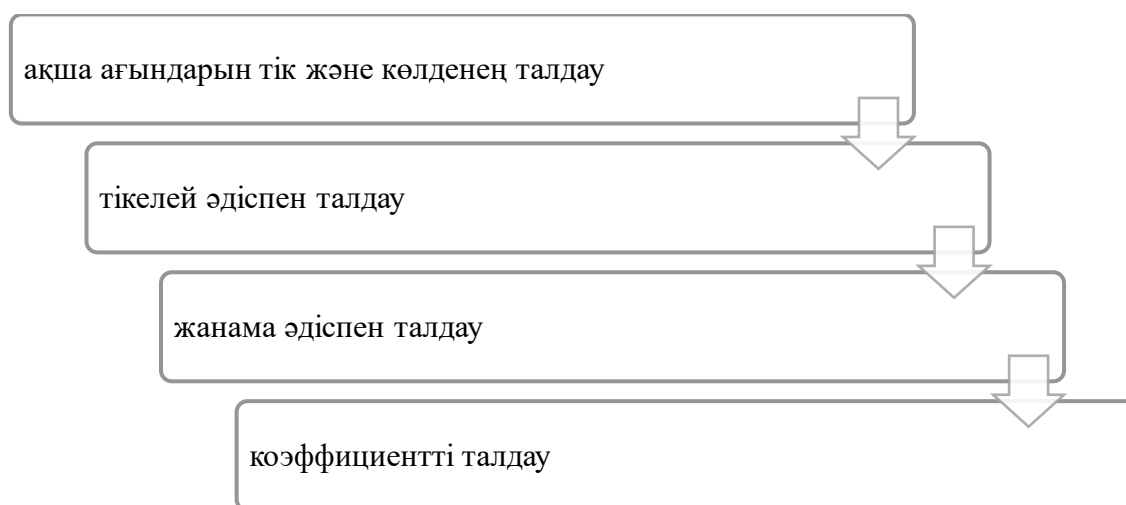
қатар электронды аударымдар мен шоттарды онлайн төлеу жағдайында есеп айырысу процесін жеделдетумен байланысты объективті қажеттілік болып табылады. Қолма-қол ақша дәстүрлі түрде көптеген бақылаушы органдардың назарында болады, өйткені активтердің бұл түрінің қозғалысы есеп айырысу процедураларын, осы қолма-қол ақшаны пайдалану стандарттарын және қолма-қол ақшасыз есеп айырысуды сақтаумен байланысты. Қолма-қол ақшаның құрамы мен көлемі өтімділік деңгейінен бастап әлеуетті инвесторлар мен несие берушілердің компанияға деген сенім деңгейіне дейінгі көптеген көрсеткіштерге әсер етеді [1].

Ақша ағындарын талдау келесі санаттағы мәселелерді шешу үшін жүзеге асырылады:

- ұйымның өтімділігін бағалау;
- ақшаның мақсатты пайдаланылуын бақылау;
- ақша ағындарын басқарудың ұтымды схемасын құру;
- кредиторлық берешекті бақылау;
- дебиторлық берешекті бақылау;
- бюджеттің қалыптасуымен бөлінуін бақылау;
- қолма-қол және қолма-қол ақшасыз қаражаттың сақталуын қамтамасыз ету.

Ақша қаражаттарының қозғалысы туралы есеп негізінде жүргізілетін ақша қаражаттарының қозғалысын талдау компанияның қаржылық міндеттемелерін орындай алатынын анықтауға мүмкіндік береді. Бұл ақпарат инвесторлар мен несие берушілерді қызықтыруы мүмкін. Бұл талдау ұйымды басқару үшін де пайдалы. Осы талдаудың нәтижелерін пайдалана отырып, олар ағымдағы қаржылық жоспарлауды, сондай-ақ өндірістік, қаржылық және инвестициялық саясатты жүзеге асыра алады [2].

Ұйымның төлем қабілеттілігі немесе өтімділігі нақты ақша айналымына байланысты. Демек, қолма-қол ақшаны талдаудан басқа, төлем қабілеттілігі мен өтімділікке талдау жасау қажет. Бұл ұйымның қаржылық-экономикалық жағдайын нақты бағалауға мүмкіндік береді. Ақша қаражаттарын талдаудың төрт түрі бар (сурет 1):



Сурет 1 - Ақша қаражатының талдау түрлері

Ескерту: [3] ақпарат көзінің негізінде құрылған

Көлденең немесе уақытша талдау есептіліктің барлық позицияларын алдыңғы кезеңмен салыстырады. Тік немесе құрылымдық талдау қорытынды қаржылық көрсеткіштердің құрылымын анықтайды және олардың есеп берудің барлық позицияларына және жалпы нәтижеге әсерін анықтайды [4].

Ақша ағындарын талдау тікелей және жанама әдістермен жүргізілуі мүмкін. Тікелей талдау жүргізу үшін ақша қаражаттарының қозғалысы туралы есеп қызмет түрлері бойынша ақша қаражаттарының түсуі мен ағыны құрылымының салыстырмалы көрсеткіштерін есептеумен толықтырылуы тиіс. Қаржылық көрсеткіштерді талдау кезінде коммерциялық

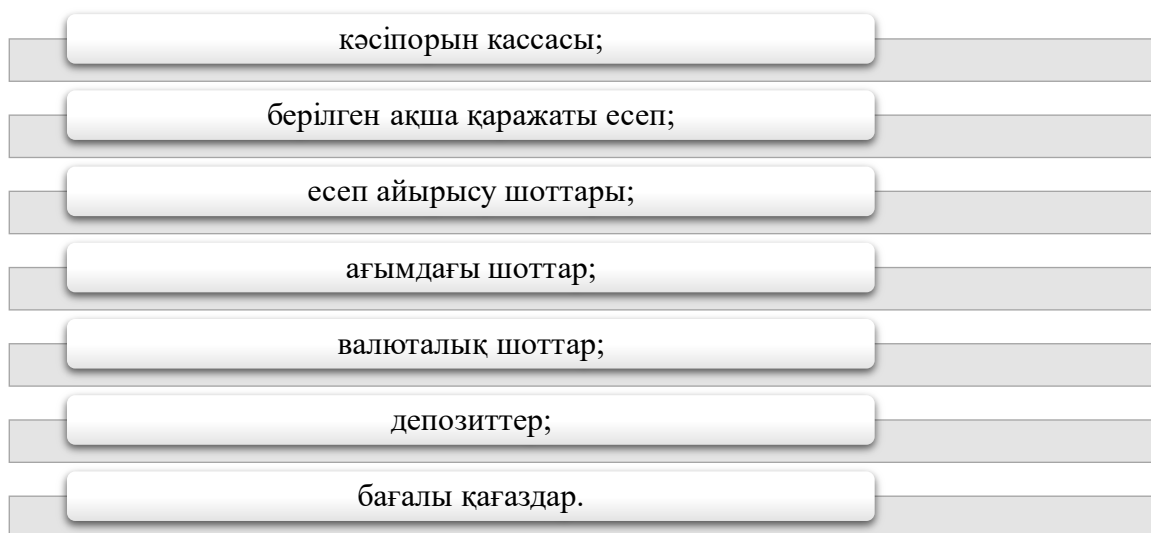
ұйымның қаржылық әл-ауқатының негізгі шарты ақша ағыны болып табылатындығын ескеру қажет, ал ақша ағынының артуы теріс нәтижені көрсетеді. Қаржылық тұрақтылықтың алғышарты-инвестициялар үшін жеткілікті қаржылық ресурстардың ұлғаюын қамтамасыз ететін ағымдағы қызметтегі ақша ағыны мен ағынының арақатынасы.

Сонымен қатар, тікелей әдіспен жүргізілген ақша қаражаттарының қозғалысын талдау бухгалтерлік есеп шоттарындағы ақша қаражаттарының қозғалысын егжей-тегжейлі анықтауға мүмкіндік береді, ағымдағы міндеттемелерді өтеу және инвестициялық қызметті жүзеге асыру үшін ақша қаражаттарының жеткіліктілігі туралы қорытынды жасауға мүмкіндік береді. Бірақ бұл әдіс алынған қаржылық нәтиже мен ұйымның шоттарындағы қаражат құнының өзгеруі арасындағы байланысты ашпайды. Бұл кемшілікті жою үшін ақша ағындарына жанама талдау жасалады. Талдаудың бұл түрінде қаржылық нәтиже (таза пайда) бірқатар түзетулерді қолдана отырып, кезеңдегі өтімділіктің өзгеруі сомасына айналады [5].

Жанама талдау әдісінің негізгі параметрі компанияның таза кірісі болып табылады. Коэффициенттер әдісінің көмегімен төлем қабілеттілігі, рентабельділік, жеткіліктілік коэффициенттерінің динамикасы, өзін-өзі қаржыландыру аралығы, қысқа мерзімді міндеттемелерді ағымдағы активтермен жабу, қайта инвестициялау зерттеледі. Талдау субъектісі алғысы келетін ақпаратқа байланысты, ол қолданатын талдау әдісінен, сондай-ақ осы талдаудың ақпараттық негізін құрайды [6].

Кез-келген кәсіпорын, оның ауқымы мен заңды формасына қарамастан, белгілі бір қаржылық қаражатсыз өз қызметін жалғастыра алмайды. Нарықтық қатынастар күшейген кезде ақша ағындары тиісті басқаруды қажет етеді. Ақшалай реттеу кәсіпорынның ақша ағындарын ұтымды құру, төлем мен өтімділікті есептеу үшін қажет. Бухгалтерлік есептегі ақша қаражаттары ақша капиталының негізгі санатын білдіреді. Оларды дамыту, құқықтық пайдалану, сапаны бақылау-бухгалтерлік есептің маңызды міндеті [7].

Кәсіпорынның ақшалай қаражатының құрамы келесідей топтарға бөлінеді (сурет 2):



Сурет 2 - Кәсіпорынның ақшалай қаражатының құрамы

Ескерту: [8] ақпарат көзінің негізінде құрылған

Кәсіпорынның ақша ағындарын талдау оны басқаруды оңтайландыруға мүмкіндік береді, мысалы, дебиторлық берешектің айналым аралығын қысқарту немесе тартылған несие қаражаттарының айналым аралығын ұлғайту арқылы. Сонымен қатар, бұл талдау қаражат пен ағымдағы активтерді жоспарлауды оңтайландыруға мүмкіндік береді.

Қазіргі заманғы, күрделі және серпінді экономикалық орта кәсіпорындар мен ұйымдардан ақпараттық және аналитикалық жүйелерді пайдалану және оларға тұрақты экономика саясатын әзірлеуде қолдау көрсету арқылы өздерінің бухгалтерлік есеп жүйелерін үнемі жетілдіруді талап етеді [9].

Ақша ағындарын талдаудың негізгі мақсаттарына мыналар жатады:

- ұйымның қалыпты жұмыс істеуі үшін қажетті қаражаттың жеткіліктілік деңгейін анықтау;

- операциялық (ағымдағы), инвестициялық және қаржылық қызметті жүзеге асыру кезінде оларды қолданудың тиімділігі мен қарқындылығы дәрежесін айқындау;

- ұйымның ақша ағындарына әсер ететін сыртқы және ішкі факторларды зерттеу.

Осы талдаудың мақсаттарына сүйене отырып, оны жүргізудің негізгі мақсаттары анықталады, атап айтқанда:

- компанияның ақша ағындарының оңтайлы мөлшерін талдау;

- компания қызметінің түрлері бойынша ақша ағындарын талдау;

- кәсіпорындағы қорлардың құрамы мен құрылымын, сондай-ақ қозғалыс бағыттарын талдау;

- ақша ағындарының динамикасын талдау;

- кәсіпорынның ақша ағындарының қалыптасуына әртүрлі факторлардың әсер ету дәрежесін анықтау және өлшеу;

- кәсіпорында қаражатты пайдалану сапасын арттыру резервтерін анықтау және талдау;

- ұйым қаражатын пайдалану тиімділігін арттыру үшін резервтерді пайдалану бойынша ұсынымдар шығару [10].

Кәсіпорындағы ақша қаражаттарының қозғалысын талдау ақша қаражаттарының қозғалысы туралы есеп нысаны негізінде жүзеге асырылады, онда ақша қаражаттарының түсу және жұмсау көздері бойынша қозғалысы көрсетіледі.

Ақша қаражаттарының қозғалысын талдау келесідей жүргізіледі:

1) операция түрлері бойынша және тұтастай алғанда бүкіл кәсіпорын бойынша ақша қаражаттарының түсімдері мен жұмсалып динамикасы мен құрылымын және ақша қаражаттарының таза ағынын бағалау. Сондай-ақ, осы кезеңде ақша қаражаттарын өндірудің негізгі көздері және алынған жағдайдың салдары анықталады. Жиі ақша қаражаттары ағымдағы қызметтен емес, қаржылық қызметтен түсетін жағдайлар бар, бұл кәсіпорынның сыртқы қаржыландыру көздеріне, негізінен қарыз қаражаттарына тәуелділігінің жоғары деңгейін көрсетеді;

2) ағымдағы операцияларды жүзеге асыру және кәсіпорынның міндеттемелерін өтеу мақсатында ақшалай қаражаттың жеткіліктілік деңгейіне талдау жүргізу негізінде кәсіпорынның төлем қабілеттілігін бағалау;

3) төлемдерді жүргізу саясатын жүзеге асыру мақсатында кәсіпорынның жұмыс істеуінің алынған қаржылық нәтижесі (яғни таза пайда) сомасының талданатын кезеңдегі ақша қаражатының өсімінен (яғни таза ақша ағыны) ауытқу себептерін айқындау, дивидендтер төлеу және т.б.;

4) ақша қаражаттарының біркелкі қозғалысын талдау, ақша қаражаттарының тапшылығының немесе керісінше артық массасының пайда болу кезеңдерін анықтау, ақша қаражаттарының түсуі мен кетуінің асинхрондылық себептерін анықтау;

5) кәсіпорынның неғұрлым ойластырылған қаржылық саясатын жүзеге асыру мақсатында болашақта болжанатын ақша қаражатының түсімдері мен шығыстарын болжамды бағалау;

б) ақша қаражаты қозғалысының деңгейге әсерін талдау, кәсіпорынның қаржылық тұрақтылығы, сондай-ақ оның жалпы қаржылық жағдайы [11].

Ақша қаражаттарының қозғалысы туралы есептің маңыздылығы жылдар өткен сайын айтарлықтай өсті. Ақша қаражаттарының қозғалысы туралы есепті әзірлеу және жылдам енгізу қаржы секторы жаһандық дамудың жылдам қарқынына ілесуі керек екенін көрсетті [12].

Осылайша, кәсіпорынның ең өтімді активі болып табылатын ақша қаражаттары олармен жасалған барлық операцияларды дұрыс және уақтылы есепке алуды талап етеді. Кәсіпорын ақша қаражаттарының қозғалысын бухгалтерлік есепке алуды жүргізу саласындағы заңнаманы қатаң сақтаған жағдайда ғана өзінің ағымдағы және өзге де қызметін пайдамен және ұтымдылықпен жүргізетін болады. Осы бағыттар бойынша талдауды жүзеге асыру кәсіпорынның ақша қаражатын пайдалану тиімділігінің деңгейін арттыруға бағытталған іс-

шараларды эзірлеуге мүмкіндік береді.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Грицун Н. А. Учёт и анализ движения денежных средств //Актуальные вопросы современной экономики. – 2020. – №. 4. – С. 213-222.
2. Глущенко Т. Е., Копытова Д. Учет и анализ движения денежных средств организации //Лучшая студенческая статья 2020. – № – С. 92-102.
3. Габдуллин Н. И., Базина Б. А., Ибрагимова М. Р. Анализ движения денежных средств.
4. Алиева П. О. Анализ движения денежных средств на предприятии //Теоретические и практические основы научного прогресса В. – 2021. – С. 44.
5. Рогуленко Т. М., Позов Д. А. Анализ денежных потоков предприятия //Вестник университета. – 2016. – №. 1. – С. 172-178.
6. Алшагилова Ф. А., Бакаева З. Р. Методы анализа денежных потоков //Научные известия. – 2019. – №. 17. – С. 93-95.
7. Кох А. Ю., Немцова Н. В. Учет и анализ движения денежных средств //Актуальные вопросы развития экономики. – 2016. – № . - С. 486-489.
8. Мездриков Ю. В. Общие принципы построения внутреннего контроля в организации [Текст]/ Ю.В. Мездриков [Текст] // Бизнес и стратегии. - 2017.-№ 4(09). - С. 47-54.
9. Абызова Е.В., Ищенко О.В. Финансовая политика как основа успешной деятельности организации // Вестник КСЭИ. 2019. - № 1 (81). - С. 50-52.
10. Курилова И.Р. Анализ движения денежных средств предприятия // Научные исследования в аграрном секторе экономики: вопросы и достижения. – 2019. – С. 167-173.
11. Литвинова Е.И. Учет денежных средств // Наука в XXI веке: современное состояние, проблемы и перспективы. – 2019. – С. 129-132.
12. Тайгашинова К.Т. Основы бухгалтерского учета. Учебник. - Алматы: LEM, 2021. - 212 с.

Авторлар туралы мәліметтер

*Абишева Жумакуль Абилкасымовна – э.ғ.к., қауымдастырылған профессор, Каспий Қоғамдық университеті, e-mail: shuma7@mail.ru

**Мырзаханова Анар Муратқызы – "Есеп және аудит" мамандығының 2–курс студенті, Каспий Қоғамдық университеті, e-mail: myrzakhanova.anar.00@mail.ru

Сведения об авторах

*Абишева Жумакуль Абилкасымовна – к.э.н., ассоциированный профессор, Каспийский Общественный Университет, e-mail: shuma7@mail.ru

**Мырзаханова Анар Муратовна-студентка 2-курса специальности "Учет и аудит", Каспийский общественный университет, e-mail: myrzakhanova.anar.00@mail.ru

Information about the authors

***Abisheva Zhumakul Abilkasymovna** – Candidate of Economic Sciences, associate Professor, Caspian Public University, e-mail: shuma7@mail.ru

****Myrzakhanova Anar Muratkyzy**-2nd year student of the specialty "Accounting and audit", Caspian Public University, e-mail: myrzakhanova.anar.00@mail.ru

ESG ПРИВЕРЖЕННОСТЬ БИЗНЕСА: ОЦЕНКА ТЕКУЩИХ ТЕНДЕНЦИЙ

Адамбекова А.А.¹, Адамбеков Н.Т.²

¹Казахский национальный университет им. аль-Фараби, Алматы, Казахстан
Ainagul.adambekova@kaznu.edu.kz

²Международный университет Информационных технологий, Алматы, Казахстан

Современное глобальное сообщество воспринимает цели устойчивого развития не просто целевыми индикаторами функционирования национальных экономик и бизнеса. Сегодня, существование и развитие в контексте ESG, GSD и CSR становится культурой сопоставимой с базовыми принципами человеческого бытия. К сожалению, несмотря на то, что международные эксперты отмечают значительное продвижение Казахстана в этом направлении среди стран Центрально-Азиатского региона, ESG для казахстанского бизнеса это модно, круто, но дорого. Мы вынуждены констатировать отсутствие или минимальное содержание ESG-информации о деятельности субъектов бизнеса в Казахстане. По результатам обзора годовых отчетов 2019г, проведенного рейтинговым агентством QRA, специализирующегося на оценке и рейтинговом ранжировании казахстанских компаний, из 100 компаний годовые отчеты которых были изучены, только 19 формируют отчет об устойчивом развитии в той или иной его форме [1]. По итогам 2022 года ситуация по мнению Kursive Research не улучшилась, а даже несколько ухудшилась по сравнению с 2020 и 2021гг. [2]. По мнению экспертов, казахстанские компании переосмыслили свое отношение к ESG повестке, и даже отмечается некоторое снижение интереса к данному направлению.

Изучение отчетов об устойчивом развитии около 200 ведущих мировых компаний, проведенное нами в рамках исследования, показало, что отчетность в области устойчивого развития не имеет строго регламентированных структурных требований. Каждая компания готовит отчет исходя из собственных интересов, поскольку сохраняется главный подход – что это нефинансовая отчетность. Так, только 27% казахстанских компаний раскрывает список заинтересованных сторон в корпоративной отчетности. 14% приводят достаточно содержательный отчет о взаимодействии с заинтересованными сторонами, 17% компаний раскрывают этот процесс частично. Все это обуславливает некоторые сложности в исследовании - невозможно провести сопоставимый анализ по всем показателям, существует определенный субъективизм. Кроме того, установлено, что в отдельных отраслях все компании демонстрируют минимальную приверженность целям устойчивого развития (гостиничный бизнес) - отсутствие эталона в отрасли в свою очередь снижает интерес для казахстанского бизнеса. Отмечено, что для сектора услуг вообще характерен достаточно малый опыт ESG приверженности, даже финансовые институты, как казахстанские, так и мировые формируют отчетность буквально 3-4 года, в то время как индустриальный сектор вовлечен в данный процесс около 10 лет.

Значительный пробел в ESG осведомленности и возможно в проявлении приверженности обусловлен различными факторами. Прежде всего, основной вопрос в том, как воспринимается ESG, как эти принципы соотносятся с целями устойчивого развития и корпоративной социальной ответственностью. Изучение около 300 публикаций по проблематике ESG, отчетов об устойчивом развитии около 200 мировых и казахстанских компаний позволило заключить следующие ключевые подходы к самому ESG. Если ЦУР – это, прежде всего, глобальные индикаторы для развития государств, то:

- ESG это инструмент достижения ЦУР через основных участников эколого влияющих компаний
- ESG, прежде всего, для бизнеса

- ESG это отчетность нефинансового и непроизводственного характера, об ответственном ведении бизнеса
- ESG позволяет формировать профиль \ портрет \ репутацию компании
- ESG эколого-социальный гудвил компании
- ESG Life метрика
- ESG – проактивность, инновации, креативность

Распространение и внедрение ESG в развивающихся странах иногда сравнивают с опытом ведения МСФО – это было непросто, долго и сопровождалось определенным сопротивлением и неприятием со стороны локальных рынков и бизнеса. Возможно основные вызовы стоящие сейчас на этапе ESG бизнес трансформаций связаны с определенными обстоятельствами, которые сгруппированы нами в подходы.

Подход 1– Требование представлять отчетность об УР, CSR, ESG и следовать стандартам GRI не является повсеместным для мирового сообщества. Так исследование показало, что если для европейских стран данное направление реализуется уже в плоскости государственного регулирования, то даже в США в некоторых штатах рассматривают стремление призвать к ESG приверженности как факт ущемления прав предпринимателей и попытку слома демократических устоев американского общества [3].

Подход 2 – Для бизнеса представление отчетов и соблюдение стандартов становится следствием, прежде всего, международной интеграции, требующие присоединения к GRI, к Глобальному договору. В общем и целом, мировое сообщество все - таки воспринимает ESG приверженность как демонстрацию компанией своей корпоративной ответственности перед сообществом, перед будущим поколением. Если учесть, что по данным Всемирного банка по итогам 2022г на европейские страны приходится около 20% мирового ВВП, на Китай – 18,47%, США -15,51%, Индию – 7,23%, а Россию 3,25%, то с учетом логистического плеча, можно предположить, что интересы казахстанского бизнеса к европейскому будут также в приоритете и в ближайшее будущее [4]. Это как следствие, требует от казахстанских компаний большей интегрированности, а значит необходимость соответствия ожиданиям иностранных инвесторов, для которых ответственное инвестирование и ESG не просто модный тренд.

Подход 3 – Нефинансовая отчетность получает все большее распространение среди крупного бизнеса – транснациональных и глобальных компаний, концентрирующих на себе значительную долю мировых активов. Так, по отчету KPMG по итогам 2022 г уже около 240 компаний из 250 списка 250G (лидеры по продажам по версии журнала Fortune) и 71% из топ 100N (мировая выборка из 5800 компаний, входящих в топ-100 компаний по выручке в каждой из 58 стран) [5]. Эти данные свидетельствуют прежде всего о том, что весь крупный бизнес на сегодня понимает значимость нефинансовой отчетности и демонстрирует свою ESG приверженность.

Подход 4 действуют 5 основных Frameworks, на которые опираются компании и государства при составлении отчетов, аналитических обзоров относительно приверженности ESG, CSR. Так, отраслевые стандарты Sustainability Accounting Standards Board (SASB) фокусируются на конкретных отраслях и факторах риска, связанных с устойчивостью[6]. Следует отметить, что данный стандарт в настоящее время проходит обновление и ожидается что ISSB от Фонда МСФО введет стандарт, покрывающий принципы составления и финансовой, и нефинансовой отчетности. Стандарты Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD) регламентируют стандарты отчетности, связанные с климатическими рисками, когда компания оценивает и раскрывает финансовые, операционные и стратегические аспекты, связанные с изменением климата [7]. Carbon Disclosure Project (CDP) стандарты, определяющие систему отчетности о выбросах парниковых газов и управлении климатическими рисками. Компании могут добровольно раскрывать свои данные по климату через CDP, что позволяет инвесторам и заинтересованным сторонам оценить их климатическую стратегию и производительность [8]. Все три стандарта уже имеют значительный опыт по имплементации основных положений, адаптированы к применению, и как правило, не имеют страновых специфик. Стандарт ISSB International Sustainability Standards Board объединяет

различные стандарты в области устойчивости [9], такие как GRI (Global Reporting Initiative) и регламенты по ESG-факторам [10]. Большая часть GRI стандартов, так или иначе перекликается с первыми тремя, но имеет свои более специфические подходы, выраженные на примере таких стандартов как по косвенному экономическому влиянию (SRS403) и социальной политике (SRS 615).

Подход 5 мировое сообщество идет к тому, чтобы внедрить обязательные стандарты нефинансовой отчетности и обновить – МСФО сделать их «проустойчивыми», идем к полному внедрению интегрированной отчетности IIRC [11]. Возможно, это важный шаг в продвижении ESG осведомленности, учитывая опыт полученный в центрально-азиатском регионе при реализации проекта по внедрению МСФО. Если учесть, что в период внедрения МСФО и адаптации казахстанского учета международным требованиям, процесс начинался именно с финансовых организаций и институтов, а потом переходил в реальный сектор и все это сопровождалось большим сопротивлением, возможно именно через адаптированные МСФО и стоит реализовывать данный процесс.

Наряду с этим в рамках различных отраслей и сфер деятельности действуют свои регламенты, которые так или иначе разъясняют, рекомендуют и определяют подходы к отражению результатов деятельности субъектов бизнеса (например, рекомендации Национальных\Центральных банков стран по раскрытию нефинансовой информации; рекомендации Международного совета по интегрированной отчетности IIRC, TCFD; Схема экологического менеджмента и аудита ЕС EMAS; Рекомендации Nasdaq и др). Все это свидетельствует о том, что в тех или иных странах и регионах, на разных уровнях вопрос продвижения ESG осведомленности находит поддержку и постепенно восприятие улучшается. С другой стороны, это еще раз указывает на то, что регламентирующий инструментарий необходим и именно он способствует повышению ESG культуры. В тоже время применение подхода дьюдилидженс и к ESG указывает на то, что приложение принципа «должной осмотрительности» сопряжено с некоторыми сложностями по исполнению обязательств по раскрытию информации по всей цепочке создания стоимости. А значит, вопрос регламентирования становится все более актуальным.

Значение и роль ESG поясняется и посредством накопления опыта в его продвижении, увеличивается перечень позитивных воздействий приверженности компаний к данным принципам. Несомненно, что прежде всего через раскрытие сущности приходит осознание влияния. Так, с помощью ESG отчетности компания дополняет свой портрет для прямых и косвенных стейкхолдеров, помогая им понять ценности компании с определенной стратегической подачей, но без углубления в операционный быт бизнеса. Как следствие, получаемый бенефит - улучшение репутации и имиджа компании. Широко обсуждаемый вопрос о гринвошинге и мнимой CSR подкреплен множеством кейсов, которые, к сожалению, имеют место быть. В частности, различные кейсы по Дойче-банк отражающие как применение принципов социальной, так и корпоративной ответственности. Например, в 2020 году финансовый регулятор штата Нью-Йорк оштрафовал Deutsche Bank на \$150 млн за неспособность проконтролировать незаконные\криминальные связи своего клиента, который активно использовал счета банка на протяжении долгих лет для операций по торговле людьми. Или, когда Комиссия США по ценным бумагам и биржам США оштрафовала банк на 55 млн. долл за неточность в описании банковских активов (переоцененность активов и отсутствие достаточного залога) [12]. Наблюдательный Совет банка и акционерное собрание признали в качестве причин данной ситуации, а также другие ошибки, допущенные в управлении вследствие назначения двух полноправных исполнительных директоров банка – использовании так называемой модели управления тандемом (2016г). В тоже время, достаточно детальная информация об ESG приверженности и кейсах, подтверждающих вклад Дойче банка в развитие зеленого финансирования, в принципе, так или иначе нивелируют негативные кейсы и вопрос о поддержании репутации зависит от как говорится «количества добрых дел» [13].

Несомненно, основным преимуществом ESG приверженности, признанным и работающим на стимулирование интереса компаний к ESG повестке, это привлечение

инвестиций. Инвесторы все больше обращают внимание на ESG-показатели при принятии решений об инвестировании. Отчетность об устойчивом развитии предоставляет компаниям возможность раскрыть свои практики в области ESG, привлечь инвесторов, заинтересованных в ответственном инвестировании. Обе стороны, участвующие в этом процессе стремятся осветить данные кейсы, которые как правило, связаны как с двумя, так и со всеми тремя компонентами ESG. Например, ярким примером служит кейс авиакомпании Etihad Airways, которая объявила о подписании кредитного соглашения в октябре 2021 года на сумму \$1,2 млрд с финансовыми организациями HSBC и First Abu Dhabi Bank. Условия кредита требуют от Etihad выполнения ключевых показателей эффективности в трех областях ESG: выбросы CO₂, увеличение числа женщин среди сотрудников Etihad и улучшения показателя «добросовестности» в рамках корпоративного управления [14].

Дополнительная возможность, которую получают компании при составлении ESG отчетности — это расширение инструментов управления рисками. Отчетность об устойчивом развитии помогает компаниям идентифицировать, оценивать и управлять рисками, связанными с ESG-факторами: риски, связанные с изменением климата, экологические риски, риски в цепочках поставок и другие аспекты, которые могут повлиять на финансовую производительность и стабильность компании. На этом фоне трансформируется понимание необходимости и методов регулирования через нефинансовую отчетность. Так, Европейская комиссия внесла изменения и сделала обязательным представление нефинансовой отчетности для всех компаний, на которые распространяется действие Директивы о корпоративной отчетности об устойчивом развитии (CSRD)[15]. Стремление бизнеса соответствовать требованиям и регуляторной среде становится важным условием для возможности быть глобально интегрированными.

Основными источниками проблем с распространением ESG приверженности выступает несколько на наш взгляд как объективных, так и субъективных причин. Ментальность, возможно самая часто указываемая причина при обсуждении сдерживающих факторов реформ. И тем не менее, достаточно вспомнить казахстанский опыт перехода от национальных к международным МСФО. В принципе текущая практика показывает, все те же признаки – в рамках как среднего менеджмента, так и топ менеджмента наблюдается тихое саботирование. Кроме того, специфика внедрения международного опыта указывает на то, что в этом процессе казахстанские компании снова встречаются с той же проблемой. Человеческий капитал определяющий фундамент изменений и трансформаций представлен либо возрастными работниками, которые не хотят перемен, либо молодежь, которая в силу отсутствия опыта не способна и не готова эти изменения реализовывать.

Трудоемкость формирования и освещения нефинансовой отчетности определена как необходимостью серьезной трансформации управленческой отчетности, так и расширением подходов к формированию финансовых и производственных данных. Кроме того, нефинансовая информация характеризующая деятельность компании в контексте ее экологической устойчивости, социальной ответственности и корпоративного управления требует формирования и хранения большого массива данных. Текущая же картина с нефинансовой отчетности в мировом масштабе показывает, что не всегда информация имеет четкое подтверждение. Наряду с этим, более десятилетний опыт формирования нефинансовой отчетности показал некий субъективизм самой отчетности, нивелирование которого возможно только с участием в этом процессе профессиональных кадров – экспертов в области ESG. Недостаток специалистов по ESG порождает проблему и адресного воздействия на результат, когда компании не могут своевременно и правильно оценить потенциальные риски и бенефиты от ESG-событий.

Следует отметить, что в отличие от финансовой отчетности, ESG отчетность имеет дополнительные каналы передачи информации – социальные сети, потоки информации через которые требуют отдельного внимания и затрат. Это не только затраты по формированию и размещению соответствующей информации в определенном контенте той или иной медиа-

платформы, но мониторинг реакций и сообщений на те или иные посты, которые могут иметь как позитивный, так и негативный эффект.

Анализ отчетов об устойчивом развитии и сайтов казахстанских компаний показал, что из 37 обследованных компаний только 15 представляют отчеты об устойчивом развитии, при этом следует учесть, что это крупные субъекты бизнеса (минимальная годовая прибыль 36,0 млн тенге, максимальная – 1344,0 млрд тенге)

1) Из тех компаний, которые формируют отчет об устойчивом развитии 23% казахстанских компаний раскрывает список заинтересованных сторон в корпоративной отчетности. 12% приводят достаточно содержательный отчет о взаимодействии с заинтересованными сторонами, 15% компаний раскрывают этот процесс частично. Все это обуславливает некоторые сложности в исследовании - невозможно провести сопоставимый анализ по всем показателям, существует определенный субъективизм.

2) Выводы, изложенные на рисунке 1 показывают, что несмотря на то, что данные компании можно назвать системообразующими в своих отраслях только 20 из 37 имеют вкладки «Устойчивое развитие» на главной странице официального сайта компании, что соответственно свидетельствует о наличии определенной информации о приверженности компании целям устойчивого развития. Однако большинство данных компаний не раскрывает информации об инвестировании средств в развитие персонала – 22 компании из 37 не раскрывают информации даже в отчетах об УР. Несмотря на высокую популярность тематики гендерного равенства из 37 компаний 5 не представляют информации о присутствии женщин в составе коллектива их организаций. Только 10 компаний из 37 раскрывают информацию о сокращении отходов и 6 из 37 делятся своими результатами деятельности о сокращении вредных выбросов.

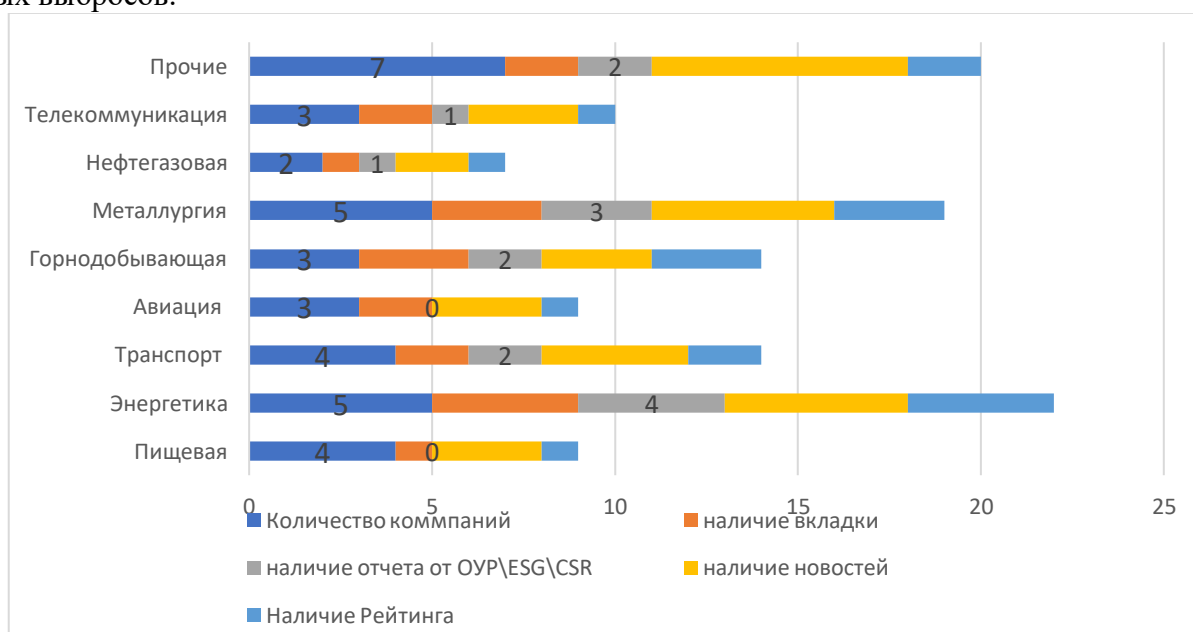


Рисунок 1 – Результаты обследования казахстанских компаний (выборка 37 компаний)

Примечание: по данным официальных вебсайтов и отчетов об УР казахстанских компаний

3) Реализация данного исследования уже на первоначальном этапе показала слабый уровень ESG культуры особенно в контексте экологической ответственности среди населения Казахстана. В частности, проектной группой начат опрос среди работников одного из крупнейших горнодобывающих предприятий Казахстана. Первые результаты опроса показывают непонимание, незнание базовых принципов и подходов к стремлению достижения целей устойчивого развития, корпоративной социальной ответственности как со стороны линейных менеджеров (Middle management), так и простых работников. Беспокоит отсутствие

владения информацией данной категорией респондентов о том, что делает компания, в которой они работают в направлении к целям устойчивого развития.

4) Реализация исследования в рамках данного проекта сталкивается с определенными сложностями. Прежде всего, незаинтересованность субъектов бизнеса в участии в данных исследованиях. Научное сообщество проводит исследования, предлагает помощь в популяризации ESG-знаний, однако казахстанские компании демонстрируют отсутствие интереса.

В качестве ключевых рекомендаций на данном этапе исследования предлагается реализация следующих мер:

1) Представление отчетов об устойчивом развитии должно стать обязательным для компаний, осуществляющих деятельность на территории Казахстана. Данный процесс можно вводить поэтапно, однако на первоначальном этапе это требование должно стать обязательным для компаний, реализующих экспортно-импортную деятельность.

2) Уровень ESG грамотности необходимо развивать на государственном уровне, как через науку и систему образования, так и через медиа ресурсы

3) Необходимо на государственном уровне создать орган, отвечающий за реализацию целей устойчивого развития и прежде всего на региональном уровне.

Достижение целей устойчивого развития, обозначенных ООН как ключевой вектор мирового устройства, за последние годы стало важным ориентиром в развитии государственного управления и крупного бизнеса. Реализация принципов ESG, несмотря на их четкую регламентацию имеет свою специфику, и поскольку демонстрирует собой соединение разных по содержанию подходов к управлению, на практике показывает подверженность внешним и даже внутренним факторам, которые требуют детального изучения.

Список источников:

1 QRA: Конкурс годовых отчетов и отчетов об устойчивом развитии. Отчет об итогах 2020г - <https://reporting-project.kz/#contest> Дата обращения: 15 июля 2023.

2 С.Домнин Второе исследование корпоративных ESG-практик в Казахстане. Курсив-Research <https://kz.kursiv.media/2023-08-28/bg-dmnn-esg-practices/> Дата обращения: 29 августа 2023.

3 Борьба против ESG в США: почему часть истеблишмента противостоит ESG? Ж: Акционерное общество - <https://ao-journal.ru/borba-protiv-esg-v-ssha-pochemu-chast-isteblishmenta-protivostoit-esg/> Дата обращения: 2 августа 2023.

4 Gross domestic product 2022, PPP .- The World Bank . Дата обращения: 15 июля 2023.

5 Fortune 500 Ranking. <https://fortune.com/ranking/fortune500/>. Дата обращения: 10 июня 2023.

6 SASB Standards <https://sasb.org/>. Дата обращения: 12 июня 2023.

7 Task Force on Climate-related Financial Disclosures <https://www.fsb-tcf.org/> Дата обращения: 10 июня 2023.

8 Carbon Disclosure Project <https://www.cdp.net/en/info/about-us> Дата обращения: 20 июня 2023.

9 International Sustainability Standards Board <https://www.ifrs.org/groups/international-sustainability-standards-board/> Дата обращения: 14 июня 2023.

10 GRI (Global Reporting Initiative) <https://www.globalreporting.org/about-gri/> Дата обращения: 16 июня 2023.

11 International Integrated Reporting <https://www.integratedreporting.org/the-iirc-2/> Дата обращения: 21 июня 2023.

12 С. Мингазов Адвокаты жертв Эпштейна подали иски к работавшим с ним Deutsche Bank и JPMorgan <https://www.forbes.ru/finansy/481588-advokaty-zertv-epstejna-podali-iski-k-rabotavsim-s-nim-deutsche-bank-i-jpmorgan> Дата обращения: 26 июня 2023.

13 Н. Федотовский Двоевластие не прижилось. Эксперт, №25, -2015 <https://books.google.kz/books?id=tMwACgAAQBAJ&lpg=PA68&ots> Дата обращения: 1 августа 2023.

14 Etihad Airways raises \$1.2bn in aviation's first sustainability-linked ESG loan. Business .- 13.10.2021 <https://www.thenationalnews.com/business/2021/10/13/etihad-airways-secures-12bn-in-a-sustainability-linked-loan-tied-to-esg-goals/> Дата обращения: 10 августа 2023.

15. Corporate sustainability reporting - <https://finance.ec.europa.eu/capital-markets-union-and-financial-markets/company-reporting-and-auditing> Дата обращения: 20 июня 2023.

УДК 656

PREDICTIVE ANALYTICS IN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

Gulyayeva S.P.¹, Marunova Y.Y.²

¹ Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

² Казахстанско-Британский Технический Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

Annotation. Intelligent analytics of big data is a modern trend in the field of analysis of financial, economic and operational activities. Intelligent analytics of big data includes predictive analytics, the results of which are formed on the basis of historical facts processed by a system that has undergone machine learning. This article discusses the possibilities of using predictive analytics and the effects of its use to improve the efficiency of supply chain management.

Keywords: big data analytics, predictive analytics, supply chain management, effective management, business forecasting.

Аннотация. Интеллектуальная аналитика больших данных — современное направление в области анализа финансово-экономической и операционной деятельности. Интеллектуальная аналитика больших данных включает в себя прогнозную аналитику, результаты которой формируются на основе исторических фактов, обработанных системой, прошедшей машинное обучение. В данной статье рассматриваются возможности использования прогнозной аналитики и эффекты от ее использования для повышения эффективности управления цепочками поставок.

Ключевые слова: аналитика больших данных, прогнозная аналитика, управление цепочками поставок, эффективный менеджмент, бизнес-прогнозирование.

Аңдатпа. Үлкен деректердің зияткерлік талдауы-қаржы-экономикалық және операциялық қызметті талдау саласындағы заманауи бағыт. Үлкен деректердің интеллектуалды аналитикасы болжамды аналитиканы қамтиды, оның нәтижелері машиналық оқытудан өткен жүйемен өңделген тарихи фактілер негізінде қалыптасады. Бұл мақалада болжамды аналитиканы қолдану мүмкіндіктері және оны жеткізілім тізбегін басқарудың тиімділігін арттыру үшін қолданудың әсері қарастырылады.

Түйінді сөздер: үлкен деректерді талдау, болжамды талдау, жеткізу тізбегін басқару, тиімді басқару, бизнесті болжау.

Nowadays, data are expanding exponentially and are anticipated to reach zettabyte per year [1]. The scholarly world and professionals concur that this surge of data makes modern opportunities for organizations attempting to upgrade its big data analytics capabilities (BDA) to reveal and gain a higher and deeper understanding from their big data values. The study of big data is persistently

advanced and extended, and the most properties of big data are presently extended into “5 V” concept containing variety, verification/veracity, velocity, volume, and value [2, 3]. Akter et al. recommended BDA as one of the most important factors affecting organizational performance [4]. By progressing BDA, organizations could make better understanding from their customer’s needs, provide suitable service to satisfy their needs, improve sales and income, and penetrate into new markets. Several research studies indicated the big data applications in various sectors such as financial services sector, marketing, bank industry, insurance industry, logistics, and manufacturing [5].

Two years ago, industry experts predicted supply chain would return to their normal state by 2023. [6] Despite this, 66% expect supply chain issues to worsen in 2023 (according to Shopify’s 2023 Commerce Trends Report) [7]). Thus, combined with ongoing effort to recover from the impact of the last two years, is driving the best businesses to focus on preparing for a future of supply chain uncertainty.

Historical supply chain disruptions such as slower shipping speeds, inventory and labor shortages, rising raw material costs, and transportation obstacles provoked long-term effects on businesses. Going forward, reacting and adapting to supply chain challenges as they happen are simply not enough. Businesses must prepare proactively for future unknown supply chain challenges by expanding to new sales channels, focusing on improving the delivery experience, and finding operational efficiencies that are always ready for changes in the supply chain, customer demand, and sales volumes. Those that can rapidly ramp up or down, shift to a new business model, and expand quickly to a new geography will be best positioned to survive a future of volatility.

Modern supply chains of companies are complex and multidimensional. They include not only physical flows and transfer of materials and products but also consists of information and financial flows. Supply chain analytics (SCA) means using BDA techniques in order to extracting hidden valuable knowledge from supply chain [8]. This analytics can be categorized into descriptive, predictive, and prescriptive analytics [8, 9]. Well-planned and implemented decisions contribute directly to the bottom line by lowering sourcing, transportation, storage, stock out, and disposal costs. Thus, using BDA techniques in order to solve supply chain management problems has a positive and significant effect on supply chain performance. For a long time, managers and researchers have used statistical and operational research techniques in order to solving supply and demand balancing problems [9, 10]. However, recent progress in the use of analytics has opened new horizons for managers and researchers allowing to move across several levels of analytical sophistication: descriptive (what happened?), predictive (what will happen?), and prescriptive (how can we optimize?) helping in making decisions and taking actions. The relationships among descriptive, predictive, and prescriptive analytics for making decisions or taking actions are reflected in Figure 1.

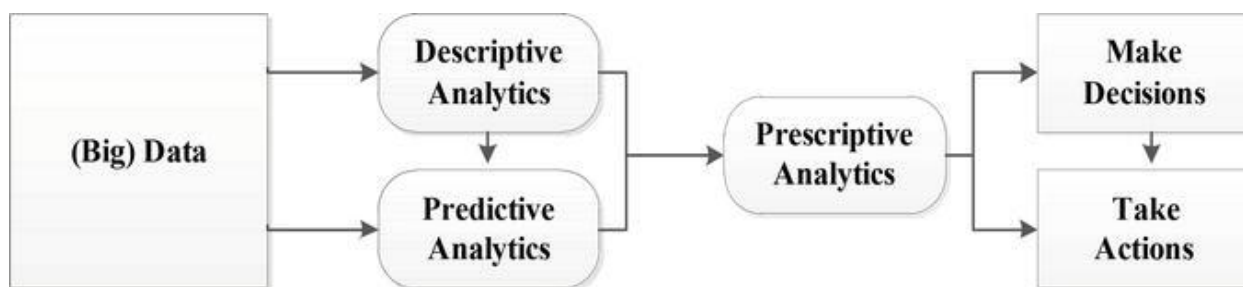


Figure 1 - Descriptive, predictive and prescriptive analytics for making decisions and taking actions.

Predictive analytics is understood as analytics, the methods and techniques of which are based on the tools of statistics, game theory and data mining, which make it possible to predict the behavior or state of the object under study and make optimal management decisions based on this data. Predictive analytics tools are successfully used by companies in various industries to solve problems in a wide range of areas of activity: finance, marketing, and risk management. Predictive analytics is also actively used to solve problems in supply chain management.

Areas of supply chain management include inventory planning, distribution, demand forecasting, warehousing, production planning and delivery.

The possibility of using predictive analytics in various areas of supply chain management is presented in Table 1.

Table 1 - Application of predictive analytics in supply chain management [11].

Supply Chain Management Area	Objective to use predictive analytics
Inventory Planning	Full transparency at the SKU (stock keeping unit) level and fully automated replenishment systems coupled with demand forecast data that eliminates under/overstock
Distribution	Real-time optimization of distribution hubs complex networks, plants and warehouses based on material flow data
Demand Forecasting	More accurate demand estimation of sales data, market trends, competitor data and relevant local and global economic factors
Warehousing	Real-time big data analysis on the warehouse ERP system and identification of inventory levels, supply discrepancies and incoming shipments
Production planning	Increased visibility into inventory levels, demand and production capacity, enabling more accurate production and distribution planning
Delivery	Monitoring the delivery routes, traffic data, real time weather and reroute as needed to allocate capacity

As such, predictive analytics in supply chain management is analytics that uses both quantitative and qualitative analysis methods to improve the structure and competitiveness of the supply chain by assessing past and future levels of business process integration, as well as their associated costs.

According to Forbes, efficiency in the supply chain is critical. “Inventory management, picking, packing and shipping are time- and resource-intensive processes that can have a significant impact on business results.” [12] Analyzing the information presented in Table 1, we can conclude that predictive analytics can influence the effectiveness of supply chain management.

Thus, to implement effective supply chain management, it is necessary to predict demand dynamics. The challenge is to compare estimates based on past forecasts to actual recorded sales. After implementation, the system can become more detailed and forecast demand at points of sale (per channel, per retailer, per store). Since demand is never linear but is usually subject to seasonal influences, it is extremely useful to forecast demand at certain peak times to prevent stock outs and lost sales opportunities [13].

Demand forecasting is impossible without price forecasting. Many manufacturers still use historical price forecasting methods based on spreadsheets (e.g. MS Excel). The disadvantage of this method is that it may result in the same product being sold at different prices in different places. The solution is to create a single pricing model that maximizes revenue without making the buyer feel disadvantaged by factors such as location. The model can estimate the correct prices for each season and manage changes accordingly. Depending on the industry, forecast pricing can be detailed to varying degrees: daily forecast, monthly forecast, or forecast for peak demand points

Supply forecasting is also critical in supply chain management. Elements of this process such as warehousing, production planning and distribution are directly related to the number of materials entering the warehouse for production and, as an output, to the number of products produced in the end. Finding reliable and inexpensive suppliers is one of the most important elements of business success. Ensuring the security of these counterparties over the long term is the next logical step, and predictive analytics can also help. This data can be used to create models to evaluate counterparties regarding the quality, cost and reliability of supplied materials, raw materials and products. If done

correctly, there should be a dramatic reduction in overall costs and a noticeable increase in supply chain security.

In cost management, a zero-inventory situation is desirable but not always possible, so in-between means finding ways to hold enough inventory to keep the business running smoothly without incurring additional costs. Predictive analytics helps assess safety stock levels and even provides the ability to segment inventory by product.

Distribution and supply volumes are planned based on demand forecasts. In order to maintain an optimal supply of products and materials in the warehouse, it is necessary to predict not only the number of goods shipped, but also their frequency.

According to developers of analytical systems, this approach can help optimize logistics and eliminate warehouse restrictions, minimize processing fees and maintain a minimum level of storage costs. [14]

It is important to highlight that employing predictive analytics in supply chain management is applicable to companies of various sizes. Nevertheless, the optimal utilization of predictive analytics, considering both the system's cost and implementation, along with the outcomes derived from its application, tends to be most advantageous for larger corporations. In world practice, there are examples of using predictive analytics to solve problems in supply chain management. For example, when choosing a reliable counterparty as it was with one of the Fortune 100 CPG companies. The company had at its disposal various metrics characterizing the activities of potential counterparties, but the essence of the problem was to develop a solution that would allow assessing the carrier's performance based on these metrics. The Fractal Analysis organization offered this company a solution that allows them to gradually identify metrics that correlate with each other, build a model, and rank potential counterparties by performance. [15] Another example with demand forecasting. A leading British fashion retailer was faced with the challenge of forecasting demand and, as a result, product inventories in warehouses. The Mu Sigma company proposed an analytical system for forecasting demand and estimating the number of launches of new batches of goods during the peak of seasonal sales, which increased the company's revenue by 8%. [16]

In summary, predictive analytics can be applied across all facets of business operations and procedures to foresee events, mitigate risks, and devise solutions. By predicting future supply chain dynamics, businesses can secure a competitive edge and mitigate financial losses stemming from inaccuracies in inventory, suboptimal product management, and inefficient rate and time management.

REFERENCES

1. Tiwari S, Wee HM, Daryanto Y. Big data analytics in supply chain management between 2010 and 2016: Insights to industries. *Computers and Industrial Engineering*. 2018;115:319-330
2. Addo-Tenkorang R, Helo PT. Big data applications in operations/supply-chain management: A literature review. *Computers and Industrial Engineering*. 2016;101:528-543
3. White M. Digital workplaces: Vision and reality. *Business Information Review*. 2012;29(4):205-214
4. Akter S, Wamba SF, Gunasekaran A, Dubey R, Childe SJ. How to improve firm performance using big data analytics capability and business strategy alignment? *International Journal of Production Economics*. 2016;182:113-131
5. Zhong RY, Newman ST, Huang GQ, Lan S. Big data for supply chain management in the service and manufacturing sectors: Challenges, opportunities, and future perspectives. *Computers & Industrial Engineering*. 2016;101:572-591
6. Brendan Murray. Inside the Brutal Realities of Supply Chain Hell. Available at: <https://www.bloomberg.com/news/features/2021-09-16/supply-chain-issues-shortages-and-delayed-shipping-through-2023>
7. Michael Keenan. Global Ecommerce Statistics and Trends to Guide Your Store (2023). Available at: <https://www.shopify.com/enterprise/global-ecommerce-statistics>

8. Wang G, Gunasekaran A, Ngai EW, Papadopoulos T. Big data analytics in logistics and supply chain management: Certain investigations for research and applications. *International Journal of Production Economics*. 2016;176:98-110
9. Souza GC. Supply chain analytics. *Business Horizons*. 2014;57(5):595-605
10. Trkman P, McCormack K, De Oliveira MP, Ladeira MB. The impact of business analytics on supply chain performance. *Decision Support Systems*. 2010;49(3):318-327
11. Brunekreef H., Pournader M. How is big data being applied in supply chain operations? // KPMG. Supply Chain Big Data Series. Part 1. 2018. [Internet]. Available at: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/au/pdf/2017/big-data-shaping-supply-chains-of-tomorrow.pdf>. Accessed October 11, 2023
12. Thomas Knox. Why Effective and Efficient Inventory Management Is Key To Delivering Positive Customer Experiences In Retail. Available at: <https://www.forbes.com/sites/forbestechcouncil/2022/04/19/why-effective-and-efficient-inventory-management-is-key-to-delivering-positive-customer-experiences-in-retail/?sh=4af13d444c92>
13. Waller M.A., Fawcett S.E. Data Science, Predictive Analytics, and Big Data: A Revolution That Will Transform Supply Chain Design and Management // *Journal of Business Logistics*. 2013: Vol. 34. No 2. P. 77–84.
14. Vorhies W. Predictive Analytics in the Supply Chain. Blog [Internet]. Available at: <https://www.datasciencecentral.com/profiles/blogs/predictive-analytics-in-the-supply-chain>. Accessed October 11, 2023.
15. Improved forecasting and inventory planning for a large retailer. [Internet]. Available at: <https://www.mu-sigma.com/our-musings/case-studies/improvedforecasting-and-inventory-planning-for-a-largeretailer>. Accessed October 11, 2023.
16. Identify the most efficient shipping carriers through advanced analytics. [Internet]. Available at: <https://fractal.ai/casestudies/supply-chain-management/identify-the-most-efficient-shipping-carriersthrough-advanced-analytics>. Accessed October 11, 2023.

Information about the authors

Gulyayeva Svetlana Pavlovna – PhD in Economics, Associate Professor, Caspian University, e-mail: svetagul52@mail.ru

Marunova Yelena Yuriyevna – MBA Student, Kazakh-British Technical University, e-mail: ye.maruova@list.ru

СИСТЕМА ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

Жангирова Р.Н.¹, Ахметов Д.Р.²

¹ Казахский национальный аграрный исследовательский университет, г. Алматы,
Республика Казахстан

² Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация. Статья обосновывает важность малого бизнеса для развития страны и определяет основные направления государственной политики в этой области. Выявлены основные меры и механизмы, применяемые для поддержки и стимулирования малого предпринимательства в Казахстане. Анализируются государственные программы поддержки, такие как льготы по налогообложению, кредитование, консультационная помощь и обучение для предпринимателей. Предлагаются конкретные рекомендации для усовершенствования политики по развитию малого предпринимательства в Республике Казахстан.

Ключевые слова: малый бизнес, инновации, государственное регулирование, поддержка предпринимательства, устойчивое развитие.

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДАҒЫ ШАҒЫН КӘСІПКЕРЛІКТІ МЕМЛЕКЕТТІК РЕТТЕУ ЖҮЙЕСІ

Жангырова Р.Н.¹, Ахметов Д.Р.²

¹ Қазақ ұлттық аграрлық зерттеу университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

² Каспий Қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

Аңдатпа. Мақалада еліміздің дамуы үшін шағын кәсіпкерліктің маңыздылығы негізделіп, осы саладағы мемлекеттік саясаттың негізгі бағыттары айқындалған. Қазақстанда шағын кәсіпкерлікті қолдау мен ынталандыру үшін қолданылатын негізгі шаралар мен тетіктер анықталды. Салық жеңілдіктері, несие беру, консультациялық көмек және кәсіпкерлерді оқыту сияқты мемлекеттік қолдау бағдарламалары талданады. Қазақстан Республикасында шағын кәсіпкерлікті дамыту саясатын жетілдіру бойынша нақты ұсыныстар ұсынылады.

Түйін сөздер: шағын бизнес, инновация, мемлекеттік реттеу, кәсіпкерлікті қолдау, тұрақты даму.

SYSTEM OF STATE REGULATION OF SMALL BUSINESS IN THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN

Zhangirova R.N.¹, Akhmetov D.R.²

1 Kazakh National Agrarian Research University, Almaty, Republic of Kazakhstan

2 Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

Summary. The article substantiates the importance of small business for the development of the country and determines the main directions of state policy in this area. The main measures and mechanisms used to support and stimulate small businesses in Kazakhstan have been identified. Government support programs such as tax breaks, lending, consulting assistance and training for entrepreneurs are analyzed. Specific recommendations are offered to improve policies for the development of small businesses in the Republic of Kazakhstan.

Keywords: small business, innovation, government regulation, entrepreneurship support, sustainable development.

Экономика Казахстана находится в постоянном поиске новых и эффективных способов стимулирования своего развития. Малое предпринимательство играет ключевую роль в этом процессе, представляя собой важный фактор инноваций, создания рабочих мест и укрепления экономической структуры. В условиях глобальных вызовов, таких как изменения в мировой торговле, технологические преобразования и экономические нестабильности, важно акцентировать внимание на эффективности государственной поддержки малого бизнеса. В свете постоянно меняющейся экономической среды и стремительного развития технологий, обсуждение и анализ системы регулирования малого предпринимательства остаются в центре внимания экономической и политической общественности Республики Казахстан. Государственные усилия в области регулирования и поддержки этого сектора экономики играют значительную роль в обеспечении благоприятной среды для предпринимательской активности. Это введение направлено на критический анализ системы государственного регулирования, ориентированной на развитие малого бизнеса в Казахстане. В современной экономике, малые предприятия представляют не только источник экономического роста, но и инкубатор инноваций, способствуя расширению рынка и улучшению качества жизни.

Опыт различных развитых стран свидетельствует о важности активного вмешательства государства для создания условий, способствующих успешному функционированию малых и средних предприятий. На фоне переключения госпрограмм с крупного и зачастую олигопольного бизнеса на малый и средний этот сегмент показывает позитивную динамику количества действующих игроков [1].

Одним из ключевых показателей развития субъектов малого бизнеса является его доля в валовом внутреннем продукте страны. В последние годы в Казахстане наблюдается положительная динамика. По данным Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан вышеуказанный показатель МСП по итогам 2022 года составил 36,5%, что выше показателя 2021 года на 3,2 процентных пункта. Малые предприятия дали основной вклад в общий объем ВВП страны среди всех субъектов малого и среднего бизнеса. В 2022 году доля таких предприятий составила 30,4%, в то время как средний бизнес внес 6,1%.

Казахстан на 1 января 2023 года насчитывал 1 818 764 действующих субъектов среди 2 026 527 зарегистрированных предприятий МСП, что составляет 89,7%. Это на 5,2 п.п. выше уровня предыдущего года. Наибольшая доля в региональном разрезе преобладала в Туркестанской (98,1%), Костанайской (93,9%) и Кызылординской (93,5%) областях. Наименьшая доля зафиксирована в г. Алматы (82,7%). За 2022 год основную часть занимали индивидуальные предприниматели - 67,9% от общего числа, юридические лица малого предпринимательства – 18,7%, крестьянские или фермерские хозяйства – 13,2%, юридические лица среднего предпринимательства – 0,2%.

Выпуск продукции субъектами МСП за январь-декабрь 2022 года составил 59221,5 млрд. тенге и увеличился по сравнению с соответствующим периодом 2021 года в сопоставимых ценах на 38,2%. Предприятия малого и среднего бизнеса охватывают различные сферы экономики, включая финансовую, научную и производственные отрасли. В Казахстане торговля остается наиболее характерной областью экономической деятельности.

Численность занятых в малом и среднем бизнесе по состоянию на 1 января 2023 года составила 4109,7 тыс. человек, что больше на 18,3% предыдущего периода. На сферу МСП приходилось 43,6% от общей численности экономически активного населения страны. Значительная доля в региональном разрезе приходилась на г. Алматы и г. Астана. Наименьшая доля зафиксирована в Жамбылской области [2].

Один из ключевых драйверов развития МСБ в Казахстане в последние годы — цифровизация. К примеру, существенный рост количества действующих МСП в РК совпадает с

увеличением числа организаций, использующих интернет. Так, за год их количество выросло на 16,3%, что говорит о серьезной диджитализации сектора.

Одна из главных причин развития МСП в последнее время — упрощение процедур открытия бизнеса и его ведения, в том числе благодаря цифровизации всей финансовой системы со стороны банков страны. Цифровые услуги от БВУ РК для МСП становятся драйвером роста сектора [3].

Всесторонняя поддержка малого и среднего бизнеса всегда является приоритетом государственной политики. Научные исследования подтверждают, что система государственной поддержки, использующая различные инструменты денежно-кредитной политики, способствует увеличению вклада МСБ в ВВП, обеспечивая устойчивое развитие экономики. В Казахстане существует ряд государственных программ поддержки субъектов предпринимательства, в которых используются финансовые и нефинансовые инструменты. Среди них грантовые средства занимают особое место, так как они не требуют залогового обеспечения и предоставляются безвозмездно. Поэтому гранты являются наиболее привлекательным инструментом поддержки малого бизнеса, по сравнению с льготным кредитованием, инфраструктурной поддержкой, субсидированием и другими методами. Кроме того, внедрение нового направления в виде развития инвестиционных грантов, предусмотренное в Концепции развития МСБ до 2030 года, может стать дополнительным инструментом поддержки, способствующим росту малого и среднего бизнеса. Однако современные вызовы, связанные с глобализацией и информатизацией, требуют ускоренного решения старых и появляющихся новых проблем, а также поиска путей повышения эффективности, проведения ревизии использования затраченных бюджетных средств и совершенствования инструментов поддержки.

Малый бизнес в торговле и промышленности наиболее закредитованы в Казахстане, сообщает Национальный банк. «Больше всего кредитов банков второго уровня на начало 2023 года в малом бизнесе получили предприятия торговли – Т1,123 трлн, на втором месте промышленность – Т1,057 трлн, менее всего кредитов у малого бизнеса в отрасли связи – Т65 млрд», – следует из отчета, размещенного на официальном сайте Нацбанка РК. Согласно отчету, кредиты юрлицам составили Т3,57 трлн, физлицам – Т995 млрд. Кредиты банков второго уровня малому бизнесу на 1 января 2023 года превысили Т4,5 трлн. [4].

Микро- и малое предпринимательство играет значительную роль в мировой экономике. По данным ООН, МСБ составляет 90% всех предприятий, обеспечивает 60–70% рабочих мест и вносит около 50% валового внутреннего продукта во всем мире. Малые предприятия являются фундаментом общества и важным источником средств к существованию, в том числе для работающих людей с низким доходом, женщин, молодежи и групп населения, находящихся в уязвимом положении, что особенно важно для Целей устойчивого развития ООН, стремление к которым — обязательство большинства стран, включая Казахстан [5].

В современных теориях экономического развития не последнее место занимает так называемая предпринимательская модель экономического развития, суть которой заключается в том, что новые малые предприятия имеют огромный потенциал для улучшения состояния экономики. В соответствии с этой теорией, государство должно найти достаточно эффективные и гибкие способы стимулирования.

Малый бизнес занимает свое особое место в экономических отношениях, внедряя в них, прежде всего, нестандартные и инновационные подходы и решения. Наряду с этим он способствует формированию и укреплению среднего класса. Есть свои особые связи и направления взаимодействия малого бизнеса и властных структур. Несомненно, воздействие деятельности малого бизнеса на формирование ряда позитивных черт и ценностных ориентаций личности, особенно молодого поколения.

Таким образом, малый бизнес выполняет не только экономические функции, он теснейшим образом связан со всеми сферами жизнедеятельности общества. Развитие малого и среднего бизнеса – это основной фактор конкурентоспособности страны. Не случайно, в промышленно-развитых странах мира принято считать, что уровень развития малого и среднего

бизнеса – самое убедительное свидетельство успехов страны, региона или города. Любое общество, если оно стремится к динамичному и гармоничному развитию, заботится в первую очередь о проявлении инициативы, особенно в экономике, своих граждан. Развитие малого предпринимательства – это свидетельство проявления экономической инициативы в массовом порядке [6, 126].

На сегодня в стране работает несколько институтов и операторов по поддержке бизнеса, в их числе Фонд «Даму», национальная палата предпринимателей «Атамекен», которая, кстати, в прошлом году начала трансформацию своей работы с фокусом на поддержку микро- и малого бизнеса. Есть несколько направлений по развитию бизнеса в стране, в том числе на законодательном уровне, льготное финансирование, выдача грантов МСБ, бесплатное обучение азам предпринимательства всех желающих, консультации, решение сложных вопросов, защита от необоснованных проверок и т.д. [7].

Наиболее активно мерами господдержки пользовались бизнесмены Актюбинской и Жамбылской областей. В своей работе Фонд «Даму» стремится сделать бизнес-процессы максимально доступными, удобными и прозрачными для предпринимателей. Для реализации этой цели с 2016 года планомерно внедрялись цифровые технологии. В 2021 году уровень цифровизации Фонда составил 100%. Сейчас процесс рассмотрения заявки не превышает 5-10 рабочих дней, тогда как раньше это занимало до 21 дня. Если ранее для подписания бумажных договоров требовалось от 3 до 5 рабочих дней с учетом передачи бумажных экземпляров в банки и необходимости личного посещения предпринимателями банков либо филиала Фонда, то сегодня подписание документов производится в течение одного часа. Заявки предприниматели могут подавать онлайн через eGov.kz и online.damu.kz. В 2022 году доля онлайн-заявок составила более 98%. Мониторинг достижения заявленных целей проектов, реализуемых при поддержке Фонда «Даму», обязательная процедура, закреплённая в государственных программах. Это обеспечивает проверку соответствия проектов требованиям государственных программ в части целевого использования займов и достижения установленных критериев эффективности.

Стоит отметить, что ключевой подход Фонда при мониторинге сводится к подтверждению реализации проекта и целевого использования средств, а не применению каких-либо ограничительных мер. Так, в 2022 году по инструменту субсидирования выявлено всего 264 нарушения. Это чуть более 1% от общего количества поддержанных проектов за год. То есть, можно сказать, казахстанские предприниматели ответственно относятся к исполнению своих обязательств при использовании мер государственной поддержки.

Фонд, как и прежде, продолжит свою работу по поддержке субъектов микро-, малого и среднего предпринимательства. Основной упор будет на дальнейшее развитие инструмента гарантирования. Условия с каждым годом адаптируются под запросы целевой аудитории. Так, в 2022 году было разработано направление по гарантированию облигаций, как альтернатива для предпринимателей по привлечению средств в бизнес.

Для развития массового предпринимательства совместно с акиматам областей и городов республиканского значения будут реализовывать точечные региональные программы финансирования МСБ. Эти программы позволяют развивать предпринимательскую активность с учетом специфики и потребностей отдельного региона. В целом планируется сохранить ежегодный рост охвата предпринимателей мерами господдержки на уровне 10%. Для этого, к примеру, будет продолжена работа по привлечению дополнительных инвестиций на поддержку «зеленых»/социальных проектов, а также проектов устойчивого развития [8].

Существующие трудности в сфере малого предпринимательства в значительной мере указывают на недостатки в управлении со стороны государства, которое является необходимым фактором для обеспечения благоприятного развития предпринимательской деятельности. Сегодняшний контекст существенно отличается от предыдущих десятилетий, когда основное внимание уделялось формированию института государственной поддержки, созданию нормативной базы и постепенному расширению ее возможностей, начиная с минимальных объемов. В настоящее время многие из этих задач в определенной степени решены, частично

благодаря программам поддержки. Однако, более актуальной становится задача повышения эффективности государственной поддержки для развития малого предпринимательства. Казахстан, подобно многим странам, осознает решающее значение развития малого предпринимательства для стимулирования экономического роста и социального развития. Государственная поддержка этого сектора является ключевым инструментом формирования благоприятной среды для предпринимательской активности. Данное введение направлено на анализ системы государственного регулирования, ориентированной на развитие и поддержку малого предпринимательства в Республике Казахстан.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Где в Казахстане самый активный малый и средний бизнес [Электронный ресурс]. – 2023. – URL: <https://kz.kursiv.media/2023-07-28/print995-slbk-regbusiness> (дата обращения: 22.10.2023).
2. Национальное бюро статистики Агентства стратегического планирования и реформ Республики Казахстан [Электронный ресурс]. – 2023. – URL: <https://stat.gov.kz> (дата обращения: 24.10.2023).
3. МСБ РК набирает обороты: количество компаний выросло на 32% [Электронный ресурс]. – 2023. – URL: <https://ranking.kz/reviews/banking-and-finance> (дата обращения: 28.10.2023).
4. Малый бизнес в торговле и промышленности наиболее закредитованы в Казахстане [Электронный ресурс]. – 2023. – URL: <https://www.banker.kz/news> (дата обращения: 31.10.2023).
5. Какую поддержку получает микро- и малый бизнес страны? [Электронный ресурс]. – 2023. – URL: <https://turantimes.kz> (дата обращения: 05.11.2023).
6. Жангирова Р.Н. Развитие малого и среднего бизнеса в Республике Казахстан для повышения устойчивости экономики //Вестник КазНУ. – 2015. - №5. – С.124-129.
7. Каримов Е. Как сегодня поддерживают бизнес в Казахстане? [Электронный ресурс]. – 2023. – URL: <https://ulysmedia.kz/news> (дата обращения: 12.11.2023).
8. Какую поддержку получили предприниматели в 2022 году [Электронный ресурс]. – 2022. – URL: <https://kapital.kz/business> (дата обращения: 15.11.2023).

Сведения об авторах

* Жангирова Римма Нурмуханбетовна –к.э.н., доцент, Казахский национальный аграрный исследовательский университет, e-mail: jan_rimma@mail.ru

**Ахметов Диас Рустемович – студент, Каспийский Общественный Университет, e-mail: dias.axmetov2002@mail.ru

Авторлар туралы мәліметтер

* Жанғырова Римма Нұрмұханбетқызы – э.ғ.к., доцент, Қазақ ұлттық аграрлық зерттеу университеті, e-mail: jan_rimma@mail.ru

** Ахметов Диас Рүстемұлы - студент, Каспий Қоғамдық университеті, e-mail: dias.axmetov2002@mail.ru

Information about the authors

* Zhangirowa Rimma Nurmukhanbetovna - C.E.Sc., assistant professor, Kazakh National Agrarian Research University, e-mail: jan_rimma@mail.ru

** Akhmetov Dias Rustemovich – student, Caspian Public University, e-mail: dias.axmetov2002@mail.ru

ПУТИ РАЗВИТИЯ ИНСТРУМЕНТОВ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА ПО ПРОДВИЖЕНИЮ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

Жангирова Р.Н.¹, Тохтаева К.А.²

¹ Казахский национальный аграрный исследовательский университет, г. Алматы, Республика Казахстан

² Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация. В статье даны определения инструментов цифрового маркетинга и их применение. Рассматривается перечень актуальных на сегодняшний день маркетинговых методов продвижения в сети, позволяющие заявить об услугах и продукции компании, а также возможность их совершенствования. Составлен список основных критериев digital маркетинга, проанализирована эффективность методик продвижения в сети интернет на примере исследования актуализации услуг компании посредством создания и продвижения веб-сайта.

Ключевые слова: цифровой маркетинг, сеть, интернет, инструменты, вебсайт, продвижение.

ИНТЕРНЕТ ЖЕЛІСІНДЕ ЖЫЛЖЫТУ ҮШІН ЦИФРЛЫҚ МАРКЕТИНГ ҚҰРАЛДАРЫН ДАМУ ЖОЛДАРЫ

Жангырова Р.Н.¹, Тоқтаева К.А.²

¹ Қазақ ұлттық аграрлық зерттеу университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

² Каспий Қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

Аңдатпа. Мақалада цифрлық маркетинг құралдарының анықтамалары және олардың қолданылуы берілген. Компанияның қызметтері мен өнімдерін, сондай-ақ оларды жетілдіру мүмкіндігін жарнамалауға мүмкіндік беретін онлайн жылжытудың ағымдағы маркетингтік әдістерінің тізімі қарастырылады. Цифрлық маркетингтің негізгі критерийлерінің тізімі жасалды және веб-сайтты құру және жылжыту арқылы компанияның қызметтерін жаңартуды зерттеу мысалында Интернетте жылжыту әдістерінің тиімділігі талданды.

Түйін сөздер: сандық маркетинг, желі, интернет, құралдар, веб-сайт, жылжыту.

WAYS TO DEVELOP DIGITAL MARKETING TOOLS FOR PROMOTION ON THE INTERNET

Zhangirova R.N.¹, Tokhtaeva K.A.²

¹ Kazakh National Agrarian Research University, Almaty, Republic of Kazakhstan

² Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

Summary. The article provides definitions of digital marketing tools and their application. The list of current marketing methods of online promotion is considered, allowing you to advertise the company's services and products, as well as the possibility of their improvement. A list of the main criteria for digital marketing has been compiled, and the effectiveness of promotion methods on the Internet has been analyzed using the example of a study of updating the company's services through the creation and promotion of a website.

Keywords: digital marketing, network, internet, tools, website, promotion.

Каждый бизнес-проект в современных реалиях нельзя представить без качественно работающего маркетинга. Цифровой маркетинг – это отрасль классического маркетинга, начавшее собственное развитие, путем различных инструментариев продвижения для привлечения, удержания целевой и потенциальной аудитории при помощи цифровых технологий [1].

Правильно проделанная работа маркетинга, способствует повышению результативности при продвижении имиджа бизнеса, его конкурентоспособности и общих показателей работоспособности. Маркетинг начал зарождаться в 30-е годы XX века, в США. В понятие «маркетинг» входило его определение как деятельности на рынке, применение и штудирование принципов которого производилось для достижения всех удовлетворенностей потребителя [2].

При развитии маркетинга учитываются аспекты модернизации, нововведений, современных тенденций и технологий, которые вводятся в практическое применение. Позволяя потребителям выводить, посредством усовершенствованных маркетинговых стратегий интернет ресурсными инструментами, на новый и высокоэффективный этап развития.

Можно смело разделить деятельность бизнес продвижения на витки «до» и «после» появления интернет-возможностей. Интернет-сообщество объединяет в себе общедоступность, которая позволяет пользователям сети с разных контингентов, узнать о продукции и услугах компании, в свою очередь это приносит большую узнаваемость, и повышение коммерческой деятельности, являя повышенную заинтересованность к предпринимательству. С появлением разнообразия вариаций использования цифровых ресурсов по наиболее и наименее доступной категории расценок [3, 230].

Успех проведения бизнес-стратегии в интернете заключается в верном применении основ маркетинга и их понимании. Главное – это всегда продукт или услуга, над которыми проводятся основные, целевые действия, такие как продвижение и привлечение внимания.

Цифровой маркетинг включает в себя многообразие инструментов по осуществлению и реализации проектов. Основополагающими и выделенными являются:

- SMM маркетинг
- Content маркетинг
- SEO маркетинг
- Direct маркетинг

1. SMM маркетинг – производящий работу через социальные сети, во воронку и настройки которых входит потенциальная целевая аудитория компании. Данная методика продвижения является одной из лидирующих в популярности и действенности в нынешнее время. Это объясняется количеством активных пользователей сети, что существенно увеличивает охваты просмотров, чем представляют аудиторию радио, телевидения.

2. Content маркетинг – один из инструментариев, нацеленный на продвижение продуктов или услуг, путем съемки и монтажа видео, написанием универсальных статей, записыванием обзоров, подкастов и текстовых описаний.

3. SEO маркетинг – подстраивается под поисковой запрос, выдвигая первой компанию в поисковой строке для потенциальных клиентов или тех, кто ранее посещал страницу, работая на максимальное количество показов. Представленный инструмент цифрового маркетинга предоставляет компаниям и клиентам более обширные пути взаимодействия друг с другом. Предприниматели расширяют число потенциальных покупателей, продвигая свои товары на посещаемых площадках. Это способствует более облегченному и расширенному поиску продукции для самих покупателей и клиентов.

4. Direct маркетинг – предназначен для налаживания прямой и обратной связи с целевой аудиторией, используется посредством консультирования, рекламы и сообщения об актуальных акциях, бонусах и мероприятиях, проводимых компанией.

Реализация вебсайта – сложный, многоуровневый процесс, этот инструмент маркетинговой стратегии требует корректной и четко проработанной цели и алгоритмов для

достижения запланированного результата, то есть долгосрочной перспективы существования и работы сайта. Стратегически грамотно сконструированная модель вебсайта многофункциональна и способна на синхронизацию наружных и внутренних целей и задач, преследуемых изначально. Важным аспектом при создании вебсайта является определение его вида и задач, которые он будет исполнять. Вебсайты подразделяют на два вида: коммерческие и социальные.

Коммерческий сайт – подразумевает под своей главной целью увеличение прибыли, а также продажу услуг и продукции. Социальные сервера – направлены на распространение ценной информации, обратную связь и носят развлекательный характер.

Рекламирование вебсайта организации гарантирует лидирующую строку в поисковых запросах. Активная демонстрация работы search маркетинга способствует ежедневному росту посетителей и увеличивает базу данных потенциальной аудитории.

При выборе и работе с коммерческим вебсайтом, первоначально определяется поэтапно маркетинговая стратегия:

1. Целевая аудитория – исходя из полученных данных, получаем информационные ресурсы и алгоритм воздействия на нее.
2. Обратная связь с потребителями – реализация сделок, консультирование, подача заявки, продажа или приобретение товара и услуги.
3. Маркетинговый анализ – производится оценивание характерологических аспектов, воздействующих на продажу товаров и услуг.

Впоследствии назначаются пошаговые задачи, гарантирующие достижение главной цели. Основной составляющей сайта является информационное содержание, включающее в себя краткое представление о действующей компании. Удобный интерфейс, доступное понимание и оформление, соответствующее основному дизайну компании, не отходящих по стилевой тематике. Поддержание мультимедийных серверов, оптимизированный поиск по сайту. Представление и краткое описание каждого товара или услуги, с предоставлением обратной связи – это могут быть всплывающие мессенджеры, социальные сети или личные контакты порученных лиц для потенциальных потребителей и настроенной целевой аудитории.

Отметим ряд факторов, влияющих на потенциальных потребителей:

1. Престиж бренда компании, имидж предоставляемой продукции и услуг.
2. Предоставленная на сайте реклама и ее количество.
3. Sales promotion – дисконтные карты, бонусы, промо-акции и сезонные скидки [4].

Маркетинговый анализ производится на учете собранных данных, размещенных на вебсайте. Это предоставляет возможность проанализировать текущую обстановку, прогнозировать последующие шаги и действия выстраивания маркетинговой стратегии. Производится это посредством мониторинга посещения сайта, отслеживанием частоты кликов от покупателей и посетителей, а также наблюдением количества продаж товаров и услуг посредством сайта компании.

Важным этапом выделяется как таковое – продвижение вебсайта в search системах поисковиков. Этапами внедрения в определенную поисковую систему являются: SEO-аудит, ключевые слова, оптимизация. SEO-аудит – представляет собой оценивание качества сайта по параметрам, в число которых входит: анализ и соответствие требованиям систем. Процесс позволяет определить какие улучшения требуются вебсайту для повышения лояльности и актуализации среди пользователей. Отдельное внимание уделяется подборке ключевых слов, через которые потенциальные потребители будут выходить на сайт, их определение происходит путем отслеживания основного количества запросов. В процесс оптимизации для вывода сайта на лидирующие позиции, и обхода конкурентов, входят:

1. Настройка контента и стиля подачи информации.
2. Выстраивание акцентов и тегов через программы кода.
3. Регистрация на тематические сервера и каталоги.

В завершение производится мониторинг полученных результатов [5, 31].

Важной частью прогресса любой организации в настоящих реалиях является внедрение современных и актуальных технологий ведения бизнеса, его продвижения и улучшения по всем ведущим аспектам, включающим в себя моменты цифровизации и корректно-грамотного подхода персонала компании.

Оцифровка инструментов продвижения компаний модифицировала перспективы предпринимательской деятельности, принося за собой отдельные ответвления рабочих специализаций и расширение рынка труда. Бизнес, основанный на технологиях, в целом перечне индустрий производства резонно изменяет структурирование ведения и условия конкурентоспособности.

Маркетинговый анализ и персонализация способствуют не только повышению лояльности, но и созданию новых товаров и услуг с большей актуализацией и выгодой для производства и потребителей, путем учитывания статистических данных. Любые новшества отражают в себе прогрессивное изменение ценностей общественной деятельности, цифровые технологии напрямую связывают себя с сетью Интернет, влияя на сферы нашей жизни.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. О цифровом маркетинге [Электронный ресурс]. – 2023. – URL: <https://www.oracle.com/> (дата обращения: 29.10.2023).
2. История зарождения маркетинга [Электронный ресурс]. – 2023. – URL: <https://znanierrussia.ru> (дата обращения: 04.11.2023).
3. Qualman E., Socialnomics: How Social Media Transforms the Way We Live and Do Business – 238 s.
4. Контент-маркетинг [Электронный ресурс]. – 2023. – URL: <https://sendpulse.kz/support/glossary/content-marketing> (дата обращения: 12.11.2023).
5. Kingsnorth S., Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing –121 s.

Сведения об авторах

* Жангирова Римма Нурмуханбетовна –к.э.н., доцент, Казахский национальный аграрный исследовательский университет, e-mail: jan_rimma@mail.ru

** Тохтаева Камила Аркеновна – студентка, Каспийский Общественный Университет, e-mail: millaastron@gmail.com

Авторлар туралы мәліметтер

* Жанғырова Римма Нұрмұханбетқызы – э.ғ.к., доцент, Қазақ ұлттық аграрлық зерттеу университеті, e-mail: jan_rimma@mail.ru

** Токтаева Камила Әркенқызы - студент, Каспий Қоғамдық университеті, e-mail: millaastron@gmail.com

Information about the authors

* Zhangirova Rimma Nurmukhanbetovna - C.E.Sc., assistant professor, Kazakh National Agrarian Research University, e-mail: jan_rimma@mail.ru

** Tokhtaeva Kamila Arkenovna – student, Caspian Public University, e-mail: millaastron@gmail.com

ОСНОВНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ МЕХАНИЗМА РАЗВИТИЯ РЫНКА ТЕХНИЧЕСКИХ СРЕДСТВ В АПК ТУРКЕСТАНСКОЙ ОБЛАСТИ

Илашева С.А.¹, Досаев Н.², Жаркимбекова К.С.³

^{1,2} Южно-Казахстанский университет им. М. Ауэзова, Шымкент, Казахстан

³ ТОО «Импульс»

Аннотация. Проблема обеспечения устойчивого развития аграрного сектора агропромышленного комплекса Казахстана требует создания условий, обеспечивающих сбалансированное функционирование сельскохозяйственного производства путем создания и развития материально-технической базы, суть которой заключается в повышении эффективности сельскохозяйственного производства, развитии сельских территорий. Только соответствующая материально-техническая база может коренным образом изменить структуру современного сельскохозяйственного производства, включая различные формы управления и изменения в характере сельскохозяйственного труда.

Ключевые слова: сельское хозяйство, материально-техническая база, производство, эффективность, государство, регулирование

ТҮРКІСТАН ОБЛЫСЫНЫҢ АӨК-ДЕ ТЕХНИКАЛЫҚ ҚҰРАЛДАР НАРЫҒЫН ДАМУ ТЕТІГІНІҢ НЕГІЗГІ ЭЛЕМЕНТТЕРІ

Илашева С.А.¹, Досаев Н.², Жаркимбекова К.С.³

^{1,2} М. Әуезова ат. Оңтүстік Қазақстан университеті, Шымкент, Қазақстан

³ «Импульс» ЖШС

Аңдатпа. Қазақстанның агроөнеркәсіптік кешенінің аграрлық секторының тұрақты дамуын қамтамасыз ету мәселесі материалдық-техникалық базаны құру және дамыту арқылы ауыл шаруашылығы өндірісінің теңгерімді жұмыс істеуін қамтамасыз ететін жағдайларды жасауды талап етеді, оның мәні ауыл шаруашылығы өнімдерін өндіруді арттыру болып табылады. ауыл шаруашылығы өндірісінің тиімділігі мен ауылдық аумақтарды дамыту. Тек тиісті материалдық-техникалық база ғана қазіргі ауыл шаруашылығы өндірісінің құрылымын, оның ішінде шаруашылық жүргізудің әртүрлі нысандарын және ауыл шаруашылығы еңбегінің сипатын өзгертуді түбегейлі өзгерте алады.

Түйінді сөздер: ауыл шаруашылығы, материалдық-техникалық база, өндіріс, тиімділік, Мемлекет, реттеу

THE MAIN ELEMENTS OF THE MECHANISM OF DEVELOPMENT OF THE MARKET OF TECHNICAL MEANS IN THE AGRO-INDUSTRIAL COMPLEX OF THE TURKESTAN REGION

Ilasheva S.A.¹, Dosaev N.², Zharkimbekova K.S.³

^{1,2} M. Auezov South Kazakhstan University, Shymkent, Kazakhstan

³ «Impulse» LLP

Summary. The problem of ensuring sustainable development of the agricultural sector of the agro-industrial complex of Kazakhstan requires the creation of conditions that ensure the balanced functioning of agricultural production through the creation and development of a material and

technical base, the essence of which is to increase the efficiency of agricultural production and the development of rural areas. Only an appropriate material and technical base can radically change the structure of modern agricultural production, including various forms of management and changes in the nature of agricultural labor.

Keywords: agriculture, material and technical base, production, efficiency, state, regulation

Создание всесторонне развитого, высокопродуктивного сельского хозяйства требует соответствующего уровня развития материально-технической базы сельскохозяйственных предприятий. Материально-техническая база является важнейшей составляющей производительных сил и имеет многогранное значение в развитии сельскохозяйственного производства.

Сельское хозяйство Республики Казахстан располагает значительным, но недостаточным парком тракторов, комбайнов и другой сельскохозяйственной техники. Так, по данным Министерства сельского хозяйства Республики Казахстан, средний износ машинно-тракторного парка составляет около 80%. Доля крайне изношенных основных видов сельскохозяйственной техники (старше 15 лет) составляет: тракторы - 79%, комбайны - 54%, сеялки - 86%, жатки - 63%.

В период с 2015 по 2022 год уровень обеспеченности сельского хозяйства основной техникой, за исключением тракторов, значительно снизился. Таким образом, количество зерноуборочных комбайнов сократилось с 45,6 тыс. единиц до 42,0 тыс. шт. (в 1,08 раза), сеялки - с 89,7 тыс. ед. на 78,0 тыс. штук (в 1,15 раза), а заготовки уменьшились с 16,1 тыс. штук до 14,7 тыс. штук (в 1,09 раза). Производительность труда в сельском хозяйстве Казахстана в 8-10 раз ниже, чем в странах ЕС, а затраты на энергоносители и другие материальные ресурсы в 3-5 раз выше.

При поддержке государства в Казахстане открыто несколько предприятий по производству сельскохозяйственной техники. Эти предприятия производят зерноуборочные комбайны, сельскохозяйственные тракторы, пресс-подборщики и сеялки. Данные предприятия сотрудничают с ОАО "Минский тракторный завод" и ОАО "Гомсельмаш" (Республика Беларусь), а также ОАО "Ростсельмаш" и ОАО "Петербургский тракторный завод" (Россия).

Общая потребность агропромышленного комплекса в основных средствах механизации и автоматизации растениеводства и животноводства составляет более 1,5 тыс. наименований [1]. Высокая механизация труда является ключом к увеличению объема и качества сельскохозяйственной продукции. В то же время недостаточное обеспечение отрасли необходимым количеством сельскохозяйственной техники является серьезным препятствием для развития сельского хозяйства.

Таким образом, учитывая исходное состояние и текущий уровень развития отрасли сельскохозяйственного машиностроения республики, актуальной задачей является дальнейшее развитие и совершенствование всего комплекса производства для полного удовлетворения потребностей сельского хозяйства в машинах и оборудовании.

Туркестанская область является сельскохозяйственным регионом страны. Более 80% населения проживает в сельской местности. 22,5% населения региона занято в сельском хозяйстве. Более 40% доходов региона генерируется в сельскохозяйственном секторе.

По итогам 9 месяцев 2022 года объем валовой продукции составил 408 млрд тенге (2-е место в стране). В регионе действует более 83 тысяч предприятий, что составляет 30,4% от всех предприятий страны в этой сфере.

Несмотря на ежегодное увеличение объемов сельскохозяйственного производства, в Туркестанской области, как и по всей стране, продолжается процесс износа технической оснащенности сельского хозяйства, значительная часть техники на сельскохозяйственных предприятиях (более 85%) достигла конца срока службы, выбытие тракторов опережает их приход в 6-7 раз, комбайнов почти в 4-5 раз. Сложившаяся ситуация порождает такое негативное явление, как увеличение нагрузки на единицу оборудования.

Для выявления методов повышения эффективности развития материально-технической базы сельского хозяйства Туркестанской области мы провели исследование технического оснащения 16 фермерских хозяйств, специализирующихся на молочном и мясном скотоводстве. Характеризуя выборку, следует отметить, что в 2021 году на этих предприятиях было сосредоточено около 62% основных фондов, более 55% работников промышленности, занятых в сельском хозяйстве региона. Несмотря на небольшой размер сельхозугодий (49% от регионального показателя), выбранные фермы произвели 61% зерна и 76% молока. На их долю приходилось более 71% поголовья крупного рогатого скота и коров (таблица 1).

Таблица 1 - Удельный вес хозяйств выборочной совокупности в показателях Туркестанской области в 2021 году, %

Показатель	Выборочная совокупность	Генеральная совокупность (область)	Доля выборочных хозяйств в областных показателях
Число хозяйств	16	21	9,9
Стоимость основных средств, млн. тенге	7 466,6	12 055,9	61,9
Выручка от реализации молока, млн. тенге	2 874,8	3 653,3	78,7
Среднегодовая численность работников, всего, тыс. чел.	15,2	27,3	55,7
Поголовье КРС, всего, тыс. гол.	134,9	187,8	71,8
в т.ч. коров, тыс. гол	62,8	87,1	72,1
Площадь сельхозугодий, тыс. га	229,0	693,2	48,9
Произведено зерна в физической массе после доработки, тыс. тонн	129,0	210,2	61,4
Произведено молока, тыс. тонн	304,7	399,8	76,2

Нами были сформированы группировки, в основание которых положены показатели, характеризующие уровень интенсификации организаций сельского хозяйства и отражающие состояние материально-технической базы отрасли. Все хозяйства выборочной совокупности были разделены на пять групп по нарастающей величине группировочного показателя (I группа – отстающие хозяйства, V группа – хозяйства-лидеры).

С ростом фондообеспеченности организаций агросектора существенно увеличиваются и показатели их финансово-хозяйственной деятельности (таблица 2).

Таблица 2 - Влияние фондообеспеченности сельхозорганизаций Туркестанской области на результаты их деятельности в 2021 году

группа	Стоимость основных фондов на 100га пашни, тыс.тг.	Кол-во хозяйств	На 100 га пашни				Выручка на 1 занятого тыс. тг	Прямые затраты на производство 1ц молока, чел.ч.
			Стоимость ОФ, тыс.тг	Валовая выручка, тыс.тг	Валовая прибыль, тыс.тг	Производство молока, ц		
I	До 269	12	181	409	72	303	156	5,9
II	270-930	23	659	490	31	381	158	5,8
III	931-2304	46	1631	1129	91	886	249	3,2
IV	2305-	23	3466	2525	292	1595	367	2,3

	5459							
V	Более 5460	12	9374	5715	417	2268	503	1,9
Итого, среднем	2737	116	x	1873	173	1117	336	2,7
Приоритет группы над группой,раз	V I	x	51,8	14,0	5,8	7,5	3,2	3,1

В хозяйствах-лидерах (V группа), где на 100 га пашни приходилось в среднем 9 374 тыс. тенге основных средств, в 14 раз больше получили выручки, в 7,5 раза – молока, в 5,8 раза – валовой прибыли по сравнению с хозяйствами I группы. Сопоставляя значения уровня производительности труда в группах, следует отметить, что в фондообеспеченных сельхозорганизациях прямые затраты на производство 1 ц молока в 2017 году составляли в среднем 2 чел. ч., тогда как в тех, где уровень фондообеспеченности ниже, этот показатель был хуже более чем в 3 раза.

Важным показателем состояния материально-технической базы сельского хозяйства является его обеспеченность необходимыми для процесса производства техническими средствами: тракторами, комбайнами, сеялками, косилками и различного рода навесным оборудованием [2]. Техническая оснащенность организаций агросектора во многом оказывает определяющее влияние на выполнение сельскохозяйственных работ в заданные агротехнические сроки, что служит залогом получения высокого урожая, устойчивого экономического развития отрасли (таблица 3).

Таблица 3 - Влияние поставок тракторов сельскохозяйственным организациям Туркестанской области на результаты их деятельности в 2021 году

группа	Количество тракторов на 1000 га пашни, шт. Ко.	Кол-во хозяйств	Тракторов на 1000 га пашни, шт.	На 100 га пашни				Выручка на 1 занятого тыс. тг
				Валовая выручка, тыс. тг	выручка от реализации молока, тыс. тг	валовая прибыль, тыс. тг.	Производство молока, ц	
I	До 6	12	4	536	348	90	405	223
II	6-8	23	7	1232	827	99	884	299
III	8-13	46	10	1758	999	204	1058	343
IV	13-22	23	16	2783	1406	172	1484	351
V	Более 22	12	29	4574	2483	461	2554	372
Итого, В средне м	11	116	x	1873	1054	173	1117	336
Приоритет группы над группой,раз	V I	x	7,1	8,5	7,1	5,1	6,3	1,7

Как свидетельствуют данные аналитической группы (таблица 3), увеличение количества тракторов с 4 до 29 единиц (на 1000 га) позволяет получить прибыль в 5 раз, а выручку - в 8,5 раз больше. В то же время в группе хозяйств, которые лучше всего оснащены техникой, в 2021 году производство молока на 100 га пашни было в 6,3 раза больше, чем в группе, характеризующейся самым низким уровнем обеспеченности тракторами.

При выявлении взаимозависимости между состоянием материально-технической базы сельского хозяйства и производственными показателями необходимо учитывать не только количество сельскохозяйственных машин и орудий, но и энергонасыщенность производства [3]. Оснащение машинно-тракторного парка мощными тягачами позволяет использовать современную многофункциональную технику, что в свою очередь приводит к снижению затрат на горюче-смазочные материалы, сокращает сроки проведения посевных и заготовительных кампаний, повышает производительность труда, снижает себестоимость производства 1 центнера продукции и наряду с другими факторами интенсификации способствует к повышению урожайности и повышению качества продукции. Оснащение сельского хозяйства современным ресурсосберегающим, энергоемким, многофункциональным, надежным оборудованием является основой для развития эффективного и конкурентоспособного сельскохозяйственного производства и повышения уровня производительности труда.

Исходя из выявленных взаимосвязей, с вероятностью 95% можно констатировать, что при прочих равных условиях увеличение поставок тракторов на 1 единицу будет способствовать увеличению выручки почти на 300 тысяч тенге (на 100 гектаров пашни).

Производство молока увеличится более чем на 55 центнеров (на 100 гектаров пашни). Модернизация материально-технической базы сельскохозяйственных организаций, выраженная в увеличении стоимости основных средств на 50 тыс. тенге (в расчете на 100 га пашни), позволяет увеличить выручку от этой сферы на 2,6 тыс. тенге

Таким образом, результаты корреляционно-регрессионного анализа подтверждают тот факт, что повышение эффективности использования ресурсного потенциала сельского хозяйства и переход к интенсивному типу устойчивого развития сельскохозяйственного производства во многом определяются модернизацией материально-технической базы отраслевых организаций и использованием передовых достижений научно-технического прогресса. технический прогресс [4].

Список использованной литературы:

1. Шепитько Р.С., Дугина Т.А. Ресурсные возможности импортозамещения в сельском хозяйстве // Научное обозрение: теория и практика. - 2016. - № 2. - С. 16-28.
2. Серебрякова, М.Ф. Особенности эффективного функционирования агропредприятий в условиях неопределенности и риска [Текст]/ М.Ф. Серебрякова// Сельскохозяйственная экономика. - 2016. -№ 11. - С. 28-31.3
3. Козенко, З.Н. Теоретические основы перехода от оптимизационной модели хозяйствования к инновационной на предприятиях АПК России [Текст]/ З.Н. Козенко. инновационный на примере АПК России]// Стратегические ориентации инновационного развития АПК в современных экономических условиях: материалы международной научно-практической конференции, 5 часть, 26-28 января 2016 г. — Волгоград: Волгоградский ГАУ, 2016. - С. 102-106.
4. Земскова О.М., Литвинова Т.Н. Основные аспекты управления рынком сельскохозяйственной техники в современных условиях // Стратегические ориентации инновационного развития АПК в современных экономических условиях: материалы международной научно-практической конференции, 5 часть, NYE. 26-28 января 2016 г. — Волгоград: Волгоградский ГАУ, 2016. — С. 134-139.

Сведения об авторах

*Илашева Сауле Ашуровна - к.э.н., доцент, Южно-Казахстанский университет им.М.Ауезова, e-mail: S.Ilasheva@mail.ru

**Досаев Нурадил – магистрант, Южно-Казахстанский университет им.М.Ауезова, e-mail: Dosaev@mail.ru

***Жаркимбекова Камила Султановна – магистр, директор ТОО «Импульс», e-mail: ZKamila@mail.ru

Авторлар туралы мәліметтер

* Илашева Сауле Ашуровна - к.э.н., доцент, М. Әуезова ат. Оңтүстік Қазақстан университеті, e-mail: S.Pasheva@mail.ru

** Досаев Нурадил – магистрант, М. Әуезова ат. Оңтүстік Қазақстан университеті, e-mail: Dosaev@mail.ru

*** Жаркимбекова Камила Султановна – магистр, директор ТОО «Импульс», e-mail: ZKamila@mail.ru

Information about the authors

* Pasheva Saule Ashurovna - Ph.D., Associate Professor, M.Auezov South Kazakhstan State University, e-mail: ivan12345@mail.ru

** Dosaev Nuradil – master’s student, M.Auezov South Kazakhstan State University, e-mail: Dosaev@mail.ru

*** Zharkimbekova Kamila Sultanovna – master’s degree, director of Impulse LLP, e-mail: ZKamila@mail.ru

УДК: 338.12

ФОРМИРОВАНИЕ МЕХАНИЗМОВ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА

Илашева С.А.¹, Ергешева А.²

^{1,2} Южно-Казахстанский университет им.М.Ауезова, Шымкент, Республика Казахстан

Аннотация

В условиях глобальной экономической нестабильности важное значение имеет достижение устойчивого экономического развития страны и ее регионов. Под устойчивым развитием региона понимается обеспечение сложившейся хозяйственной структуры необходимыми ресурсами при уменьшении отрицательного воздействия на окружающую среду, совершенствование структуры экономики, формирование институциональных условий оптимизации использования природно-ресурсного потенциала. Туркестанская область обладает значительными природными и трудовыми ресурсами, что создает потенциал уникальных конкурентных преимуществ по сравнению с другими регионами РК.

Ключевые слова: регион, устойчивое развитие, потенциал, промышленность, инвестиции, экономика

ӨНІР ЭКОНОМИКАСЫНЫҢ ОРНЫҚТЫ ДАМУ ТЕТІКТЕРІН ҚАЛЫПТАСТЫРУ

Илашева С.А.¹, Ергешева А.²

^{1,2} М. Әуезова ат. Оңтүстік Қазақстан университеті, Шымкент, Қазақстан Республикасы

Аңдатпа. Жаһандық экономикалық тұрақсыздық жағдайында елдің және оның аймақтарының тұрақты экономикалық дамуына қол жеткізу маңызды болып табылады. Аймақтың тұрақты дамуы деп қоршаған ортаға теріс әсерді азайту, экономика құрылымын жақсарту, табиғи ресурстық әлеуетті пайдалануды оңтайландыру үшін институционалдық жағдайлар жасау кезінде қолданыстағы экономикалық құрылымды қажетті ресурстармен қамтамасыз ету түсініледі. Түркістан облысы Қазақстан Республикасының басқа аймақтарымен салыстырғанда бірегей бәсекелестік артықшылықтар үшін әлеуетті қалыптастыратын айтарлықтай табиғи және еңбек ресурстарына ие.

Түйінді сөздер: аймақ, тұрақты даму, әлеует, өнеркәсіп, инвестиция, экономика

FORMATION OF MECHANISMS FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE REGION'S ECONOMY

Ilasheva S.A.¹, Ergesheva A.²

^{1,2} M.Auezov South Kazakhstan State University, Shymkent, Kazakhstan

Summary. In conditions of global economic instability, achieving sustainable economic development of the country and its regions is important. The sustainable development of the region is understood as providing the existing economic structure with the necessary resources while reducing the negative impact on the environment, improving the structure of the economy, and creating institutional conditions for optimizing the use of natural resource potential. The Turkestan region has significant natural and labor resources, which creates the potential for unique competitive advantages compared to other regions of the Republic of Kazakhstan.

Key words: region, sustainable development, potential, industry, investment, economy

Туркестанская область располагает значительным производственно-экономическим потенциалом. Это один из самых трудоизбыточных регионов Казахстана. Регион богат месторождениями полезных ископаемых, таких как барит, уголь, железные и полиметаллические руды, бентонитовые глины, вермикулит, тальк, известняк, гранит, мрамор, гипс, кварцевые пески. По запасам урана область занимает первое место, фосфоритов и железных руд - третье место в Казахстане.

Область является крупным производителем и поставщиком хлопка, кожевенного сырья, растительного масла, фруктов, овощей, винограда, бахчевых, макаронных, табачных изделий, пивобезалкогольной продукции. В области производятся также свинец, цемент, нефтепродукты, экскаваторы, трансформаторы силовые, масляные выключатели, чулочно-носочные, швейные изделия, мебель.

Промышленность – одна из главных отраслей, определяющих характер и динамику социально-экономического развития региона. В общем объеме производства по республике на долю Туркестанской области приходится 100% производства хлопка-волокна, хлопчатобумажных тканей и трансформаторов, 53,7% минеральных газированных вод, 28,3% лекарственных препаратов, 36,4% бензина, 28,4% дизельного топлива, 24,8% мазута топочного, 27,1% цемента, а также 10,8% пива и 21,7% муки. В области действует более 898 активно работающих промышленных предприятий и производств. Крупные из них – ТОО «Петро Казахстан Ойл Продакс», АО «Химфарм», АО «Шымкентцемент», АО «Меланж», АО «Ютекс», ТОО «SOUTH TEXTILINE KZ», АО «Кентауский трансформаторный завод», ТОО «Алтын дан», ТОО «Алекс», ТОО «Састобе Технолоджис», ТОО «Феррум-Втор», АО «Шардаринская ГЭС» и другие.

Наблюдается ежегодный рост объемов производства промышленной продукции. Так, с 2018 года производство промышленной продукции увеличилось на 62,9% и составило в 2022 году 789 050 млн. тенге (табл. 1).

Таблица 1 - Производство промышленной продукции по видам экономической деятельности, млн. тенге

	2018	2019	2020	2021	2022
Промышленность всего	496 768	552 558	604 001	670 407	789 050
Горнодобывающая промышленность	140 238	146 025	149 422	193 505	216 924
Обрабатывающая промышленность	312 901	355 265	397 371	412 570	487 584
Производство продуктов питания	108 472	126 290	130 035	144 443	164 038
Производство напитков	16 633	18 660	23 870	15 947	24 695
Производство текстильных изделий	8 952	19 440	11 022	14 811	16 691
Производство одежды	3 207	4 131	4 367	6 517	5 360
Производство кожаной продукции	192	73	162	371	453
Производство бумаги	1 511	2 618	3 494	4 784	5 083
Печать и воспроизведение записанных материалов	768	1 915	781	1 642	862
Производство кокса и продуктов нефтепереработки	24 280	31 081	59 733	65 989	64 942
Производство продуктов химической промышленности	3 861	3 332	3 507	4 049	4 864
Производство фармацевтической продук.	14 802	15 111	15 497	16 979	17 688
Производство резиновых и пластмассовых изделий	8 469	7 545	8 452	10 768	13 156

Производство прочей минеральной продукции	27 715	39 730	43 667	48 066	58 198
Металлургическая промышленность	61 321	43 671	49 436	40 413	56 070
Производство готовых металлических изделий, кроме машин и оборудования	4 277	5 792	4 103	5 363	8 012
Машиностроение	25 546	32 322	35 738	28 753	43 335
Производство электрического оборудования	15 970	19 806	23 608	19 534	28 885
Электроснабжение, подача газа	37 620	42 366	48 728	52 910	67 946
Водоснабжение	6 009	8 902	8 481	11 423	16 596

По видам экономической деятельности наибольший объем производства промышленной продукции в 2022 году приходилось на обрабатывающую промышленность – 487 584 млн.тенге, горнодобывающую - 216 924 млн.тенге и производство продуктов питания - 164 038 млн. тенге

По объему производства промышленной продукции в 2022 году лидирующие позиции занимал г.Шымкент – 335762 млн.тенге, затем идет Сузакский район – 255018 млн.тенге, Сайрамский – 28955 млн. тенге. И Сарыагашский – 27873млн.тенге. Наименьшие объемы в Байдибекском районе - 2567 млн.тенге.

На увеличение показателей развития промышленности определяющее влияние оказало увеличение доли абсолютной величины инвестиций, направляемых на производственные объекты промышленности.

В 2022 году в малые предприятия было вложено 228279 млн.тенге инвестиции, в крупные – 113386 млн.тенге, в средние – 38905 млн.тенге.

На развитие промышленности из республиканского бюджета в 2022 году было выделено 36024 млн. тенге, из местного – 86468 млн.тенге, собственные средства составили 151154млн.тенге.

По отраслям промышленности наибольшее количество инвестиции в 2022 году было направлено на развитие транспорта и складирование – 85502млн.тенге, в обрабатывающую промышленность направлено 50765млн.тенге, в электроснабжение и подачу газа – 43273млн.тенге. Наименьшее количество инвестиций было направлено в информацию и связь - 2353млн.тенге, финансовую и страховую деятельности – 2995 млн.тенге, профессиональную, научную и техническую деятельности – 3445 млн.тенге.

В 2022 году в Туркестанской области функционировало 898 предприятий. С 2018 по 2022 годы их количество увеличилось на 24%. Крупными предприятиями в 2022 году произведено продукции на сумму 459132 млн.тенге, средними на 86892млн.тенге, малыми на 243026 млн.тенге. На этих предприятиях численность персонала основной деятельности составила в среднем 42,4 тыс. человек.

В рамках Государственной Программы индустриально-инновационного развития на 2020-2025 годы введены в эксплуатацию 164 проекта на сумму 228,5 млрд. тг., созданы 13,8 тыс. рабочих мест.

В 2021 году введены в эксплуатацию 27 проектов (44,6 млрд. тг., 2,6 тыс. р.м.). Так, на развитие инфраструктуры Индустриальной зоны «Оңтүстік» по государственной программе «Дорожная карта Бизнеса -2020» выделено всего 4,9 млрд. тенге и полностью освоено.

В Туркестанской области создана аграрно-индустриальная зона. В целях обеспечения каждого предпринимателя централизованной инфраструктурой будет направлено 2,9 млрд. тенге. Объем частных инвестиций - 13 млрд. тенге. Намечен объем - 25 тыс. тонн овощей в год, будет создано 800 рабочих мест.

Создаются индустриальные зоны так же в Шардаринском, Созакском, Сарыагашского, Казыгуртского, Тюлькубасского, Байдибекского и Мактааральского районов районах, в

которых планируется реализовать 43 проекта, что позволит открыть более 5тыс. новых рабочих мест. Общая площадь земельных участков, выделенных под индустриальные зоны в районах и городах, составляет – 835,5 га.

Открыта индустриальная зона в городе Туркестан. В 2021 году на развитие инфраструктуры индустриальных зон 7 районов области дополнительно выделено 1,6 млрд. тенге.

Успешно реализуется проект по созданию в Туркестанской области торгово-логистического центра, уже построен и сдан в эксплуатацию крупный склад, соответствующий международным стандартам. Создаются торгово-логистического центры в г.Туркестан и Махтаральском районе

Несмотря на то, что Туркестанская область имеет достаточный потенциал для развития промышленности, по данному показателю область значительно отстает от других регионов РК. Так, в 2022 году ВРП области составлял 2,8% структуре ВВП страны, тогда как в промышленно развитых регионах РК данный показатель значительно выше, так например, ВРП Атырауской области в 2022 году составлял 13,0%, Карагандинской – 8,1%, Мангыстауской – 5,4%, ВКО – 6,1%, г.Алматы -18,5% и в Нур-Султане – 10,3% (таблица 2.32).

Таблица 2. – Основные социально-экономические показатели Республики Казахстан за 2022 год в разрезе регионов

	Уд. вес ВРП в общем объеме ВВП, в %	Объем промышленного производства, млн. тенге	Инвестиции в основной капитал	Уровень активности в области инноваций, в %	Внутренние затраты на НИОКР, млн. тенге	Показатели деятельности субъектов МСП	
						Кол-во субъектов МСП, единиц	Выпуск продукции (товаров и услуг), млн. тенге
Республика Казахстан	100,0	29 380 342	12 576 793	11,3	82 333,1	1 241 328	32 386 960
1.Акмолинская	2,8	791 162	333 723	7,7	1 608,8	44 106	820 938
2.Актюбинская	4,9	1 856 761	598 864	10,6	1 060,6	54 430	960 216
3.Алматинская	4,8	1 009 815	647 330	9,3	1 521,3	115 630	1 589 167
4.Атырауская	13,0	7 888 134	4 328 236	9	5 134,6	46 756	3 177 603
5.ЗКО	4,7	2 392 109	586 265	5,3	1 045,3	40 062	1 628 569
6.Жамбылская	2,4	476 971	296 398	13,1	759,0	63 262	520 445
7.Карагандинская	8,1	2 620 992	811 433	13,5	4 543,6	84 032	1 436 327
8.Костанайская	3,5	1 206 983	288 737	12,8	687,7	51 093	1 202 082
9.Кызылординская	3,1	852 147	400 209	12,3	273,0	42 342	435 276
10.Мангыстауская	5,4	2 908 789	556 558	3,4	9 713,8	51 096	1 209 395
11.Павлодарская	4,2	1 988 958	494 620	9,1	1 258,2	43 820	898 494
12.СКО	2,1	263 576	234 490	9,5	241,3	28 969	647 121
13.Туркестанская	2,8	504 954	443 503	9,1	188,5	130 804	746 861
14.ВКО	6,1	2 153 903	621 913	14,9	7 082,3	87 678	1 262 375
15.г.Нур-Султан	10,3	884 345	919 107	14,8	1 7965,1	124 685	6 460 201
16.г.Алматы	18,5	1 001 188	820 449	12,2	28 095,4	174 509	8 333 733
17.г.Шымкент	3,3	579 555	194 958	7,3	1 154,5	58 054	1 058 157

В Туркестанской области наблюдается ежегодный рост промышленного производства, однако, как было выше отмечено, по сравнению с промышленно развитыми регионами страны данный показатель значительно ниже. Так, в 2022 году в области промышленными

предприятиями было выпущено продукции на сумму 504 954 млн. тенге. Тогда как в Атырауской области выпущено промышленной продукции на сумму 7 888 134 млн. тенге (в 15,6 раза больше чем в ТО), Мангыстауской - 2 908 789 млн. тенге (в 5,7 раза), в Карагандинской - 2 620 992 млн. тенге (в 5,2 раза), Западно-Казахстанской области - 2 392 109 млн. тенге (в 4,7 раза), ВКО - 2 153 903 млн. тенге (в 4,2 раза), Павлодарской - 1 988 958 млн. тенге (в 3,9 раза), в Актыубинской области на сумму 1 856 761 млн. тенге (в 3,6 раза).

По показателю «Инвестиции в основной капитал» Туркестанская область занимает 11 позицию по сравнению с другими регионами. В 2022 году инвестиции в основной капитал по области составляли 443 503 млн. тенге. Однако, необходимо отметить, что в ТО на развитие и модернизацию производства большая часть инвестиций финансировалось из местного бюджета - 389356 млн. тенге, из республиканского - 54147 млн. тенге. Экономике таких регионов как Акмолинская, Актыубинская, Атырауская, ЗКО, Карагандинская, Мангыстауская, Павлодарская, Жамбылская, ВКО, г.Нур-Султан в 2022 году больше были профинансированы из республиканского бюджета.

В 2022 году уровень инновационной активности предприятий ТО составлял 9,1%. По уровню затрат на НИОКР и уровню инновационной активности предприятий Туркестанской области можно судить о не высоком инновационном потенциале области среди промышленно развитых регионов.

Удельный вес зарегистрированных в области юридических лиц к общему их числу по стране составили 30,5%, а количество предприятий малого бизнеса на 1000 жителей составляет (по активным предприятиям) – 52,5 и является одним из высоких показателей среди регионов Казахстана. По количеству действующих субъектов МСП и численности в них занятых Туркестанская область занимает 1 место среди других регионов. Необходимо отметить, что в структуре субъектов МСП большая часть приходится на индивидуальное предпринимательство. Причиной такого соотношения (т.е. практически повсеместного преобладания индивидуального предпринимательства, включая крестьянские хозяйства, также относящиеся к категории индивидуального предпринимательства) являются то, что Туркестанская область, как было выше отмечено, специализируется на производстве сельскохозяйственной продукции. Согласно действующему законодательству, все крестьянские хозяйства подлежат регистрации в форме индивидуальных предпринимателей, чем и объясняется их высокая доля в общем количестве малых предприятий, действующих в Туркестанской области. Из-за преобладания индивидуального предпринимательства по показателю объема выпускаемой продукции МСП область занимает 13 место среди других регионов РК.

Переход экономики региона на качественно новый уровень возможен, обеспечивающие устойчивое его развитие, только на инновационной основе. Данный тезис подтверждается тем, что инновационный сценарий развития является стратегическим курсом казахстанской экономики, что закреплено в Государственной программе индустриально-инновационного развития Республики Казахстан на 2020 – 2025 годы, в рамках которой перед нашей страной поставлены серьезные задачи повышения темпов экономического роста, увеличения инновационной активности отечественных предприятий.

Таким образом, обеспечение устойчивого развития экономики региона означает, прежде всего, опережающее развитие, которое можно достичь за счет постоянного внедрения инноваций, наращивания и наиболее продуктивной реализации инновационного потенциала. Следовательно, инновационный потенциал является важнейшим элементом, определяющим будущее развитие не только отдельных регионов, но и всей страны в целом.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Государственная программа индустриально- инновационного развития Республики Казахстан на 2015-2019 годы, <https://business.gov>.
2. Программа развития Южно-Казахстанской области на 2016-2020 годы, Шымкент, 2016г.

3. Материалы Управления предпринимательства и индустриально-инновационного развития ТУРКЕСТАНСКАЯ ОБЛАСТЬ
4. Данные Управления статистики по ТУРКЕСТАНСКАЯ ОБЛАСТЬ, 2017г.

References:

1. State program of industrial-innovative development of the Republic of Kazakhstan for 2015-2019, <https://business.gov>.
2. Development program of the South-Kazakhstan region for 2016-2020, Shymkent, 2016.
3. Materials of the Department of Entrepreneurship and Industrial-Innovative Development of the South Kazakhstan Oblast
4. Data of the Department of Statistics for SKO, 2017.

Сведения об авторах

*Илашева Сауле Ашуровна - к.э.н., доцент, Южно-Казахстанский университет им.М.Ауезова, e-mail: S.Ilasheva@mail.ru

**Ергешева Асель – магистрант, Южно-Казахстанский университет им.М.Ауезова, e-mail: ErgeshevaAS@mail.ru

Авторлар туралы мәліметтер

* Илашева Сауле Ашуровна - к.э.н., доцент, М. Әуезова ат. Оңтүстік Қазақстан университеті, e-mail: S.Ilasheva@mail.ru

**Ергешева Асель – магистрант, М. Әуезова ат. Оңтүстік Қазақстан университеті, e-mail: ErgeshevaAS@mail.ru

Information about the authors

* Ilasheva Saule Ashurovna - Ph.D., Associate Professor, M.Auevov South Kazakhstan State University, e-mail: ivan12345@mail.ru

** Ergesheva Asel – master’s student, M.Auevov South Kazakhstan State University, e-mail: ErgeshevaAS @mail.ru

УДК: 332.142.4

ОЦЕНКА РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ТУРКЕСТАНСКОЙ ОБЛАСТИ

Илашева С.А.¹, Истлеуов Б. ²

^{1,2}Южно-Казахстанский университет им.М.Ауезова, Шымкент, Республика Казахстан

Аннотация. Реализация государственной программы индустриально-инновационного развития экономики предполагает, прежде всего, достижения устойчивого развития страны путем диверсификации отраслей экономики, способствующей отходу от сырьевой направленности и обеспечения высоких темпов роста отраслей обрабатывающей промышленности.

С целью дальнейшего развития научно-технического потенциала Туркестанской области необходимо создание инновационной системы, включающей в единый научно-производственный комплекс отраслевые институты, научно-производственные творческие группы, ведущие фундаментальные и прикладные исследования.

Ключевые слова: регион, индустриализация, инновации, промышленность, инвестиции, экономика

ТҮРКІСТАН ОБЛЫСЫНДАҒЫ ИННОВАЦИЯЛЫҚ ҚЫЗМЕТТІҢ ДАМУЫН БАҒАЛАУ

Илашева С.А.¹, Истлеуов Б. ²

^{1,2}М. Әуезова ат. Оңтүстік Қазақстан университеті, Шымкент, Қазақстан Республикасы

Аңдатпа. Экономиканы индустриялық-инновациялық дамытудың мемлекеттік бағдарламасын іске асыру, ең алдымен, экономика салаларын әртараптандыру, шикізаттық бағдардан бас тартуға жәрдемдесу және өңдеуші өнеркәсіп салаларында жоғары өсу қарқынын қамтамасыз ету арқылы елдің тұрақты дамуына қол жеткізуді көздейді. Түркістан облысының ғылыми-техникалық әлеуетін одан әрі дамыту үшін салалық институттарды, ғылыми-өндірістік шығармашылық топтарды, жетекші іргелі және қолданбалы зерттеулерді біртұтас ғылыми-өндірістік кешенге біріктіретін инновациялық жүйені құру қажет.

Түйінді сөздер: аймақ, индустрияландыру, инновация, өнеркәсіп, инвестиция, экономика

ASSESSMENT OF THE DEVELOPMENT OF INNOVATION ACTIVITY IN THE TURKESTAN REGION

Plasheva S.A.¹, Istlewove B. ²

^{1,2} M.Auezov South Kazakhstan State University, Shymkent, Kazakhstan

Summary. The implementation of the state program for industrial and innovative development of the economy assumes, first of all, achieving sustainable development of the country through diversification of economic sectors, promoting a shift away from the raw material orientation and ensuring high growth rates in manufacturing industries. In order to further develop the scientific and technical potential of the Turkestan region, it is necessary to create an innovation system that includes

industry institutes, scientific and production creative groups, leading fundamental and applied research into a single scientific and production complex.

Key words: region, industrialization, innovation, industry, investment, economy

В Программе индустриально-инновационного развития Казахстана на 2020-2025 годы ключевыми индикаторами инновационной деятельности регионов обозначено: «рост доли инновационно - активных предприятий до 20% - к 2025 г.» [1].

Инновационная активность в Туркестанской области постоянно растет. Так, 2018 году она составляла 3,4%, в 2019 году – 7%. В 2020 году – 5%, в 2021 году – 8,4%. Однако, из-за общих кризисных ситуаций инновационная активность снизилась до 7% (табл. 1). Тем не менее, количество инновационно - активных предприятий имеет тенденцию устойчивого роста, их количество за исследуемый период постоянно увеличилось и составило в 2022 году 143ед., или на 572% больше по сравнению с 2018 годом.

Таблица 1 - Инновационная активность предприятий

Показатели	2018	2019	2020	2021	2022
Количество респондентов, всего	727	733	881	2009	2025
Из них					
количество инновационно - активных предприятий	25	51	104	129	143
уровень активности в области инноваций, %	3,4	7,0	5,0	8,4	7,0

Количество организаций, выполнявших исследования и разработки по области, увеличились с 9ед. в 2018 году до 17ед. в 2022 году. Объем научно-технических работ за этот же период увеличилось более чем в два раза: с 460,2 млн.тенге до 1235,1 млн.тенге (табл. 2).

Таблица 2 - Число организаций, выполнявших исследования и разработки и объем научно-технических работ по области

Показатели	2018	2019	2020	2021	2022
Число организаций, выполнявших исследования и разработки, един.	9	9	9	15	17
Объем научно-технических работ, млн. тенге	460,2	450,7	933,5	1178,9	1235,1

Из таблицы 3 видно, что большую часть из внутренних затрат на исследования и разработки приходится на бюджетные средства - 86,7%. Собственные средства составляют 21,9%, средства институтов развития – 27,6%.

Таблица 3 - Внутренние затраты на исследования и разработки по источникам финансирования

млн. тенге

Показатели	Внутренние затраты на исследования и разработки, всего	в том числе						
		бюджетные средства	средства собственников	средства местных бюджетов	иностранные инвестиции	прочие средства (кроме иностранных инвестиций)	средства институтов развития	заемные средства
г Туркестан	107,2	48,5	48,6	-	10,1	-	-	-
Мактааральский	134,6	134,3	-	-	-	-	-	-
Отрарский	1,4	-	1,4	-	-	-	-	-
Сарыагашский	40,5	40,5	-	-	-	-	-	-
Тюлькубасский	0,5	-	0,5	-	-	-	-	-

Валовые затраты на научные исследования и разработки по Туркестанской области также увеличились почти вдвое (табл. 4). Первое место по количеству научных исследований и разработок занимает Мактааральский район – 134,6 млн.тенге, в г. Туркестан объемы затрат составили 107,2млн.тенге. Минимальные затраты наблюдаются в Тюлькубасском районе – 0,5 млн. тенге.

Таблица 4 - Валовые затраты на научные исследования и разработки

млн. тенге

Показатели	2018	2019	2020	2021	2022
Туркестанская область	109,6	147,4	206,5	255,1	287,2
г.а.Туркестан	33,9	46,3	97,8	114,1	107,2
Мактааральский	42,3	67,8	69,4	96,2	134,6
Отрарский	-	-	-	1	4
Сарыагашский	33,3	33,3	39,3	43,8	40,9
Тюлькубасский	-	-	-	-	0,5

Если рассматривать по годам то, внутренние затраты на исследования и разработки по источникам финансирования, увеличились с 2018 года по 2022 год с 109,6 млн. тенге до 287,2 млн. тенге.

В 2022 году в Туркестанской области было произведено продукции инновационного характера на сумму 45153,7 млн. тенге. Из них продукция вновь внедренная или подвергшаяся незначительным технологическим изменениям составила 21978,8 млн.тг. (97,3%) и продукция, подвергшаяся усовершенствованию – 609,8 млн. тг (2,7%). Капитальные и текущие затраты в 2022 году на технологические инновации составили - 11208,2 млн. тенге. При этом, затраты на приобретение машин и оборудования, связанных с технологическими инновациями составили 44,3%. Основная доля в инвестировании инновационных проектов приходится на: с привлечением кредитов и займов – 55,4%, собственные средства предприятий – 28,0%, республиканский бюджет – 11,2%, местный бюджет – 5,4%. Из общего объема произведенной инновационной продукции на экспорт отправлено 1180,0 млн. тг. (2,3%).

В 2022 году было получено 111 охранных документа, в том числе 19 предпатентов на изобретение, 40 патента на изобретение, 2 предпатента на промышленные образцы, 5 свидетельств на товарные знаки, 6 свидетельств на наименования мест происхождения товаров, 4 патента на селекционные достижения, 4 лицензий и 31 других.

В общем объеме научно-технических работ доля фундаментальных исследований составила 14,6%, прикладных – 58,2%, проектно-конструкторских работ – 18,6%, изготовление опытных образцов – 3,3% и научно-технических услуг – 3% [53].

В 2018 году насчитывалось 102 человек, занятого исследованиями и разработками, в 2022 году их количество увеличилось до 114 чел. Самое большое количество персонала, занятого исследованиями и разработками наблюдается в г. Туркестан – 58чел., Сарыагашском районе – 24чел. Наименьшее количество персонала, занятого исследованиями и разработками наблюдается в Тюлькубасском районе - 3чел (табл. 5).

Таблица 5 - Численность персонала, занятого исследованиями и разработками

Показатели	человек				
	2018	2019	2020	2021	2022
Туркестанская область	102	102	129	121	114
г.а.Туркестан	32	32	63	63	58
Мактааральский	40	40	42	34	18
Отрарский	-	-	-	-	11
Сарыагашский	30	30	24	24	24
Тюлькубасский	-	-	-	-	3

Ежегодно увеличивается количество ученых: в 2018 году число докторантов составляло 45, в 2022 году их количество увеличилось до 110. В 2022 году фактический выпуск составил 31 докторантов (табл. 6).

Таблица 6 - Численность докторантов, их прием и выпуск

	человек				
	2018	2019	2020	2021	2022
Принято в докторантуру	29	31	39	37	35
Число докторантов	45	74	99	106	110
Фактический выпуск	-	2	13	29	31

Несмотря на предпринимаемые меры в развитии инновационного потенциала региона имеются проблемы, основные из которых:

- отсутствие квалифицированных кадров, в совершенстве владеющих вопросами управления инновационными проектами, разбирающиеся в патентно-лицензионной деятельности, охране интеллектуальной собственности и прочим компонентам, необходимым для коммерческого использования инноваций;

- незавершенность большинства научных разработок технологий и продуктов с целью их выноса на рынок для востребованности потребителями. Это резко снижает ценность предлагаемых технологий (или продуктов) в глазах потенциальных партнеров;

- отсутствие современных механизмов внедрения технологических нововведений и выведения их на рынок. В рыночных условиях механизм освоения нововведений неразрывно связан с малым инновационным бизнесом, для которого характерен высокий риск, но и высокая отдача в случае успеха. В развитых экономиках существует особый сектор народного хозяйства, обеспечивающий необходимые условия (инфраструктуру) для развития малого инновационного предпринимательства;

- отсутствие развитых инфраструктурных элементов содействия инновационным проектам, таких как технологические парки и специализированные бизнес-инкубаторы, сеть фондов рискованного финансирования (венчурных фондов), специальные финансовые механизмы поддержки фирм на этапе их быстрого роста, сертифицированные оценщики фирм и интеллектуальной собственности и др.;

- отсутствие на внутреннем рынке платежеспособного спроса на передовые технологии и промышленные нововведения. Наука и научно-техническая деятельность относятся к сфере

услуг и эти услуги должны быть востребованы рынком. К сожалению, отечественный рынок научных услуг и наукоемкой продукции в настоящее время очень мал. Большинство предприятий не могут позволить себе «покупать» услуги науки.

В этой связи первоочередные меры поддержки развития инновационного предпринимательства в Туркестанской области должны проводиться по следующим направлениям:

1) долевое участие государства в реализации проектов по развитию отраслевой инновационной инфраструктуры;

2) создание и развитие свободных экономических зон, промышленно-производственных (на территории не более 10 кв.км.) и технико-внедренческих (на территории не более 1 кв. км);

3) развитие инструментов венчурного финансирования и фондового рынка в сфере высоких технологий;

4) создание системы государственных гарантий для инвестиционных проектов, направленных на совершенствование инновационной инфраструктуры и освоение новой наукоемкой продукции в промышленном производстве;

5) финансирование комплексных проектов, заканчивающихся фактической передачей инноваций в промышленное производство, и обеспечивающих формирование новых рынков и брендов отечественной наукоемкой продукции, с ни менее чем пятикратным увеличением объемов выпуска в отраслевом сегменте по отношению к запрашиваемым инвестициям. Подобные проекты, преимущественно должны предусматривать совместное участие в них инновационных компаний, промышленных предприятий, НИИ и ВУЗов, что обеспечивает формирование новых сетей взаимодействия в кластере и способствует рыночно ориентированной интеграции науки, образования и производства;

6) финансирование проектов, направленных на повышение информированной прозрачности, включая проекты направленные на создание единых корпоративных информационных порталов, обеспечивающих простую систему информационного взаимодействия между субъектами и способствующих установлению новых кооперационных связей;

7) создание системы информационной поддержки участия малых инновационных компаний в реализации государственных заказов и заказов крупных промышленных объединений и предприятий.

8) создание системы подготовки и переподготовки кадров в области инновационного предпринимательства, включающей в себя как вузовское, так и послевузовское обучение, в том числе и за рубежом, а также, кратковременные курсы, семинары, круглые столы для повышения квалификации уже действующих менеджеров с участием государства в финансировании таких программ.

Таким образом, в Туркестанской области создаются условия для развития инновационной деятельности. Развитие инновационной деятельности и дальнейший трансфер и коммерциализация научных результатов в промышленности региона осуществляется через активизацию деятельности Технопарка, сервисной организации, обеспечивающей предоставление необходимой поддержки для активизации инновационных процессов, образования и успешного развития наукоемких и высокотехнологичных компаний. Однако, несмотря на предпринимаемые меры, в Туркестанской области инновационная активность очень слабая.

Главной проблемой остается отсутствие действенных экономических механизмов, стимулирующих как инвестирование в инновационную сферу, в создание нововведений, так и их коммерциализацию.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

5. Государственная программа индустриально- инновационного развития Республики Казахстан на 2015-2019 годы, <https://business.gov>.

6. Программа развития Южно-Казахстанской области на 2016-2020 годы, Шымкент, 2016г.
7. Материалы Управления предпринимательства и индустриально-инновационного развития ТУРКЕСТАНСКАЯ ОБЛАСТЬ
8. Данные Управления статистики по ТУРКЕСТАНСКАЯ ОБЛАСТЬ, 2017г.

References:

- 1.State program of industrial-innovative development of the Republic of Kazakhstan for 2015-2019, <https://business.gov>.
2. Development program of the South-Kazakhstan region for 2016-2020, Shymkent, 2016.
3. Materials of the Department of Entrepreneurship and Industrial-Innovative Development of the South Kazakhstan Oblast
4. Data of the Department of Statistics for SKO, 2017.

Сведения об авторах

*Илашева Сауле Ашуровна - к.э.н., доцент, Южно-Казахстанский университет им.М.Ауезова, e-mail: S.Pasheva@mail.ru

** Истлеуов Берик – магистрант, Южно-Казахстанский университет им.М.Ауезова, e-mail: Istlewove@mail.ru

Авторлар туралы мәліметтер

* Илашева Сауле Ашуровна - к.э.н., доцент, М. Әуезова ат. Оңтүстік Қазақстан университеті, e-mail: S.Pasheva@mail.ru

** Истлеуов Берик – магистрант, М. Әуезова ат. Оңтүстік Қазақстан университеті, e-mail: Istlewove@mail.ru

Information about the authors

* Pasheva Saule Ashurovna - Ph.D., Associate Professor, M.Auezov South Kazakhstan State University, e-mail: ivan12345@mail.ru

**Istlewove Berwick – master’s student, M.Auezov South Kazakhstan State University, e-mail: Istlewove@mail.ru

ДЕЛЕГИРОВАНИЕ ПОЛНОМОЧИЙ ПО СИСТЕМЕ КАЙДЗЕН НА СОВРЕМЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Калиакпарова Г.Ш.¹, Гриднева Е.Е.²

^{1,2} Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация. Авторами предложена тема применения системы Кайдзен при делегировании полномочий. Она вызывает достаточно большое количество споров и дискуссий. Система Кайдзен строит новую модель управления, где рассматриваются стратегии теории управления, создаются новые системные и ситуационные подходы.

Нестабильная внешняя среда требует от современных организаций создания устойчивых к её воздействию систем управления. В статье показаны формы и методы управления, возможные подходы в организации бизнеса, инноваций и лидерства. Раскрываются стратегии развития организации, стиля поведения и мышления, поэтому главным является сохранения выживаемости и конкурентоспособности. Идея интересна стратегическими формами управления и сосредоточении на нуждах заказчика, а также важны сами процессы и управление персоналом.

Ключевые слова: Кайдзен, управление, персонал, предприятие, «бережное производство», 5S, Гемба.

ҚАЗІРГІ КӘСПОРЫНДАРДА КАЙДЗЕН ЖҮЙЕСІ БОЙЫНША ӨКІЛЕТТІЛІКТЕРДІ БЕРУ

Калиакпарова Г.Ш.¹, Гриднева Е.Е.²

^{1,2} Каспий Қоғамдық университеті, Almaty, Republic of Kazakhstan

Аннотация. Авторлар өкілеттіктерді беру кезінде Кайдзен жүйесін пайдалану тақырыбын ұсынды. Бұл көптеген пікірталас пен келіспеушіліктерді тудырады. Кайдзен жүйесі басқарудың жаңа моделін құрады, мұнда басқару теориясы стратегиялары қарастырылады және жаңа жүйелік және жағдайлық тәсілдер жасалады.

Тұрақсыз сыртқы орта заманауи ұйымдардан оның әсеріне төзімді басқару жүйелерін құруды талап етеді. Мақалада басқарудың нысандары мен әдістері, бизнесті, инновацияны және көшбасшылықты ұйымдастырудың мүмкін тәсілдері көрсетілген. Ұйымның даму стратегиялары, мінез-құлық стилі мен ойлауы ашып көрсетіледі, сондықтан ең бастысы - өмір сүру және бәсекеге қабілеттілікті сақтау. Идея басқарудың стратегиялық нысандарына және тапсырыс берушінің қажеттіліктеріне бағытталғандығына байланысты қызықты, сонымен қатар үдерістердің өзі және персоналды басқару да маңызды.

Негізгі сөздер: Кайдзен, менеджмент, персонал, кәсіпорын, үнемді өндіріс, 5S, Гемба.

DELEGATION OF POWER UNDER THE KAIZEN SYSTEM IN A MODERN ENTERPRISE

Kaliakparova G.Sh.¹, Gridneva Y.E.²

^{1,2} Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

Annotation. The authors proposed the topic of using the Kaizen system for delegating authority. It causes quite a lot of controversy and discussion. The Kaizen system builds a new

management model where management theory strategies are considered and new systemic and situational approaches are created.

An unstable external environment requires modern organizations to create management systems that are resistant to its impact. The article shows forms and methods of management, possible approaches for organizations of business, innovation and leadership. Strategies for the development of the organization, style of behavior and thinking are revealed as the main thing is to maintain survival and competitiveness. The idea is interesting due to its strategic forms of management and focus on the needs of the customer, and the processes themselves. It is important to note personnel management as well.

Key words: Kaizen, management, personnel, enterprise, lean manufacturing, 5S, Gemba.

Ситуация на рынке складывается так, что современный руководитель не успевает сам решать все возникающие проблемы, так как они, как правило разнообразны и требуют разного рода специальных знаний.

Отсюда руководитель берет часть проблем на себя, а остальные распределяет между своими сотрудниками. Таким образом, происходит делегирование полномочий, другими словами, перераспределение, когда руководитель может сконцентрировать свое внимание и рабочее время на решение наиболее важных управленческих задач.

Делегирование полномочий – это такой процесс, когда происходит передача части полномочий руководителя подчиненным для решения конкретных задач, при этом делегирующий передает исполнителям ответственность за выполненный результат, которая с него не снимается. Здесь важно сформировать правильное позитивное поведение в рамках идеологии «Кайдзен».

Делегирование по системе Кайдзен – это своего рода детально разработанный план, включающий в себя список действий руководителя с указанием времени, распределением обязанностей между подчиненными, описанием задач и времени обдумывания возможных вариантов и перспектив, а также выполнения.

Данная система позволяет повышать квалификацию многим сотрудникам, при выполнении делегированных полномочий, так как им приходится выполнять особые поручения, как лично, так и в команде, где важно выполнять все четко и своевременно.

Относительно небольшим количеством ученых изучены вопросы организации делегирования полномочий. К ним можно отнести труды Н.Р. Балынской, О.В.Евтихой, С.О Календжяна, З.В. Якобсона, ОФ. Санниковой и др. Эти вопросы в большей степени рассматриваются в работах по общей теории менеджмента.

Также вопросы организации делегирования полномочий показаны в практике корпоративных отношений в трудах Т.Ю. Костенковой, А.Н. Максимова, О.В. Гумилевской и др.; вопросы осуществления нотариальных действий раскрыты в трудах А.В. Бегичева; финансового обеспечения – Е.М. Андреева.

В области теории управления элементами делегирования посвящены труды таких ученых, как: М. Урбан, А.Н. Максимов, Т. Россол, Б. Трейси. В области менеджмента – М. Мескон, Ф. Хедоури, М. Альтерт. Кадровый менеджмент широко использует вопросы делегирования среди различных управленческих структур.

Свои работы, посвятили проблемам внедрения системы Кайдзен И. Масааки, Р. Маурер, А.Ю. Гринин, У.Левинсон, Ю. Такаэбэ, Р. Рерик и др. Тем не менее, хотя изучению этой темы, посвящено большое количество трудов этот вопрос предстоит еще изучать, делегирование полномочий на промышленном предприятии остается актуальной.

В Казахстане также изучаются вопросы разработки и внедрения делегирования на предприятии. Идеи и предложения представлены в трудах С.Г. Капарова, А.Байменова, А.З. Турисбека. Интересны труды, посвященные вопросам развития человеческого капитала и кадровой системы, таких ученых как К.С. Айнабека, А.А. Бейсембаева, Г.А. Джунусбековой, Д.С. Сейтимбетова, Ш.Б. Халиковой, Б.С. Халыка и другими.

Процессы делегирования полномочий часто сталкиваются с методологическими проблемами. Отсюда происходят ошибки, влияющие на развитие и функционирование бизнеса. К ним относятся: делегирование без точного указания цели, сроков и приоритетов; бывают случаи полной передачи ответственности и возможных рисков; отсутствие контроля и обратной связи; нетерпимость и чрезмерное стремление к совершенству; делегирование без учета способностей исполнителя.

Сейчас на рынке делегирование полномочий управления доминирует над ресурсами. Предприниматели ставят целью опередить конкурентов, получив таким образом быстрее прибыль. А для этого важно знать и считать ресурсы, необходим взаимосвязанные действия по управлению гарантированно верному делегированию полномочий для получения действенных результатов.

Отсюда, основными задачами менеджмента управления ставятся: развитие благонадежности сотрудников, взаимное доверие, отличная коммуникация, командная работа, разумность при выборе личного и коллективного, высокая социальная направленность.

Универсальных путей при внедрении делегирования полномочий в систему Кайдзен не существует, так как менеджеры, которые занимаются данными разработками в разные годы создавали свои направления. Тем не менее сейчас разрабатываются новые возможности применения принципов Кайдзен. Менеджеру необходимо найти подход к сотрудникам, принимающим решения, дать основные понятия значимости Кайдзен или 5S3R (рисунок 1).

Что такое 5S3R

- 5S это метод контроля необходимых предметов на рабочем месте, а не «уборка рабочего места»
- 3R дополняет понятие второй ступени, предлагая самый эффективный путь приведения в порядок



Рисунок 1 – Определение 5S3R

Примечание – [1].

Внедрение принципов 5S3R на промышленном предприятии призвано изменить мышление работников. Главным здесь является личный интерес управляющего, как мотивация для сотрудников. Если руководитель имеет видение и четкое представление о предстоящих изменениях, то его сотрудникам легче понять, что от них требуется. Поэтому, прежде всего, лидеру нужно определить основные моменты делегирования полномочий, сформировать и визуализировать предполагаемую программу действий.

Конечно, бывает так, что с первого взгляда она недостижима или достижима частично. Надо знать, что в ходе действий данная программа может пересматриваться. Для сотрудников важно понимать, что по ходу будут вноситься коррективы, для них это своего рода стимул,

потому что с достижением определенного уровня, работник будет переходить на следующий уровень, достигая таким образом определенного карьерного роста. Мы говорим о гембе. Гемба – означает рабочее место работника, связанное с выполнением услуги, производством товара, цех и т.д. [2, с. 68].

Проводя систематически беседы со своими сотрудниками, руководитель таким образом узнает своих сотрудников ближе, интересуется их проблемами, а также вопросами, связанными с обустройством рабочего места и т.д. Напоминает о безопасности, которая является неотъемлемой частью культуры Кайдзен [3], о ситуациях, которые могут привести к нежелательным последствиям, и которые работники могут сами предусмотреть.

Вся эта рассматриваемая система направлена на сплочение коллектива, где все друг другу доверяют и желают процветания своему коллективу, делая предложения по совершенствованию деятельности предприятия. Другими словами, система 5S3R призвана скреплять рабочий коллектив, делая его единой семьей.

Преимуществом такого коллектива является то, что здесь проводятся различные презентации, совместный анализ.

На наш взгляд, система 5S3R представляет собой фактором мотивации, который дает возможность сотрудникам внедрять 3S в Гембе. Все начинается с того, что работник сразу же избавляется от ненужных вещей, таким образом, приводит в порядок рабочее место. Внедрение 5S3R позволяет входить в процесс совершенствования в той или иной зоне производства. Как правило, на начальных этапах у работников возникает куча предложений по улучшению в области 5S3R. В этот момент нужно вводить 2S – это определенные стандарты и правила по поддержанию порядка, важно развить ответственность за соблюдение правил. Всё обсуждается заранее, т.к. это необходимо для дисциплины, мотивации и продуктивности работников.

Авторами предлагается внедрение в систему управления предприятием способы, основанные на 5S3R:

- создать из состава своих работников группу для внедрения Кайдзен, опираясь на их поддержку. Сначала важно научить эту группу освоить 5S, что это такое и как с этим S работать. Попытаться определить, на каком уровне развития находится предприятие [4, с. 23]. Важно составить перспективный план внедрения и реализации улучшений, при этом необходимо постоянно совершенствоваться самим и совершенствовать других. В задачи группы поддержки входит обучение других сотрудников предприятия;

- следующим этапом является диагностирование проблем, создавая цепочку ценностей в производственном процессе. Обычно для этого создается карта всего потока ценностей для каждого операционного процесса с целью избегания возможных потерь в процессе производства;

- затем идет планирование краткосрочных и среднесрочных целей предприятия. Важно, чтобы эти цели были достижимы, а для этого они должны быть конкретными, измеримыми и сопоставимыми. Поставленные цели должны мотивировать сотрудников, для чего они, в свою очередь, оптимизируются. Важен срок достижения результата, обычно это 1-3 года. При этом цели в зависимости от ситуации могут пересматриваться для эффективности происходящих процессов [5, с. 23];

- на этапе внедрения и реализации 5S3R происходит проверка правильности выработанной программы действий. Определяется каждым конкретным работником на сколько ему удобно работать, безопасность рабочего места и др. Авторами предлагается для соблюдения принципов 5S3R несколько раз в году проводить проверки. С целью вдохновения персонала на участие в 5S3R в производственном помещении желательно вывесить доски и постеры. Постоянно сообщать сотрудникам о новостях в области 5S3R. Координировать работу работников, изучая и реагируя на проблемы, которые они не могут решить самостоятельно. Должна быть постоянно обратная связь с коллективом;

- постоянно проводится организационно-методическая работа в виде разработки внутренних нормативных документов, правил выполнения работ, а также разрабатываются общетехнические требования в виде норм производственных процессов и т.д.;

- анализируя прошлые стандарты важно совершенствовать новые стандарты. Они, в свою очередь, служат хорошим подспорьем для новых сотрудников и являются усовершенствованным документом для действующих работников;

- важно постоянно наблюдать за изменениями и совершенствовать систему управления предприятием. Изучать возможные риски, а с ними и потери, предусматривать возможности быстрого устранения, не забывая о безопасности сотрудников;

- необходимо системно проводить оценку результатов, выполненных работ, а также изучать каково влияние происходящих изменений на другие основные процессы организации. Нужно научить сотрудников не только четко и быстро выполнять порученные им задания, а еще уметь анализировать эти процессы и совершенствовать их.

Процессы совершенствования возможны только при участии всех сотрудников предприятия, которые обучены уже по-новому.

Говоря о процессах усовершенствования деятельности предприятия в соответствии с концепцией Кайдзен, важно изменить систему оплаты труда. Необходимо дать понять сотрудникам, что заработная плата зависит от результатов производственного процесса. Чем выше ее результаты, тем выше и оплата [6, с. 312-315].

Анализ внедрения 5S3R показывает, что главным препятствием при ее внедрении является поведение сотрудников. На рисунке 2 мы видим, что процесс становления самодисциплины (пятая S) имеет длительный период. Пока нет четкого определения целей или созданы нестандартные условия работы, работники не проявляют интереса к возможным улучшениям и инновациям. Как правило, они отнекиваются, ссылаясь на то, что им это не нужно. Важно изменить это отношение к работе. Здесь подсказкой к действию станет модель ситуационного лидерства экспертов по менеджменту Пола Херси, Кена Бланшера и Д. Джонса [7]. Суть модели: учесть мотивацию и опыт работников. Нужно мотивировать, обучать и контролировать. На рисунке 2 показан пример построения процесса обучения и автоматизации средств контроля с целью снижения количества работы. Затраты на работников категории «Не хочу и не могу» минимальны для того, чтобы справиться, даже если процесса как такового нет.



Рисунок 2 – Мотивация сотрудников «Не хочу – не могу»

Примечание: [8].

Делегирование задач начинают с простого: люди, которым требуется минимум усилий, тем, у которых нет определенных навыков, но есть высокая мотивация. У данной группы сотрудников есть возможность введения человека в команду, обучения новичков необходимым навыкам работы в коллективе, ознакомление с проектом и процессами и другое. С этой целью для минимизации времени на решение задач требуется пошаговая инструкция и специальная документация (Рисунок 3).

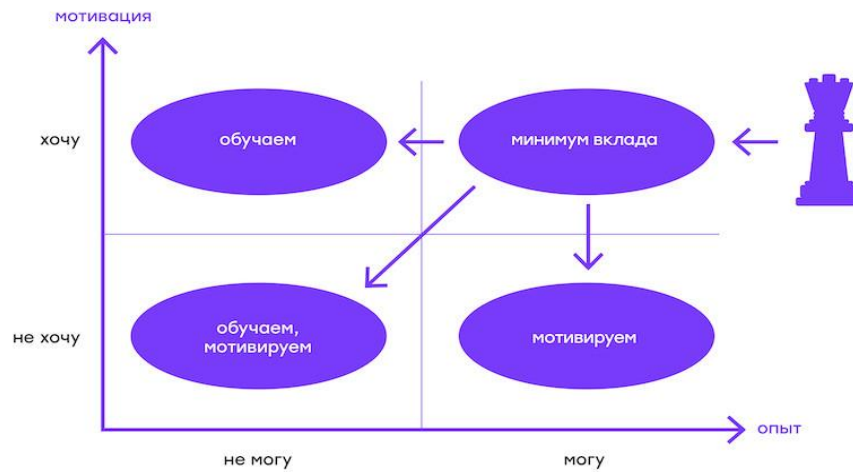


Рисунок 3 – Мотивация сотрудников и применение онборгинга
Примечание: [8].

Мотивировать сотрудников, у которых нет интереса и происходит «выгорание» можно привлечь в процесс обучения, это, как правило мотивирует таких делиться собственным опытом (рисунок 4).

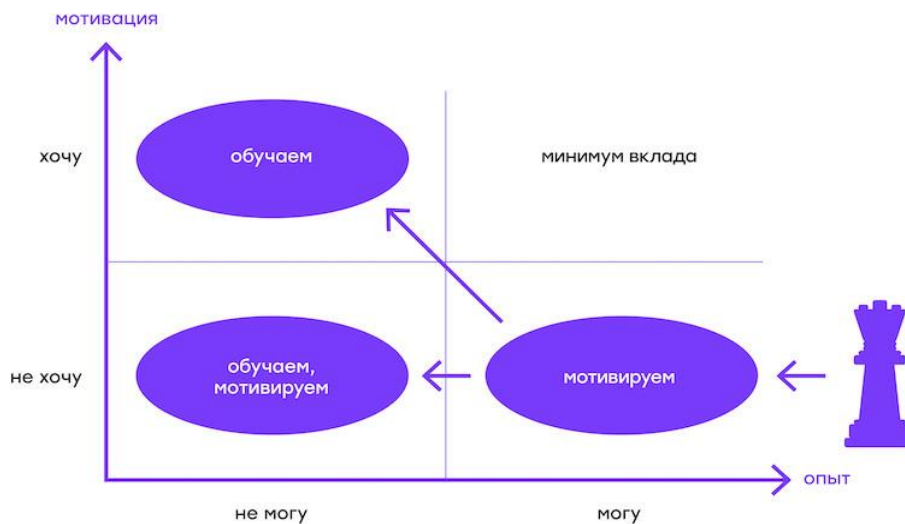


Рисунок 4 – Мотивация сотрудников группы «Выгорание»
Примечание: [8].

Мотивация усиливается у всех категорий сотрудников, вовлеченных в команду, где они чувствуют свою значимость для организации (рисунок 5).

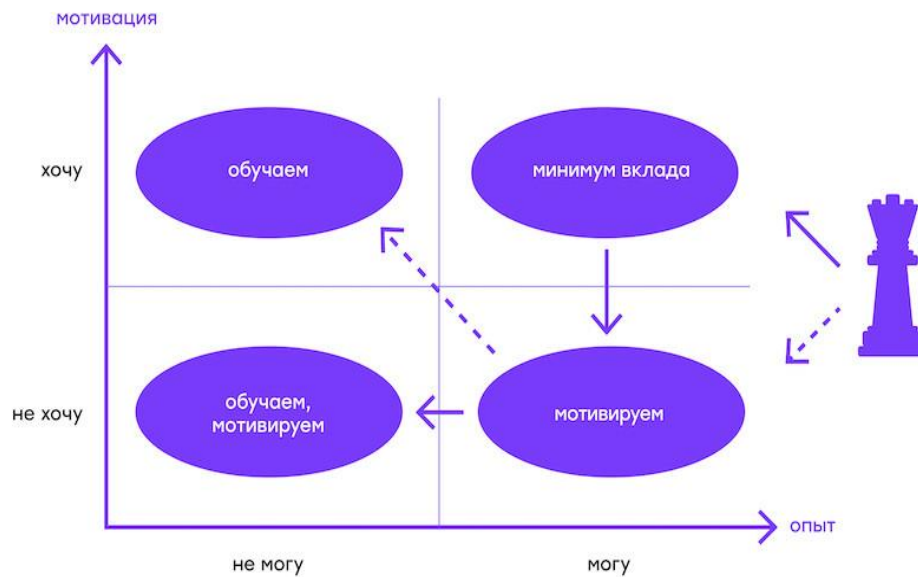


Рисунок 5 – Мотивация сотрудников категории из группы «Не хочу — могу» в группу «Хочу – могу»

Примечание: [8].

Такой опыт важен не только для выполнения ежедневной работы. Применяя Кайдзен, сотрудники начинают больше уважать как себя, так и других, ценят, оказываемую помощь, и сами стараются оказать поддержку. Как правило, из группы «Не могу и не хочу», активно переходят в группу «Хочу и могу».

В последующем процессы делегирования выполняются параллельно, когда подчиненные привлекаются к решению поставленных задач.

Объединив Кайдзен и инновации можно добиться кумулятивного эффекта. Внедрение Кайдзен постепенный процесс, требующий большого времени и терпения. При этом происходит значительный «прыжок» с внедрением инноваций. В отличие от компаний, применяющих только инновационный подход идвигающихся одними скачками, без закрепления положительных эффектов, рассматриваемые компании, применяющие Кайдзен, более устойчивы и стабильны на рынке.

Мы считаем, что Кайдзен необходимо выделить в отдельную дисциплину в колледжах и университетах. Закладывать в будущих специалистах ценности восточной модели ведения бизнеса и управления. Следует понимать, что Кайдзен это не только универсальная система управления процессами организации, но и философия, которая пригодится каждому человеку в повседневной жизни.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Матросова В. HR-Служба в стиле Кайдзен [Электронный ресурс]. - 2016. - URL: <https://logist.fm/publications/hr-sluzhba-v-stile-kaydzen> (дата обращения: 13.11.2023).

Масааки И. Гембакайдзен. Путь к снижению затрат и повышению качества (оригинальное название: GembaKaizen: A Commonsense, Low Cost Approach to Management). – М.: Альпина Паблицер, 2014. –345 с.

Масааки Имаи. Кайдзен: ключ к успеху японских компаний – М.: Альпина Паблицерз, 2011. - 273 с.

5S для рабочих: как улучшить свое рабочее место / Пер.с англ. Инги Попеско. – М.: Институт комплексных стратегических исследований, 2007. – 160 с. – ISBN 978-5-903148-41-7.

Гринин А.Ю. Управление заводом в стиле кайдзен: как снизить затраты и повысить прибыль [Текст] / А.Ю. Гринин – М.: Альпина Паблшер, 2012. –189 с. – ISBN 978-5-9614-1955-9.

Кокорева О. О., Сасиев В.М. Применение философии Кайдзен для современного управления компаниями // Молодой ученый. – 2016. – №26. – С. 312-315. – URL: <https://moluch.ru/archive/130/36195> (дата обращения: 09.02.2023).

Paul Hersey, Ken Blancher and D. Jones. Management of organizational behaviour [Электронный ресурс]. - 2017 - URL: <https://www.kenblanchardbooks.com/wp-content/uploads/2017/08/Management-of-Organizational-Behavior-Read-Sample0001.pdf>. (дата обращения: 07.03.2023).

Делегирование как инструмент [Электронный ресурс]. - 2019. - URL: <https://habr.com/ru/company/badoo/blog/458048/> (дата обращения: 08.03.2023).

Сведения об авторах

* Калиакпарова Гульнар Шаймардановна; PhD, доцент; профессор Высшей школы «Экономика и управление»; Каспийский общественный университет; e-mail: GK_2003@mail.ru.

** Гриднева Елена Евгеньевна; кандидат экономических наук, доцент; профессор Высшей школы «Экономика и управление»; Каспийский общественный университет; e-mail: elengred@mail.ru

Авторлар туралы мәліметтер

* Қалиақпарова Гүлнәр Шаймарданқызы; Ph.D, доцент; «Экономика және басқару» Жоғары мектебінің профессоры; Каспий қоғамдық университеті; e-mail: GK_2003@mail.ru;

** Гриднева Елена Евгеньевна; экономика ғылымдарының кандидаты, доцент; «Экономика және басқару» Жоғары мектебінің профессоры; Каспий қоғамдық университеті; e-mail: elengred@mail.ru;

Information about the authors

* Kaliakparova Gulnar Shaimardanovna; Ph.D, Associate Professor; Professor of the Higher School of Economics and Management; Caspian University; e-mail: GK_2003@mail.ru.

** Gridneva Yelena Evgenevna; Candidate of Economic Sciences, Associate Professor; Professor of the Higher School of Economics and Management; Caspian Public University; e-mail: elengred@mail.ru.

ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ БЛОКЧЕЙН ЖӘНЕ КРИПТО ИНДУСТРИЯНЫҢ ДАМУЫ

Каримова М.Д.¹, Дүйсебай М.М.², Төреханов Н.К.³

^{1,2,3} Абай атындағы Қазақ Ұлттық педагогикалық университеті,
Алматы қаласы, Қазақстан Республикасы

Андатпа. Бұл мақалада Қазақстанда блокчейн технологияларының және криптоиндустрияның дамуы талқыланады. Саланың қазіргі жағдайын талдап, негізгі жетістіктер мен нарық қатысушыларының алдында тұрған қиындықтарды көрсетеді. Сондай-ақ қазақстандық блокчейн секторын дамыту бағыттары, оның ішінде заңнамалық және нормативтік аспектілер, инновациялық жобалар мен блокчейн технологияларын экономиканың әртүрлі секторларына біріктіру перспективалары талқыланады. Криптоиндустрияны дамытудың әлеуетті перспективалары жаһандық трендтер мен сын-қатерлер контекстінде талданады.

Кілт сөздер: блокчейн, криптовалюта, стартап, цифрлық ақша, биткойн, криптоиндустрия

РАЗВИТИЕ БЛОКЧЕЙНА И КРИПТОИНДУСТРИИ В КАЗАХСТАНЕ

Каримова М.Д.¹, Дүйсебай М.М.², Төреханов Н.К.³

^{1,2,3} Казахский Национальный педагогический университет имени Абая,
г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация. В данной статье обсуждается развитие блокчейн-технологий и криптоиндустрии в Казахстане. Анализирует текущее состояние отрасли, показывает основные достижения и трудности, с которыми сталкиваются участники рынка. Также будут обсуждены направления развития казахстанского блокчейн-сектора, в том числе законодательные и нормативные аспекты, перспективы интеграции инновационных проектов и блокчейн-технологий в различные сектора экономики. Потенциальные перспективы развития криптоиндустрии анализируются в контексте глобальных тенденций и вызовов.

Ключевые слова: блокчейн, криптовалюта, стартап, цифровые деньги, биткойн, криптоиндустрия

BLOCKCHAIN AND CRYPTO INDUSTRY DEVELOPMENT IN KAZAKHSTAN

Karimova M. ¹, Duisebay M. ², Torekhanov N. ³

^{1,2,3} Abai Kazakh National Pedagogical University,
Almaty, Republic of Kazakhstan

Annotation. This article discusses the development of blockchain technologies and the crypto industry in Kazakhstan. Analyzes the current state of the industry and highlights the main achievements and challenges facing market participants. The directions of development of the Kazakhstan blockchain sector, including legislative and regulatory aspects, innovative projects and prospects for integrating blockchain technologies into various sectors of the economy, will also be discussed. The potential prospects for the development of the crypto industry are analyzed in the context of global trends and challenges.

Keywords: blockchain, cryptocurrency, startup, digital money, bitcoin, crypto industry

Қазір криптовалюталар онлайн төлемдер, инвестициялау және ең төменгі комиссиялармен айтарлықтай соманы аудару құралы ретінде кеңінен қолданылады. Дегенмен,

олар бағаның құбылмалылығы, заңсыз транзакциялар әлеуеті және қауіпсіздік мәселелері сияқты қиындықтарға тап болады. Осыған қарамастан, бірқатар елдер қазірдің өзінде криптовалюталарды реттеу және оларды экономиканың әртүрлі салаларында пайдалану шараларын қабылдауға кірісті. Сонымен бірге блокчейн технологияларының дамуы қаржылық операциялар жүйесін, тізілімдерді және басқа да көптеген салаларды жетілдіруге жаңа мүмкіндіктер ашады [1].

Бүгінде технологияның тез дамып жатқаны сонша, кейде кейбір елдердің заңнамасы олардың қарқынды дамуы мен танымалдығының өсуіне ілеспейді. Қазақстанда криптовалюта және блокчейн тақырыбы қаржы және технология саласында өзекті бола түсуде. Жақында Қазақстан өзінің қаржы жүйесінде, оның ішінде блокчейн мен цифрлық валюталарды қолдануда реформалар жүргізілетінін жариялады.

Қазақстан да криптовалюта мен блокчейнді реттеуді белсенді түрде талқылауда. Үкімет инновацияларды ынталандыру мен қаржы жүйесінің қауіпсіздігі мен тұрақтылығын қамтамасыз ету арасындағы тепе-теңдікті сақтауға ұмтылуда.

Қазақстанда блокчейн кеңістігінде елеулі өзгерістер орын алуда. Мысалы, блокчейн технологиялары мемлекеттік басқару, қаржы және сауда салаларында белсенді түрде енгізіле бастады.

Бұл өзгерістер басқару процестерін жақсарту, бухгалтерлік есеп пен маркетинг операцияларын жеңілдету және қауіпсіздікті арттыру арқылы жаңа бизнес мүмкіндіктерін ашады.

Осылайша, Қазақстан криптовалюта мен блокчейнді белсенді түрде зерттеп, енгізуде, бұл ел экономикасы мен технология секторын дамыту үшін жаңа мүмкіндіктерге әкелуі мүмкін.

Қазақстан өзінің инновацияларға деген ұмтылысымен блокчейнді қолданудың түрлі салаларын белсенді зерттеп жатыр. Негізгі бағыттардың бірі мемлекеттік құрылымдардағы транспаренттілікті жақсарту болып табылады. Есепке алу және басқару жүйелеріне блокчейн технологияларын енгізу ашықтықты қамтамасыз ете отырып, сыбайлас жемқорлық деңгейін айтарлықтай төмендетуі мүмкін.

Криптовалюталар инвестициялар мен жобаларды қаржыландыру құралы ретінде де назар аударады. Қазақстан криптовалюталық стартаптарды дамыту үшін қолайлы орта құруға, оларға қаржы ресурстарына оңай қол жеткізуге және инновациялық жобаларды дамытуға жәрдемдесуге ұмтылады. Криптовалюта мен блокчейн саласында құқықтық реттеуді қамтамасыз ету де маңызды аспект болып табылады. Қазақстан инвесторлар мен кәсіпкерлерді қорғап қана қоймай, елімізде осы технологиялардың дамуын ынталандыратын заңнамалық базаны құру бойынша жұмыс жүргізуде. Өзінің географиялық жағдайы мен ресурстық әлеуетін ескере отырып, Қазақстан бизнес үшін қолайлы жағдайларды ғана емес, сонымен қатар блокчейн мен криптовалюталарды пайдалану үшін жаһандық стандарттарды қалыптастыруға белсенді қатыса отырып, әлемдік криптоиндустрияның негізгі ойыншысы бола алады.

Бұл мақаланың мақсаты Қазақстандағы блокчейн технологиясы мен криптографиялық индустрияның қазіргі жағдайын зерттеу және талдау, сондай-ақ оларды одан әрі дамытудың перспективалық бағыттарын анықтау болып табылады.

Қазақстан криптовалюталарға қатысты салыстырмалы түрде адал көзқарасты көрсетіп отырғанын атап өткен жөн. 2020 жылы "цифрлық қаржы активтері туралы" Заң қабылданды, ол цифрлық активтермен қызмет етудің құқықтық негізін бекітті. Бұл қадам елдегі криптовалюта саласына деген қызығушылықтың артуына ықпал етті. Жоғарыда айтылғандарды ескере отырып, Қазақстандағы блокчейн индустриясы мен криптовалюта нарығын одан әрі дамыту үшін бірнеше перспективалық бағыттарды бөлуге болады. Атап айтқанда, қаржы жүйесін цифрландыру, мемлекеттік басқаруға блокчейн-технологияларды енгізу, сондай-ақ блокчейн және криптовалюта саласындағы стартап-қоғамдастықты дамыту осы саланы одан әрі дамытудың негізгі факторлары болуы мүмкін.

Алайда, барлық жағымды сәттерде бағаның құбылмалылығы, нарықтағы мүмкін манипуляциялар және қауіпсіздік мәселелері сияқты криптовалюталар мен блокчейн технологияларының тәуекелдік аспектілеріне назар аудару қажет. Мемлекет пен бизнес-

қоғамдастық барлық қатысушылардың мүдделерін тұрақтылық пен қорғауды қамтамасыз ету үшін осы саланы реттеуді мұқият ойластыруы қажет. Осылайша, Қазақстандағы блокчейн индустриясы мен криптовалюта нарығының дамуы ел экономикасы мен қоғамына елеулі әсер етуі мүмкін маңызды үрдісті білдіреді. Дұрыс стратегиялар мен реттеу болған жағдайда, бұл сала Қазақстан үшін болашақта инновациялар мен экономикалық өсудің негізгі драйвері бола алады.

Блокчейн-технологиялар және криптовалюта саласындағы мамандарды даярлауға және білім беруге Инвестициялар Қазақстанда осы саланың әлеуетін кеңейтуге ықпал етуі мүмкін. Бағдарламалау, криптография, қаржылық аналитика және блокчейн индустриясына қатысты басқа дағдыларды үйрету жаңа технологияларды дамытуға және пайдалануға тиімді қатыса алатын кадрларды дайындай алады.

Сондай-ақ блокчейн индустриясының дамуына ықпал ету үшін мемлекеттік органдар, академиялық мекемелер және жеке сектор арасында серіктестік орнату маңызды. Бұл осы саладағы инновациялар, зерттеулер және кәсіпкерлік белсенділік үшін қолайлы жағдайлар жасауға мүмкіндік береді.

Қазіргі әлемдік экономикаға тән белгілердің бірі адамды интернационалдандыру болып табылады. Бұл, атап айтқанда, көрсетілген бір елдің азаматы болу, басқа елде тұру мүмкіндігі, бизнесті жүргізу немесе үшінші елде жұмыс істеу. Басқаша айтқанда, адам енді жоқ мемлекеттің ұлттық шекараларымен шектелген және онымен байланысты емес белгілі бір ел және қолайлы ортаны таңдай алады тұру және жұмыс. Қазіргі экономикалық қатынастардың тағы бір ерекшелігі трансұлттық компаниялардың (ТҰК) және ірі жеке компаниялардың рөлін күшейту жүріп жатыр.

Экономикалық күштің арқасында мұндай құрылымдар әсер етеді жалпы мемлекеттер экономикасының жекелеген салаларының жұмыс істеуі. Жеке компаниялар адамдардың мінез-құлық үлгілерін, соның ішінде олардың талғамы мен соңғысының азаматтығына қарамастан әдеттер (Apple, Reebok, MacDonald ' s және т. б.). Сонымен қатар, ТҰК қазірдің өзінде мемлекетті ауыстырады білім, мәдениет және денсаулық сақтау сияқты дәстүрлі салалар, қауіпсіздікті қамтамасыз ету. Мұның қисынды жалғасы мемлекет пен жеке компаниялар арасындағы рөлдерді қайта бөлу компаниялар өздерінің экожүйелері мен платформаларына айналды сақтау және беру үшін балама ақша (ұпайлар, бонустық миль және т. б.) ұлттық және халықаралық құндылықтардың орнына немесе оған қосымша валюталар [2]. Жоғарыда аталған алғышарттарды ескере отырып, пайдалану криптовалюталар мен блокчейн технологиясы мүмкіндіктерге жауаптардың біріне айналды жаһандық экономиканың дамуындағы қиындықтар, соның ішінде. жетілмегендігімен байланысты мемлекеттік және нарықтық реттеу: криптовалюта цифрлық экономиканың өнімі болып табылады; сурптосуртенсу құру кезінде, алгоритмдер негізделген объективті математикалық заңдар туралы; криптовалюталардың айналымын бақылауды жүйенің өзі жүзеге асырады, бұл оны үшінші тұлғалардың әрекеттеріне төзімді етеді; криптовалюталар транзакциялық шығындарды азайтуға мүмкіндік береді; криптовалюта - бұл жылы жасалған халықаралық өнім мүдделері мен елді мекендердің барлық қатысушыларына қызмет көрсету. Бұл құбылыс қазіргі трек үшін қаншалықты маңызды болады? әлемдік экономиканың дамуы? Бұл сұрақтың жауабы олардың қолынан келетініне байланысты криптовалюталарға қатысты практикалық тиімділікті дәлелдейді ме заңды ақша, сондай-ақ алтын.

1-кесте-Дәстүрлі ақша мен алтынмен салыстырғанда криптовалюталар

	Криптовалюталар (мысал ретінде Bitcoin пайдалану)	Электрондық ақша (электрондық нысаны қолма-қол ақша)	Қолма-қол ақша ақша	Алтын
1	2	3	4	5
Классификация	(елге байланысты) Мән Өнім Тауар айырбастау Меншік Материалдық емес актив Заңды төлем білдіреді	Заңды төлем білдіреді	Заңды төлем білдіреді	Тауар
Пішін жүзеге асыру	Сандық жазба	Сандық жазба	Қағаз/пластикалық банкнот	Металл
Ұтқырлық	Өте жоғары	Жоғары	Жоғары	Төмен
Төзімділік	Өте жоғары	Өте жоғары	Шектеулі	Шектеулі
Делимость	Өте жоғары	Өте жоғары	Шектеулі	Шектеулі
Қолдану мүмкіндігі есептеулер	Қазіргі уақытта шектеулі	Өте жоғары	Өте жоғары	Пайдаланылмайды
Мүмкіндік төлемді қайтарып алу	Мүмкін емес	Мүмкін	Мүмкін	Есептеулерде пайдаланылмайды
Төлем жүйесі	Бұл ретте төлем бірлігі де, төлем жүйесі де. Орталықтандырылмаған, ашық. Орталықтандырылған болуы мүмкін. Жүйе қатысушыларына жатады	Visa, MasterCard, MIR және т.б. Орталықтандырылған , жабық. Қаржы институттарының меншігінде	Visa, MasterCard, MIR және т.б. Орталықтандырылған, жабық. Қаржы институттарының меншігінде	Есептеулерде пайдаланылмайды
Транзакция жылдамдығы	Қазіргі уақытта биткоин жүйесінде 10 минут немесе одан да көп, бірақ дәстүрлі төлем жүйелерінен жылдамырақ шешімдер пайда болуда.	Секундтардың бір бөлігінен 5 банк күніне дейін	Бірнеше секундтан бірнеше күнге дейін	Өте төмен
Транзакция комиссиясы	Орнатылған жүйеге қатысушы дербес (комиссия неғұрлым жоғары болса, операция соғұрлым жылдамырақ)	Төлем жүйелері мен банктер орнатады	Төлем арқылы орнатылады жүйелер және банктер	Жоғары, орнатуға болады банктер/биржалар Және
Анонимділік	Жоғары Тараптар ешкімге белгісіз. Транзакциялар жалпыға ортақ барлығы	Шектеулі Тараптар мен мәмілелер реттеуші мен қаржы институттарына белгілі	Жоғары Тараптар мен мәмілелер реттеуші мен қаржы институттарына белгілі болуы мүмкін	Шектеулі Тараптар мен мәмілелер реттеуші мен қаржы институттарына белгілі
Айналымның реттелуі	Реттеудің бастапқы деңгейі: жекелеген елдер	Жоғары деңгей реттеу	Реттеудің өте жоғары деңгейі	Реттеудің жоғары деңгейі: лицензиялау

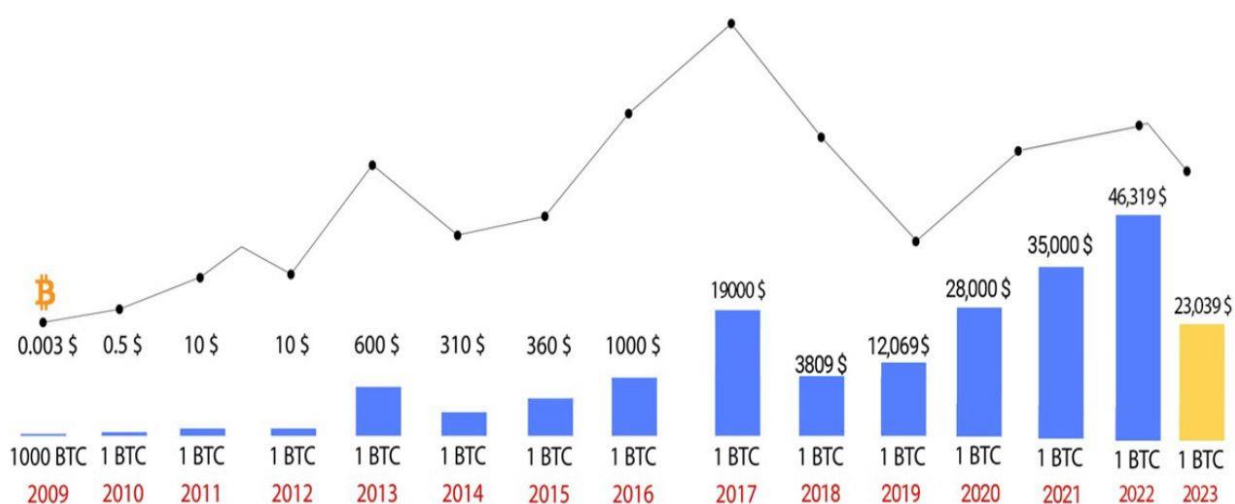
1-ші кестенің жалғасы				
1	2	3	4	5
Салық салу	Мәміле түріне байланысты жекелеген елдерде бар (дамыған елдердің көпшілігінде)	Жоқ	Жоқ	ҚҚС, металл вексельдерді қоспағанда
Құнды сақтау мүмкіндігі	Қазіргі уақытта шектеулі құбылмалылық	Несіелік циклдерге байланысты шектеулі	Несіелік циклдерге байланысты шектеулі	Жоғары
Қауіпсіздік	Сеніммен қамтамасыз етілген жүйеге қатысушылар	Мемлекеттің өз міндеттемелерін орындау мүмкіндігіне сенімділікті қамтамасыз етеді	Қауіпсіз сену мемлекеттің өз міндеттемелерін орындау мүмкіндігі	Физикалық қатысу
Эмитент	Төлем жүйесінің қатысушысы, яғни. компьютері бар кез келген адам	Орталық/ұлттық банктер, коммерциялық банктер	Орталық/ұлттық банктер	Тау-кен/өңдеу кәсіпорындары
Эмиссия әдісі	есептеу әдісі (белгілі нәтиже және белгісіз айнымалылары бар математикалық формула, белгіленген эмиссия жылдамдығын сақтай отырып, жүйеге қосылған есептеу қуатының шамасына байланысты шешімнің күрделілігін өзгерту (биткоин жағдайында – 10 минут сайын бір рет)	Сандық жазу	Мөр	Өңдеу
Шығарылу шегі	Биткоин жағдайда, ол шектеулі, өйткені алдын ала орнатылған параметр.	Шектелмеген	Шектелмеген	Ограничен физическими запасами золота на Земле/Космосе (в случае космической геологии)
Жасандылыққа қарсы тұру	Криптография және блокчейнмен шектелген	Криптографиямен шектелген	Баспаның технологиялық күрделілігімен шектелген	Металлдың физикалық қасиеттерімен шектелген
Ұрлыққа қарсы тұру	Жоғары – төлем бірлігі үшін Орташа – тиісті инфрақұрылым үшін (эмияндар, биржалар және т.б.)	Орта – тиісті инфрақұрылым үшін (жеке шот, несие/дебеттік карта)	Орташа: физикалық иелену	Айналым шектеулі болғандықтан жоғары
Ескерту: [2] әдебиет көзін пайдалана отырып, автормен құрастырылған				

Кестеге сәйкес, цифрлық ақша талаптарға сәйкес келеді, ақшаға қойылатын талаптар, сонымен қатар кейбір функцияларды орындай алады ақша және алтын. Белгілі бір критерийлерге сәйкес, криптовалюта одан да көп қолданған жөн.

Бұл криптовалюталарды, блокчейн технологияларын және соған байланысты қаржы құралдарын құру, пайдалану және инвестициялаумен байланысты сала. Жаһандық цифрландыру және интернет-технологиялардың дамуы жағдайында криптоиндустрия жаһандық экономикада барған сайын маңызды бола түсуде және Қазақстан бұл үдерістен тыс қалмайды.

- 
300 мыңдаған қазақстандықтар криптовалютаға иелік етеді
- 
1 крипто банкоматы Bitcoin және Ethereum сататын
- 
8 лицензияланған крипто биржалары
- 
4 ірі өнеркәсіптік деректер орталықтары
- 
200 млрд теңгені инвесторлар тау-кен инфрақұрылымы мен жабдықтарына салған
- 
98% Қазақстандық кеншілер биткоин өндірумен айналысады
- 
2,3 млрд теңге 2022 жылдың қаңтар-қыркүйек айларында бюджетке салық түрінде аударылды

1 сурет – зерттеулер негізінде автормен құрастырылған



2 сурет – Биткоин бағасының өзгеру динамикасы

Ескерту: сурет [4] ақпарат көзінің негізінде құрылған

2008 жылы биткойннің құны \$0,002 болды, себебі сол жылы bitcoin.org домені тек тіркелді және мақалалар криптография мамандарына жіберілді. Биткойннің жалпы ұсынысының нарықтық бағасы 1 миллиард долларға жақындаған кезде, кейбір сарапшылар биткойн бағасын көпіршік деп атады.

Қазақстанда блокчейн мен криптоиндустрияны дамыту елдің экономикалық дамуы үшін маңызды бағыт болып табылады. Қаржы, логистика, мемлекеттік басқару және т.б. сияқты түрлі салаларға блокчейн-технологияларды енгізу бизнес-процестердің тиімділігі мен ашықтығын арттыруға, инвестициялық ахуалды жақсартуға және цифрлық экономиканы дамыту үшін жаңа мүмкіндіктер жасауға ықпал етеді.

Алайда, ықтимал артықшылықтармен бірге криптоиндустрияның дамуына байланысты кейбір қиындықтар мен тәуекелдер бар. Тиісті заңнама мен реттеуді әзірлеу және енгізу, инвесторлардың мүдделерін қорғау, қаржылық қылмыстардың алдын алу және киберқауіпсіздікті қамтамасыз ету қажеттілігі мемлекет тарапынан назар аударуды талап ететін маңызды аспектілер болып табылады.

Тұтастай алғанда, Қазақстанда блокчейн мен криптоиндустрияны дамыту мемлекет, бизнес-қоғамдастық және тұтастай қоғам тарапынан кешенді тәсіл мен келісілген күш-жігерді талап ететін перспективалы бағыт болып табылады. Экономиканың бәсекеге қабілеттілігін арттыру, жаңа жұмыс орындарын құру және елдің тұрақты дамуын қамтамасыз ету үшін осы технологиялардың әлеуетін пайдалану маңызды [4].

Сондай-ақ, блокчейн индустриясын табысты дамыту үшін басқа елдердің озық тәжірибелерін мұқият зерделеу, үздік тәжірибелерді бейімдеу және өзінің бәсекеге қабілетті криптовалюта және блокчейн нарығын қалыптастыру қажет екенін атап өткен жөн.

Сонымен қатар, криптовалюта және блокчейн-технологиялар саласында білім беруді дамыту маңызды аспект болып табылады, бұл кадр резервін құруға және осы салада жұмыс істеуге дайын еңбек нарығында мамандарды қамтамасыз етуге мүмкіндік береді.

Ақырында, мемлекеттік органдарды, бизнес-қоғамдастықты және жұртшылықты криптоиндустрияны дамыту туралы диалогқа белсенді тарту осы секторды дамыту үшін қолайлы жағдайлар жасауға және оның қызметіне байланысты тәуекелдерді азайтуға көмектеседі.

Осылайша, Қазақстанда блокчейн және криптоиндустрияны дамыту барлық мүдделі тараптардың күш-жігерін теңгерімді тәсіл мен үйлестіруді талап ететін перспективалы бағыт болып табылады. Дұрыс реттеу, кадрлар даярлау, инфрақұрылымды әзірлеу және халықаралық бастамаларға қатысу Қазақстанның өңірдегі криптоиндустрия саласындағы көшбасшылардың біріне айналуына ықпал етуі мүмкін.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Джулиан Хосп. О криптовалюте просто. Биткойн, эфириум, блокчейн, децентрализация, майнинг, ICO & Co ,Санкт-Петербург, 2018г.
2. Майкл Кейси, Пол Винья. Эпоха криптовалют.
3. Биткойн график курсов за всю историю с 2008 по 2023. <https://bytwork.com/articles/btc-chart-history>
4. Развитие криптоиндустрии в Казахстане: прошлое, настоящее и будущее. https://forbes.kz/economy/exchange/razvitie_kriptoindustrii_v_kazahstane_proshloe_nastoyaschee_i_budushee

Авторлар туралы мәліметтер

*Каримова Мадина Даутовна- PhD, аға оқытушы, Абай атындағы Қазақ Ұлттық педагогикалық университеті, Сорбонна – Қазақстан институты, e-mail: madi-79@mail.ru

**Дүйсебай Мерей Мақсатқызы- «Қаржы» мамандығының 4-курс студенті, Абай атындағы Қазақ Ұлттық педагогикалық университеті, Сорбонна – Қазақстан институты, e-mail: mduisebay@mail.ru

***Төреханов Нұрсұлтан Кенжебекұлы - «Қаржы» мамандығының 4-курс студенті, Абай атындағы Қазақ Ұлттық педагогикалық университеті, Сорбонна – Қазақстан институты, e-mail: Torehanov.nuha@mail.ru

Сведения об авторах

* Каримова Мадина Даутовна - PhD, старший преподаватель, Казахский Национальный педагогический университет им. Абая, Институт Сорбонна-Казахстан, e-mail: madi-79@mail.ru

** Дүйсебай Мерей Мақсатқызы - студентка 4 курса специальности "Финансы", Казахский Национальный педагогический университет им. Абая, Институт Сорбонна-Казахстан, e-mail: mduisebay@mail.ru

*** Төреханов Нұрсұлтан Кенжебекұлы - студент 4 курса специальности "Финансы", Казахский Национальный педагогический университет им. Абая, Сорбонна - Казахстанский институт, e-mail: Torehanov.nuha@mail.ru

Information about the authors

* Karimova Madina Dautovna - PhD, Senior lecturer, Abai Kazakh National Pedagogical University, Institut Sorbonne -Kazakhstan, e-mail: madi-79@mail.ru

** Duisebai Merey Maksatkyzy - 4th year student of the specialty "Finance", Abai Kazakh National Pedagogical University, Institut Sorbonne -Kazakhstan, e-mail: mduisebay@mail.ru

*** Torekhanov Nursultan Kenzhebekuly - 4th year student of the specialty "Finance", Abai Kazakh National Pedagogical University, Institut Sorbonne-Kazakhstan, e-mail: Torehanov.nuha@mail.ru

**ҚАЗАҚСТАН АЙМАҚТАРЫНЫҢ ӘЛЕУМЕТТІК-ЭКОНОМИКАЛЫҚ ДАМУ
ҮРДІСТЕРІ**

Каримова М.Д.¹, Маратқызы Ж.²

^{1,2}Абай атындағы Қазақ Ұлттық педагогикалық университеті,
Алматы қаласы, Қазақстан Республикасы

Андатпа. Қазақстанның аймақтарының даму ерекшеліктері, жекелеген аймақтардағы өндірістің, ресурстардың алғашқы деңгейінің әртүрлі болуы, нарықтық экономикадағы әртүрлі реформалар Қазақстанның аймақтарының тең емес жағдайда дамуына әкеліп соқтырды. Аймақтық экономика «ұлттық экономика» макрожүйесінің ішкі жүйесі болып табылады. Ал ұлттық экономика болса әлемдік экономиканың ішкі жүйесі болып табылады. Қазақстанның аймақтық саясатының басты міндеттерінің бірі болып аймақтың нарықтық экономика жағдайында бәсекеге қабілеттілігін арттыру, оның өндірістік және ресурстық потенциалын толығымен қолдану арқылы аймақ халқын жұмыспен қамтамасыз ету және өмір сүру деңгейін арттыру болып табылады. Қазіргі таңдағы Қазақстан аймақтарының әлеуметтік-экономикалық дамуы өткен жылдарға қарағанда едәуір жоғарылаған. Ал бұл дегеніміз, жекелеген аймақтардың дамуы халықтың өмір сүру сапасының жоғарылауы, жұмыспен қамтудың артуы, ел экономикасының өсуін білдіреді.

Түйін сөздер: аймақ, аймақтық экономика, аймақтық даму, аймақтық саясат, әлеуметтік-экономикалық көрсеткіштер.

**ТЕНДЕНЦИИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ
КАЗАХСТАНА**

Каримова М.Д.¹, Маратқызы Ж.²

^{1,2} Казахский Национальный педагогический университет имени Абая,
г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация. Особенности развития регионов Казахстана, Различный начальный уровень производства, ресурсов в отдельных регионах, различные реформы в рыночной экономике привели к неравному развитию регионов Казахстана. Региональная экономика является подсистемой макросистемы "национальная экономика". А национальная экономика-это подсистема мировой экономики. Одной из главных задач региональной политики Казахстана является повышение конкурентоспособности региона в условиях рыночной экономики, обеспечение занятости и повышение уровня жизни населения региона путем полного использования его производственного и ресурсного потенциала. Социально-экономическое развитие регионов Казахстана в настоящее время значительно увеличилось по сравнению с предыдущими годами. А это значит, что развитие отдельных регионов означает повышение качества жизни населения, рост занятости, рост экономики страны.

Ключевые слова: регион, региональная экономика, региональное развитие, региональная политика, социально-экономические показатели.

TRENDS IN SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF KAZAKHSTAN'S REGIONS

Karimova M.D.¹, Maratkyzy Zh.²

^{1,2} Abai Kazakh National Pedagogical University, Almaty, Republic of Kazakhstan

Summary. The peculiarities of the development of the regions of Kazakhstan, the different initial level of production, resources in individual regions, various reforms in the market economy have led to unequal development of the regions of Kazakhstan. The regional economy is a subsystem of the macro system "national economy". And the national economy is a subsystem of the world economy. One of the main objectives of Kazakhstan's regional policy is to increase the competitiveness of the region in a market economy, provide employment and improve the standard of living of the population of the region through the full use of its production and resource potential. The socio-economic development of the regions of Kazakhstan has now increased significantly compared to previous years. This means that the development of individual regions means an increase in the quality of life of the population, employment growth, and the growth of the country's economy.

Keywords: region, regional economy, regional development, regional policy, socio-economic indicators.

Тәуелсіздікті алу мен нарықтық экономикаға өту ел аймақтарының дамуын өзгертті. Экономикалық әдебиетте аймақ деп елдің халқы және өндірістік және әлеуметтік инфрақұрылым негізінде ішкі байланыстары дамыған аумақтық басқару органы бар бөлігін атайды.

Экономикалық қатынастардың нарықтық заңдылықтары аймақтардың табиғи, минералдық-шикізаттық, отын-энергетикалық ресурстарымен, олардың әлеуетті қормен қамтамасыз етілуін, өнеркәсіптік, ауылшаруашылық өндірісінің даму деңгейін, өнеркәсіптік және ақпараттық инфрақұрылымын, аймақтардың мамандануын есепке алу қажеттігін талап етеді. Мұның барлығы мемлекеттік билік органдарының экономикалық және әлеуметтік қатынастарды реттеуін қажет етеді. Бұл істегі мемлекеттік саясаттың басты мәселесі жергілікті нақты жағдайларды және аймақтық нарықтар әлеуетін барынша жоғары деңгейде пайдалану негізінде аймақтардың экономикалық дамуын көтермелеу болып табылады. Тиімді ұлттық нарықсыз дамыған аймақтық нарық, ал дамыған аймақтарсыз дамыған ел бола алмайды [1].

Қазақстан өңірлерінің әлеуметтік-экономикалық даму деңгейлеріндегі айырмашылықтар объективті болып табылады, олар әлемнің кез келген еліне тән. Алайда, нарыққа көшу кезінде бұл айырмашылықтар экономиканың аумақтық ұйымындағы терең диспропорцияларға, сондай-ақ қалыптасқан экономикалық байланыстардың үзілуіне байланысты одан әрі күшейе түсті. Өңірлердің жекелеген топтарының бастапқы мүмкіндіктері мен оған дайындық дәрежесін ескере отырып, нарыққа көшу процесін басқару тетігінің жетілмегендігі тұтастай алғанда республика экономикасын реформалауды айтарлықтай баяулатты.

Қазақстан табиғи-экономикалық байлығы жағынан әртүрлі аймақтық айырмашылықтары бар мемлекет болып табылады. Бұл айырмашылықтар мемлекеттің экономикалық даму деңгейінде, инфрақұрылымында және инвестициялық мүмкіндіктерінде айқын көрініс тапты.

Қазақстанның аймақтық дамуының ерекшеліктері, жекелеген аймақтардағы өндірістің, ресурстардың бастапқы деңгейінің әртүрлілігі, нарықтық экономикадағы әртүрлі реформалар Қазақстанның аймақтарының тең емес жағдайда дамуына әкеліп соқты.

Өңірлік саясатты іске асырудың экономикалық механизмі аймақтардың ерекшеліктерін, олар шешетін стратегиялық және тактикалық міндеттердің сипатын ескере отырып, икемді, сараланған болуы қажет. Бұл тікелей және жанама әдістер мен механизмдерді пайдалана отырып, оның әртүрлі аспектілеріне мемлекеттік ықпал етуді қамтиды.

Өнеркәсіптің базалық салаларының өнімдерін қайта өңдеуге маманданған минералдық ресурстардың стратегиялық маңызды түрлері бар өңірлер үшін, сондай-ақ әскери-өнеркәсіптік кешен кәсіпорындары дамыған ғылыми және өндірістік әлеуеті жоғары өңірлер үшін мемлекеттік реттеу әдістері бірінші кезекте айырбасталатын салаларда экспортқа бағытталған өнімдер мен халық тұтынатын тауарларды шығаруды ұлғайту мақсатында кәсіпорындарды техникалық қайта жаратқандыруды қоса алғанда, облыс экономикасын құрылымдық қайта құру үшін жағдай жасауға және ынталандыруға бағытталған.

Жалпы Қазақстанның аймақтық саясатының басты міндеті аймақтың нарықтық экономика жағдайында бәсекеге қабілеттілігін арттыру, оның өндірістік және ресурстық потенциалын толығымен қолдану арқылы аймақ халқын жұмыспен қамтамасыз ету және өмір сүру деңгейін арттыру болып табылады.

Әдеби шолу. Аймақтық экономика мәселелері соңғы уақытта ғалымдар арасында зерттелген ең өзекті мәселелердің бірі. «Аймақтың экономикалық және әлеуметтік даму аспектілерін зерттеу Ресейде XIX ғасырда, ал Қазақстанда XX ғасырдың аяғында ғылыми негізде дами бастады. Батыста аймақтық экономика «аймақтық ғылым» деп анықталады. Экономист ғалым Н.Н.Некрасовтың анықтамасында «аймақ» дегеніміз — біртекті табиғат шарттарын және өндірістік қатынастардың маңыздылығына бағытталған бір елдің ірі территориясы». Аймақтық экономика тек қана экономикалық мәселелерді ғана емес, әлеуметтік, өндірістік, демографиялық және экологиялық мәселелерді де қамтуы тиіс.

«Аймақтық экономикаға теориялық — әдістемелік зерттеулер жасаған ғалымдар Альфред Вебер, Аугуст Леш, Вильгелм Кристаллер, Иоганн Тюнен, Энтони Куклинский, орыс ғалымдары Н.Барановский, Н.Комосовский және тағы да басқа АҚШ, Германия, Франция ғалымдары үлес қосқан» [2, 182]

Жалпы Қазақстанның аймақтық экономика мәселелерін Текенов У.А., Кондырбаева С.К., Агабекова, Г.Н., Доскеева Г.З, Корабаева Н.Б, Нурланова Н.К., Асылбаев К. секілді отандық ғалымдар да зерттеген. Аймақтың өзінің жалпы әлемдік экономикадағы рөлі де соңғы кезде маңызды тақырыптардың бірі (1 сурет) [3].



1 сурет - Дүниежүзілік экономикалық жүйеде аймақтың алатын орны

Тақырыптың өзектілігі аймақтардың әлеуметтік-экономикалық дамуы ерекшеліктерін ескере, мемлекеттік реттеуді тиімді жүргізу жолдарын іздестіру, аймақтық экономиканы басқару ерекшеліктерін анықтау.

Аймақтық дамуын мемлекеттік реттеудің негізгі мақсаты- аймақтардың тұрақты экономикалық өсуін, мүмкіндіктер жасау негізінде бүкіл республика экономикасының өркендеуіне жол ашу болып табылады. Көздеген мақсатқа жету- мемлекеттік және аймақтық мүдделердің бірлігін, олардың ұштастырылуын көздейді.

«Аймақтар экономикасын мемлекеттік реттеу – аймақтардың әлеуметтік-экономикалық дамуын, мемлекеттік және нарықтық реттеу бойынша сәйкес механизмдерді қалыптастыру мен шаралардың тұтас кешенін қабылдауды талап ететін шешілуі күрделі мәселелердің бірі болып табылады. Аймақтарды дамыту және де мәселелерді шешу үшін келесідей факторларды атап өткен жөн. Олар келесідей:

- табиғи ресурстарды дұрыс пайдалану;
- аймақтардың әлеуметтік-экономикасын жақсарту;
- аймақтарды инновациялық технологиялармен жабдықтау;
- аймақтардағы экологиялық мәселелерге жіті назар аудару;

Аймақтық саясатты жасақтаудың мәні аймақты басқару функцияларын бөлу қағидаларын, сонымен қатар нақты экономикалық механизмдерді жасақтау болып табылады».



2 сурет- Аймақ мемлекеттік басқару объектісі ретінде [4]

Мұнымен қатар аймақтық жүйенің маңызды ерекшеліктері бар екенін атап өту керек. Біріншіден, аймақтық жүйе әлеуметтік экономикалық жүйе болғандықтан, бұл жүйенің параметрлері тек экономикалық емес, сонымен қатар әлеуметтік көрсеткіштер болып табылады. Көп жағдайда бұл жүйенің әлеуметтік көрсеткіштері экономикалық көрсеткіштерден маңыздырақ болып келеді. Ал экономикалық көрсеткіштердің дамуы жүйенің әлеуметтік мақсаттарына жетуіне негіз болып табылады. Жалпы аймақтық жүйелерді дамыту ең алдымен халықтың өмір сүру деңгейі мен сапасын арттыруға бағытталуы керек.

Аймақтық жүйенің дамуының маңызды екінші ерекшелігі - оның көрсеткіштерінің дамуының оң динамикасының тұрақтылығы.

Аймақтық жүйенің үшінші ерекшелігі - дамудың пропорционалдығы мен тепе-теңдігі. Бұл оның параметрлерін мұқият тексеріп, аймақтың репродуктивті әлеуетінің белгіленген және экономикалық негізделген жаңа пропорцияларын сақтау керек дегенді білдіреді.

ҚР аймақтарының мәселелері, экономикалық көрсеткіштері, экономиканың әлеуеті мен дамуына байланысты келесідей ұсыныстар ұсынуға болады:

Астана және Алматы қалаларының дамыту бағдарламалары айқын белгіленген. Елбасының қаулысымен Астана қаласында өңдеуші өнеркәсіпті, инфрақұрылымды, ғылыми, мәдени, т.б, орталықтарын интенсивті дамытудың мемлекеттік бағдарламасы бекітілген. Ал, Алматы қаласында ҚР Үкіметі аймақтық қаржы орталығын құру концепциясы мен жоспарын бекітті. Сонымен қатар, бұл құжат аймақтық жұмсақ климаты мен әсем табиғатын ескере отырып, осы жерде туризм мен демалыс орындарына мықты инфрақұрылымын құруды қарастырады. Осының есебінен шағын және орта бизнесті кеңінен дамытуы, өңдеуші өнеркәсіптің көптеген кәсіпорындарын әртараптандыру және жаңартылуы қажет.

Атырау және Маңғыстау облыстарында әртараптандыруды жүзеге асыру мұнай өңдеуші, мұнай-химия кәсіпорындарын құрумен, ауылшаруашылығында кәсіпкерлікті дамыту мен ауылшаруашылық өнімдерін өңдейтін шағын және орта кәсіпорындарды құрумен, сонымен қатар, көлік және байланыс инфрақұрылымдарын дамытумен байланысты. Шығыс Қазақстан, Қарағанды, Павлодар облыстарында негізгі міндеті өңдеуші салалардағы өнеркәсіпті әртараптандыру. Бұл кәсіпорындар негізінен ғылымды көп қажет ететін, бәсекеге қабілетті түпкі өнімдерді шығаруға тиіс. Сонымен қатар, бұл өнімдерді өндіру басқа аймақтарда жүзеге асырылуы керек. Бұдан басқа, экологияны да қорғауға да көңіл бөлінуі керек.

Ақтөбе, Жамбыл, Қостанай және Оңтүстік Қазақстан облыстарында ауыл шаруашылығына қызмет көрсетумен айналысатын кәсіпорындарды дамыту және бірқатар ірі кәсіпорындардың әлеуетін пайдалану бойынша шаралар жүзеге асырылуы керек.

Батыс Қазақстан және Солтүстік Қазақстан облыстарын дамытудағы негізгі стратегиялық мақсат – бірінші кезекте әскери машина жасау кәсіпорындарын модернизациялау мен жаңарту.

Алматы, Қызылорда және Ақмола облыстарында негізінен ауылшаруашылық өнімдерін өңдейтін шағын және орта кәсіпорындарды дамытуға көңіл бөлінуі керек. Бұл аймақтарда өмір сүру деңгейі ең төмен болғандықтан, бұл жерлерде өнеркәсіп орындарын құрудың жеке жобаларын дайындап, іске асыру қажет [5]

Аймақтық дамуды мемлекеттік реттеу экономиканың жалпы жағдайына, құрылымдық, инвестициялық, сыртқы экономикалық саясаттың негізгі бағытын таңдауға тікелей байланысты болады, сондықтан міндеттердің орындалуын мемлекеттік және жергілікті деңгейдегі биліктің барлық тармақтары жүргізуі тиіс. Аймақтардың дамуын мемлекеттік реттеудің механизмдері мен тетіктерін анықтағанда аймақтар арасындағы табиғи-климаттық, элеуметтік-экономикалық айырмашылықтарды ескеру керек. Мемлекеттің жергілікті өзін-өзі реттеуге және әр аймақтың қайта жаңғыру үдерісіне ықпал ету дәрежесі аймақтардың даму деңгейіне байланысты болады.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Е.Б Жатқанбаев ЭКОНОМИКАНЫ МЕМЛЕКЕТТІК РЕТТЕУ. Оқулық. – Алматы, 2014. - <http://dot.kostacademy.kz/bible/files/221217071.pdf>
2. Агабекова, Г. Н. Қазақстанның аймақтарын тұрақты дамуын қамтамасыз ету мәселелері. // «ТҰРАН» УНИВЕРСИТЕТІНІҢ ХАБАРШЫСЫ. Ғылыми журнал. – 2017ж. - [https://tou.edu.kz/images/november2018/V4\(72\)2016.pdf](https://tou.edu.kz/images/november2018/V4(72)2016.pdf)
3. Корабаева Н. Б., Рысханова А. А. ӘОЖ 330. ҰЛТТЫҚ ЭКОНОМИКА ЖАҒДАЙЫНДА АЙМАҚТАРДЫҢ БӘСЕКЕГЕ ҚАБІЛЕТТІЛІК МӘСЕЛЕЛЕРІ. // Ғылыми журнал І. Жансүгіров атындағы Жетісу мемлекеттік университетінің. – 2018 - https://www.researchgate.net/publication/353194281_Identification_of_trends_in_socio-economic_development_of_the_regions_of_Kazakhstan
4. Аймақтық экономиканы басқару мәселелері: оқу құралы/Г.С. Смағұлова Алматы: Экономика,-2011 -<https://aes.kz/upload/iblock/8c0/8c016329840fa18a80d3e077f1e19284.pdf>
5. Текенов У.А. О ФОРМИРОВАНИИ КОНЦЕПЦИИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ КАЗАХСТАНА // ҚазЭУ хабаршысы»– «Вестник КазЭУ. – 2017.

Авторлар туралы мәліметтер

* Каримова М.Д – PhD, аға оқытушы, Абай атындағы Қазақ Ұлттық педагогикалық университеті, e-mail: madi-79@mail.ru

** Маратқызы Ж – Мемлекеттік және жергілікті басқару мамандығы, 4 курс, Абай атындағы Қазақ Ұлттық педагогикалық университеті, e-mail: maratqyzy_003@mail.ru

Сведения об авторах

*Каримова М.Д. – PhD, старший преподаватель, Казахский Национальный педагогический университет имени Абая, e-mail: madi-79@mail.ru

** Маратқызы Жанерке - Государственное и местное управление, 4 курс, Казахский Национальный педагогический университет имени Абая, e-mail: maratqyzy_003@mail.ru

Information about the authors

*Karimova M.D – PhD, Senior Lecturer, The National Pedagogical University named after Abai, e-mail: madi-79@mail.ru

** Maratkyzy Zhanerke - The National Pedagogical University named after Abai,
e-mail: maratqyzy_003@mail.ru

УДК 339.187

МӘДЕНИ ҚЫЗМЕТТЕР НАРЫҒЫНДА БРЕНДИНГТІК СТРАТЕГИЯНЫ ҚАЛЫПТАСТЫРУ МӘСЕЛЕЛЕРІ

Кинашева Жадыра Болатовна-э.ғ.к., доцент.
Құрманғазы атындағы Қазақ ұлттық консерватория, Алматы қ.,
Қазақстан Республикасы

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ БРЕНДИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ НА РЫНКЕ КУЛЬТУРНЫХ УСЛУГ

Кинашева Жадыра Болатовна-к. э. н., доцент.
Казахская национальная консерватория им. Курмангазы, г. Алматы,
Республика Казахстан

THE PROBLEMS OF FORMING A BRANDING STRATEGY IN THE MARKET OF CULTURAL SERVICES

Kinasheva Zhadyra Bolatovna-Candidate of Economics, Associate Professor.
Kazakh National Conservatory named after Kurmangazy, Almaty,
Republic of Kazakhstan

Аңдатпа. Мақалада брендті қалыптастыру және қазақстандық арт-нарықта шығармашылық өнімді ілгерілету кезінде оның танымалдылығын арттырудың экономикалық негізделген құралдарын таңдау мәселелері қарастырылады. Жұмыста тұтынушы мен бренд арасындағы қарым-қатынасты қалыптастыруға және нығайтуға әсер ететін тауарлардың әртүрлі санаттарын ілгерілетуде брендті дамыту стратегиясын анықтауға әрекет жасалды.

Түйін сөздер: бренд, брендті дамыту, мәдениет, мәдени қызметтер, стратегия, PR-коммуникация, имидж.

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы формирования бренда и выбора экономически обоснованных инструментов повышения его популярности при продвижении творческой продукции на казахстанском арт-рынке. В работе предпринята попытка определить стратегию развития бренда в продвижении различных категорий товара, влияющие на формирование и укрепление отношений между потребителем и брендом.

Ключевые слова: бренд, разработка бренда, культура, культурные услуги, стратегия, PR-коммуникация, имидж.

Annotation. The article discusses the issues of brand formation and the choice of economically sound tools to increase its popularity in the promotion of creative products in the Kazakh art market. The paper attempts to determine the brand development strategy in the promotion of various categories of goods that affect the formation and strengthening of relations between the consumer and the brand.

Keywords: brand, brand development, culture, cultural services, strategy, PR communication, image.

Елдегі мәдениет саласындағы бренд құбылысын зерттеудің өзектілігі өткен ғасырмен салыстырғанда түбегейлі жаңа экономикалық жағдайға байланысты болды, ал бұл, өз кезегінде мәдениет қайраткерлерінен өз қызметіне инновациялық технологияларды белсенді енгізуді талап ететіні анық.

Брендті басқару - бұл әлеуметтік-мәдени саланы құрудың өзіндік шығармашылығы мен қаржылық тұрақтылығын біріктіруге көмектесетін осындай инновациялардың бірі. Яғни, бренд-менеджмент - мәдениет мекемелеріне әлемдік мәдени құндылықтар нарығында қатаң экономикалық және шығармашылық бәсекелестік жағдайында креативтілік пен қызмет ерекшелігін сақтауға көмектесетін әлеуметтік технологиялардың бірі. Брендте айтарлықтай символдық мазмұн бар екені белгілі болды [1].

Табысты брендинг өнімді жылжытуға айтарлықтай көмектесе алады, сәтсіз брендинг шығынға ұшырайды; кем дегенде, нарықтағы тауардың өмірін едәуір қиындатады. Брендінгі пайдалану компанияға үш үлкен артықшылық береді: Біріншіден, бренд жаңа бәсекелестерге табиғи кедергілер жасайды. Екіншіден, брендтің болуы компанияға жаңа өнімдерді нарыққа шығаруды жеңілдетеді және жаңа нарықтық тауашаларды алуға мүмкіндік береді. Үшіншіден, бренд нарыққа қауіп төнген жағдайда компанияға қосымша уақыт береді. Бір кездері құрылған бренд қиын кезеңдерді жеңуге көмектеседі-фирма өзінің нарықтағы үлесін қымбат жарнамалық науқандарсыз және бағаның үлкен құлдырауынсыз қорғай алады. Өз тауарлары мен қызметтерінің брендингін сәтті насихаттай отырып, компания оларды сатып алушылардың көз алдында бәсекелестерінен алшақтатады. Егер бренд тек бір рет жасалған болса, онда бәсекелестерге шабуыл жасау тауардың кейбір сипаттамаларына немесе баға саясатына қарағанда әлдеқайда қиын болады. Бренд - бұл нарықта өнімді жылжытуға және өнім туралы түсінік қалыптастыруға, компанияның имиджін қалыптастыруға және тұтынушылардың назарын аударуға, өнімнің құпиялылығын көрсетуге мүмкіндік беретін компанияның немесе өнімнің атрибуттары. Брендті анықтауда бірқатар позициялар бар екендігі анықталды. Мысалы, С. И. Антошкин «бренд» ұғымын анықтауда бірқатар негізгі шектеулерді, соның ішінде объектіге қатысты шектеулерді және әртүрлі ғылымдар тұрғысынан қарастыруға байланысты құндылықты құруға қатысты шектеулерді анықтайды [2].

Әлеуметтік-экономикалық, функционалды, рационалды немесе эмоционалды сипаттамалары бойынша танымал күшті бренд нарықтық ортада ғана емес, сонымен қатар фирманың қоғамдық қабылдауын қамтамасыз етеді. Кәсіпорын деңгейінде брендті дамыту, оның дамуын басқару бойынша мұндай мақсатты қызмет брендинг (Брендинг) немесе бренд құрылысы (бренд салу) деп аталады. Ұйымдарда функционалды түрде бренд брендті дамыту стратегияларын құра отырып, брендтің аудиторияға әсерін бағалауды жүргізетін бренд сәйкестігінің тиімділігін арттыру құралдарын таңдайтын бренд менеджерлері айналысады [3].

Брендинг Қазақстан нарығында жоспарлы экономиканы бәсекелестік қағидаттар ауыстырған кезде, яғни талап етілетін мерзімде жарнамалық, маркетингтік қызметтер бағыттарының саласы ретінде пайда болды. Кез-келген адамның басқа мемлекет туралы пікірі оның халықаралық аренадағы әрекеттері негізінде қалыптасады. Кез-келген саланың дамуы сияқты, брендингті PEST талдауы (саясат, экономика, қоғам, технология) арқылы қарастыруға болады. Әрбір мемлекеттің өзіндік құндылықтар жиынтығы, ұлттық мүдделері, географиялық орналасу ерекшеліктері, әлеуметтік және саяси процестері, этикалық және мәдени ерекшеліктері, әдет-ғұрыптар мен дәстүрлердің ерекшеліктері, жеке тұлғалардың мәдени ерекшеліктері болды. Қазақстанда нарықтар қарқынды дамып келеді, жаңа тауарлар пайда болады, сондықтан бренд портфелін басқару нарықтағы өзгерістерді ескере отырып жүзеге асырылуы тиіс. Сондықтан компаниялардың негізгі міндеттерінің бірі-жаңа тенденцияларды қадағалау және соған сәйкес икемді брендинг стратегиясын жасау.

Қазіргі уақытта мәдени компанияның бәсекеге қабілеттілігін арттыру мүмкіндіктерінің бірі қалыптасқан мықты бренд болып табылады, бұл өз кезегінде оны дамыту және нығайту бойынша тұрақты жұмысты талап етеді. Мәдени ұйымдардың отандық брендтерін бағалау кезінде бірнеше ерекшеліктер туралы айтуға болады. Біріншіден, халықаралық бағалау шкаласына сәйкес, біздің ұлттық сауда белгілері трансұлттық брендтермен бәсекелесуге жеткіліксіз. Отандық брендтердің дамымауын анықтайтын тағы бір фактор-брендинг стратегиясын әзірлеуге және іске асыруға жеткіліксіз көңіл бөлу. Бизнестің тиімділігі брендинг стратегиясын дұрыс таңдауға байланысты. Көптеген отандық мәдени ұйымдар әлі күнге дейін брендинг сияқты сауатты маркетинг процесінің қажеттілігін түсіне алмайды. Брендінг-бұл

брендті құру және жылжыту. Ұйымның өркендеуінің негізінде жатқан және тұрақты бәсекелестік артықшылықты қамтамасыз ететін негізгі активтердің бірі-ұзақ мерзімді табыс әкелетін бренд.

Табысты бренд құру және брендинг стратегиясын жүзеге асыру мәдени компанияға компанияның бәсекеге қабілеттілігіне әсер ету, яғни бәсекелестермен күресте тәуекелді азайту сияқты көптеген артықшылықтар береді. Бұл қызмет көрсету саласындағы бәсекелестіктің қазіргі жағдайында өте маңызды. Жаңа клиенттерді тарту процесін жеңілдету және қосымша пайда табу үшін мәдени операцияларды жүргізу үшін танымал брендті бар компанияға көбірек жүгінеді. Қазіргі әлемде брендтің алға жылжуына көптеген факторлар әсер етеді, олардың әсерін әрдайым есептеу мүмкін емес. Бірақ бір фактор әрқашан өзгеріссіз қалады – ол көрсетілетін қызметтердің сапасы, олардың уақтылығы және компанияның сенімділігі. Әлемдік экономикадағы қалыптасқан тенденцияларға сүйене отырып, көптеген мәдени ұйымдар брендинг сияқты сауатты маркетингтік процеске инвестиция салу қажеттілігін түсіне бастайды.

Компаниялар көбірек әлемді өз нарығы ретінде қабылдай бастағанда, бренд жасаушылар жаһандық брендтерді құрған кәсіпорындарға қызғанышпен қарайды - орналасуы, жарнамалық стратегиясы, тұлғасы, сыртқы түрі мен сезімі әр түрлі елдерде бірдей болатын брендтер. Табыстың осындай үлкен мысалдарына сүйене отырып, бұл компаниялар өздерінің брендтерін жаһандандырғысы келеді. Бірақ, профессор Дэвид Аакер мен Эрих Йоахимсталердің айтуынша, бұл қауіпті жол. Неліктен? Өйткені күшті жаһандық брендтерді құру үшін әлемдік брендтің көшбасшылығы қажет. Мұны жоғарыдағы жарлықпен жасау мүмкін емес. Атап айтқанда, компаниялар ұйымдық құрылымдарды, процестерді және мәдениетті бренд құру ресурстарын жаһандық деңгейде бөлу, жаһандық синергияны құру және елдердің бренд стратегияларын үйлестіретін және қолданатын жаһандық бренд стратегиясын әзірлеу үшін пайдалануы керек. Аакер мен Йоахимсталер жаһандық бренд көшбасшылығына қол жеткізгісі келетін компанияларға төрт рецепт ұсынады:

Біріншіден, компаниялар елдер арасындағы идеялар мен озық тәжірибелермен алмасуды ынталандыруы керек - бұл жерде «бұл жұмыс істемейді» деген көзқарасты жеңуге болатын жүйе.

Екіншіден, компаниялар нарықтар мен өнімдер арасында келісілген брендті жоспарлаудың жалпы жаһандық процесін қолдауы керек.

Үшіншіден, олар еларалық синергияны құру және жергілікті жағымсыздықтармен күресу үшін брендтер үшін жаһандық басқару жауапкершілігін жүктеуі керек.

Төртіншіден, олар бренд құрудың керемет стратегияларын жүзеге асыруы керек. Жаһандық брендингке соқыр түрде ұмтылмас бұрын, компаниялар өздерінің бар жүйелерін ойластыруы керек. Әйтпесе, олар қол жеткізген кез келген жетістік кездейсоқ болуы мүмкін - және бұл орташалыққа арналған қиындықсыз рецепт [4].

Сіздің брендіңіз кәсіби қызмет көрсететін фирманың ең құнды активі болып табылады. Олай болса, күшті бренд құру - сіздің ең маңызды міндетіңіз (сондықтан брендті құру бойынша нұсқаулық жасау керек). Брендті дамыту дегеніміз не? Брендті дамыту - бұл сіздің кәсіби қызметтеріңіздің брендін құру және нығайту процесі. Фирмаларға өз брендтерін дамытуға көмектесу арқылы біз бұл процесті үш кезеңге бөлеміз.

Бірінші кез ең-сіздің бизнес мақсаттарыңызға сәйкес бренд стратегияңызды түзету.

Екіншісі-сіздің логотипіңіз, ұраныңыз және веб-сайтыңыз сияқты брендті жылжыту үшін қажет барлық құралдарды әзірлеу.

Ақырында, жаңадан жасалған немесе жаңартылған брендті нығайту кезеңі келеді.

Сіздің брендтің Даму стратегиясы - бұл тапсырмаларды қалай шешуге болады. Брендті дамыту стратегиялары бизнестің өсуін ынталандырудың және сіздің салаңызда, әсіресе жоғары бәсекелестік жағдайында бірегей орынға ие болудың кілті болып табылады. Тапсырманы сәл жеңілдету үшін брендті дамыту Стратегиясын 10 қадамға бөлуге болады [5].

Брендті дамытудың 10 қадамдық стратегиясы:

1. Жалпы бизнес стратегияңызды қарастырыңыз.

Күшті, жақсы сараланған бренд фирманың дамуын айтарлықтай жеңілдетеді. Бірақ фирманың қандай Түрі қажет және т. б.? Жалпы бизнес стратегиясы-бұл сіздің брендтің даму стратегиясының контексті, сондықтан оны бастау керек. Егер сіз өзіңіздің фирмаңызды қайда апарғыңыз келетінін нақты білсеңіз, сіздің брендтіңіз оған жетуге көмектеседі.

2. Мақсатты клиенттеріңізді анықтаңыз.

Сіздің мақсатты клиенттеріңіз кім? Егер сіз "бәрі" десеңіз, бұл өте үлкен қателік жасау дегенді білдіреді. Біздің зерттеуіміз жылдам дамып келе жатқан және жоғары кірісті фирмалар нақты анықталған мақсатты тұтынушыларға бағытталған екенін анық көрсетеді. Фокус неғұрлым тар болса, өсу соғұрлым жылдам болады. Мақсатты аудитория неғұрлым әртүрлі болса, сіздің маркетингтік күш-жігеріңіз соғұрлым бұлыңғыр болады. Сонымен, клиенттердің мақсатты тобын дұрыс таңдағанын қалай білуге болады? Міне, келесі қадам келеді.

3. Клиенттердің мақсатты тобын зерттеу.

Мақсатты клиенттер тобына жүйелі зерттеулер жүргізетін фирмалар тезірек өсіп, тиімдірек болады (төмендегі суретті қараңыз). Сонымен қатар, зерттеуді жиі жасайтындар (кем дегенде тоқсанына бір рет) одан да тез өседі.

Зерттеулер сіздің мақсатты клиенттіңіздің көзқарасы мен басымдықтарын түсінуге, олардың қажеттіліктерін болжауға және олармен резонанс тудыратын тілде өз хабарламаңызды жеткізуге көмектеседі. Сондай-ақ, бұл Сіздің фирмаңыздың мықты жақтарын және сіздің қазіргі брендтіңізді қалай бағалайтыны туралы айтады. Осылайша, бұл брендтің дамуына байланысты маркетингтік тәуекелдерді айтарлықтай төмендетеді.

4. Брендтің орналасуын дамытыңыз.

Енді сіз өзіңіздің фирмаңыздың брендтің кәсіби қызметтер нарығында орналасуын анықтауға дайынсыз (оны нарықтық позициялау деп те атайды). Сіздің фирмаңыздың басқалардан айырмашылығы неде және сіздің мақсатты аудиторияңыздағы әлеуетті клиенттер неге Сізбен ынтымақтастықты таңдауы керек?

Позициялау туралы мәлімдеме әдетте үш-бес сөйлемнен тұрады және сіздің брендтің орналасуының мәнін көрсетеді. Бұл шындыққа негізделуі керек, өйткені сіз уәде еткен нәрсені орындауыңыз керек. Бұл сізге ұмтылатын нәрсе болуы үшін аздап шабыттандыруы керек.

5. Хабар алмасу стратегиясын жасаңыз.

Бұл сіздің брендтің орналасуын әртүрлі мақсатты аудиторияларға арналған хабарламаларға түрлендіретін хабар алмасу стратегиясы. Мақсатты аудитория әдетте әлеуетті клиенттерді, әлеуетті қызметкерлерді, ұсыныс көздерін немесе басқа әсер етушілерді, сондай-ақ серіктестіктің әлеуетті мүмкіндіктерін қамтиды, бұл әдеттегі күдіктілердің бірнешеуі ғана.

Сіздің негізгі брендтің орналасуы барлық аудитория үшін бірдей болуы керек болса да, әр аудитория оның әртүрлі аспектілеріне қызығушылық танытады. Әр аудиторияға арналған хабарламалар ең маңызды сәттерді көрсетеді. Әрбір аудиторияда шешілуі керек нақты мәселелер болады және әрқайсысы сіздің хабарламаларыңызды қолдау үшін әртүрлі дәлелдемелерді қажет етеді. Сіздің хабар алмасу стратегияңыз осы қажеттіліктердің барлығын ескеруі керек. Бұл сіздің брендтіңізді мақсатты аудиторияға сәйкес етудің маңызды қадамы.

6. Тақырыпты, логотипті және ұранды жасаңыз.

Көптеген фирмалар үшін атауды өзгерту қажет емес. Бірақ егер сіз жаңа фирма болсаңыз, бірігуді бастан өткерсеңіз немесе сіздің позицияңызға сәйкес келмейтін атаумен ауыртпалық түсірсеңіз, атауды өзгерткен жөн болар. Егер сіз фирмаңыздың атын өзгертпесеңіз де, жаңа логотип пен ұран сіздің брендтің орналасуын жақсырақ қолдау үшін мағынасы болуы мүмкін. Есім, логотип және ұран сіздің брендтіңіз емес екенін есте ұстаған жөн. Олар сіздің брендтің қолтаңба стилінің бөлігі, байланыс немесе брендті бейнелеу тәсілдері. Мұны нақты ету үшін өмір сүру керек. Атауы, логотипі және ұраны сіздің нарыққа арналған және оларды серіктестерге қаншалықты ұнайтындығына емес, қаншалықты жақсы қарым-қатынас жасайтындығына қарай бағалау керек.

7. Мазмұнды маркетинг стратегиясын жасаңыз.

Біз бұл қадамды «Маркетингтік стратегияңызды жасаңыз» деп атай аламыз. Бірақ біз олай етпедік. Оның орнына біз мазмұнды маркетинг стратегиясын жасауға шақырамыз.

Мазмұнды маркетинг әсіресе Интернет дәуірінде кәсіби қызмет көрсететін фирмаларға жақсы сәйкес келеді. Ол дәстүрлі маркетингтің бәрін жасайды, бірақ оны тиімдірек етеді. Ол әлеуетті клиенттерді тарту, тәрбиелеу және біліктілік үшін құнды білім беру мазмұнын пайдаланады. Брендтің күші беделмен де, танумен де анықталады. Сіздің беделіңізді нығайтпай, танымалдылықты арттырудың өзі сирек сәттілікке әкеледі. Сондықтан хабардарлықты арттыруға бағытталған дәстүрлі жарнама немесе демеушілік жиі көңіл көншітпейтін нәтижелер береді. Екінші жағынан, мазмұнды маркетинг бір уақытта көрінуді де, беделді де арттырады. Бұл сонымен қатар Сіздің брендiңiздi мақсатты аудиторияға сәйкес етудің тамаша тәсілі.

8. Веб-сайтыңызды жасаңыз.

Сіздің веб - сайтыңыз брендті дамытудың ең маңызды құралы болып табылады. Бұл сіздің бүкіл аудиторияңыз не істеп жатқаныңызды, оны қалай істеп жатқаныңызды және тұтынушыларыңыздың кім екенін білу үшін баратын орын. Потенциалды клиенттер сіздің фирмаңызды тек сіздің веб-сайтыңызға сүйене отырып таңдауы екіталай. Бірақ егер сіздің сайтыңыз қате хабарлама жіберсе, олар сізді тізімнен алып тастауы мүмкін.

Сонымен қатар, веб-сайт құнды мазмұнның үйіне айналады. Бұл мазмұн іздеу жүйесін оңтайландыру (SEO) күш-жігерінің орталығына айналады, осылайша әлеуетті клиенттер, әлеуетті қызметкерлер және ұсыныс көздері фирма туралы білгендерін табады. Интернеттегі мазмұн брендті дамытудың кез-келген заманауи Стратегиясында басты орын алады.

Бұл күндері кәсіби қызмет веб-сайттарының екі түрі бар. Біріншісі-брендинг сайты. Мұндай сайт сіздің тарихыңызды баяндайды және сіздің кім екеніңізді, кімге қызмет ететініңізді және не істеп жатқаныңызды көрсетеді. Қысқаша айтқанда, бұл сіздің бренд хабарламаңызды жеткізеді. Басқа сорт жоғарыда айтылғандардың бәрін жасайды, сонымен қатар әлеуетті жаңа клиенттерді тартады. Біз бұл веб-сайттарды өнімділігі жоғары деп атаймыз.

9. Маркетингтік құралдар жинағын жасаңыз.

Бұл процестің келесі қадамы-маркетинг құралдарының қалған бөлігін құру. Бұл негізгі қызмет ұсыныстарын немесе қызмет көрсетілетін негізгі нарықтарды сипаттайтын бір беттік «сату туралы есептерді» қамтуы мүмкін. Сонымен қатар, фирмаға немесе негізгі ұсыныстарға шолу жасайтын қысқаша «презентация», сондай-ақ фирма туралы электронды брошюра болуы мүмкін. Бұл бөліктер қазір сирек басылады. Барған сайын бұл маркетингтік құралдар жинағында бейнелер де бар. Танымал бейне тақырыптарға фирмалық шолулар, жағдайлық зерттеулер немесе серіктеспен танысу бейнелері кіреді. Негізгі қызмет ұсыныстары да өте пайдалы. Тиісті дайындықпен бұл құралдар бизнесті дамыту функциясын ғана емес, сонымен қатар брендті дамыту үшін де маңызды.

10. Енгізу, қадағалау және түзету.

Брендті дамыту процесіндегі бұл соңғы қадам ең маңыздыларының бірі болуы мүмкін. Брендті дамытудың жеңімпаз стратегиясы, егер ол ешқашан орындалмаса, көп пайда әкелмейтіні анық. Сенімді стратегия фирма ғана қабілетті барлық жақсы ниеттермен әзірленеді және жүзеге асырылады. Содан кейін шындық араласады. Адамдар клиенттермен жұмыс жасаумен айналысады, ал брендті дамыту міндеттері кейінге қалдырылады... содан кейін ұмытыңыз. Сондықтан қадағалау өте маңызды. Жоспардың орындалуын да, нәтижелерін де бақылауды ұсынамыз. Стратегия жоспарланғандай жүзеге асырылды ма? Іздеу трафигі және веб-келушілер сияқты объективті көрсеткіштермен не болды? Қанша жаңа әлеуетті клиенттер, қызметкерлердің өтініштері және серіктестік мүмкіндіктері құрылды? Тек бүкіл процесті бақылау арқылы Сіз дұрыс қорытынды жасап, дұрыс түзетулер енгізгеніңізге сенімді бола аласыз.

Міне, бұл фирманың өсуі мен табыстылығына ықпал ететін брендті дамытудың 10 қадамдық процесі.

Сонымен қатар ұйымның брендін қалыптастыру кезінде бұқаралық ақпарат құралдары PR бөлімшесінің қызметіндегі негізгі рөлдердің бірін атқарады. Ақпаратты басқарудың көмегімен қоғамдық пікір, жағымды имидж және ұйымның брендіне деген көзқарас қалыптасады. БАҚ-та ақпараттық ағындарды басқару төрт негізгі кезеңнен өтеді: өзінің

ақпараттық ағынын қалыптастыру; ақпаратты кейіннен манипуляциялай отырып, ақпараттық ағымды сегменттеу; ақпарат пен ақпараттық әріптестіктің басым жеткізілімін жолға қою; материалды беру формасы мен стилін оңтайландыру. Брендтің оң имиджін қалыптастыру үшін соңғы екі кезең ең маңызды болып табылады - ақпараттық серіктестікті құру және ақпарат беруді оңтайландыру, өйткені дұрыс емес ақпарат кез-келген ұйымның беделін айтарлықтай бұзуы мүмкін және оны қалпына келтіру үшін көп күш жұмсауға ғана емес, сонымен бірге материалдық құралдарға да тура келеді, бұл сыртқы күйзелістермен ауырлатылған ұлттық экономикалық дағдарыс жағдайында өте проблемалы болып табылады.

Сонымен, гипер-бәсекеге қабілетті нарық жағдайында брендке ерекше тұтынушылық қатынасты қалыптастыру мәселесі бірінші орынға шығады. Осылайша, мәдени қызметтер нарығындағы тенденцияларды ескере отырып, брендинг тек брендті дамытуға ғана емес, сонымен қатар оны сүйемелдеуге және бренд пен әлеуетті клиенттер арасында байланыс орнатуға бағытталған маркетингтік құрал ретінде қабылдана бастайды. Бұл өз кезегінде брендинг сияқты маркетингтік құралдың қажеттілігін тағы бір рет дәлелдейді. Табысты брендті құрған және іске асырған мәдени ұйымдардың әлемдік тәжірибесіне ерекше назар аудару қажет.

Ұлттық брендті қалыптастырудағы негізгі бағыттар:

- Маркетингте краудсорсингті қолдану. Жақында көптеген ұйымдар бизнес мәселелерін шешу үшін краудсорсинг платформаларын қолдануда. Краудсорсинг-тұтынушыға ұйымның бизнесін жеткізу құралдары. Мұндай платформалар брендті қалыптастыру және жетілдіру, қажеттіліктерді анықтау, тұтынушылардың қанағаттану деңгейін арттыру, шығармашылық идеяларды дамыту және әлеуетті іздеу саласында дұрыс шешімдер қабылдауға мәжбүр болады. Белсенді тұтынушылар ұжымдық «ми шабуылы» арқылы тиімді идеяларды ұсынады және ұйымға кез келген күрделі жобаны орындау үшін қажетті маңызды ақпаратты береді. Егер біз тұтынушымен үздіксіз байланыста болсақ, ұйым маркетингті де тиімді жүзеге асырады.

- CRM технологиясын және бизнес-аналитиканы қолдану. CRM технологиясы тұтынушы мен оның қарым-қатынасы туралы мәліметтер базасын толықтыруға, өнімді сатуға және оларға қызмет көрсетуге байланысты мәселелерді шешу үшін қолданылады. Маркетингтің тиімділігін арттыру үшін бизнесті талдау технологиясын қолданады. Маркетингте ол тез дамиды. Зияткерлік талдау барысында алынған заңдылықтар ассоциативті ережелер мен заңдылықтар түрінде кластерлік түрде қайта құрылады. Нәтижесінде өнім өндірушісі брендтің трендін болжай алады [6].

Табысты брендтің бірегейлігі брендтің негізгі элементтерінің, соның ішінде өнімнің функционалдық сипаттамаларының және олардың тұтынушылардың санасына әсерінің (тұтынушылық құндылық) үйлесіміне негізделген. Сонымен қатар, жоғары функционалды көрсеткіштермен (сапа және т.б.) ең табысты брендтер эмоционалды тартымдылығының арқасында күшті. Егер бренд сәтті болса, ол нарықта тауардың немесе қызметтің тиімді позицияларын ұзақ уақыт сақтауға мүмкіндік береді. Ол үшін бренд өз клиенттерімен толық түсіністік орнатуы керек.

Пайдаланылған әдебиеттер:

1. Зырянова О.И. Технологии бренд-менеджмента в социально-культурной сфере// Современные исследования социальных проблем., №1(05), 2011. - с.270.
2. Никитина В.С. Сущность бренда: элементы и добавленная ценность, 2021г, <file:///C:/Users/77051/Downloads/142-318-1-SM.pdf>
3. Матвеева О.С. Основные этапы построения бренда. продвижение бренда средствами PR. - Экономика и социум., №6 (37) 2017.-1060 с.
4. Дэвид Аакер, Эрих Йоахимсталер. Harvard Business Review on Marketing. - Изд. Альпина Бизнес Букс: Украина, 2006, 176 с.
5. **Lee Frederiksen, Ph.D.** Founding Partner, Emeritus. Brand Development Strategy: 10 Essential Steps for Your Professional Services Firm., 12.06.2023. -<https://hingemarketing.com>

6. Негизбаева М.О. Психологические приемы в управлении отношениями между брендом и потребителем.-Вестник КазНУ., 2020.- №2(56), стр 123.

Сведения об авторах

* **Кинашева Жадыра Болатовна**-к. э. н., доцент.

Казахская национальная консерватория им. Курмангазы, e-mail: zhadyra_k_78@mail.ru

Авторлар туралы мәліметтер

* **Кинашева Жадыра Болатовна**-э.ф.к., доцент.

Құрманғазы атындағы Қазақ ұлттық консерватория, e-mail: zhadyra_k_78@mail.ru

Information about the authors

* **Kinasheva Zhadyra Bolatovna**-Candidate of Economics, Associate Professor.

Kazakh National Conservatory named after Kurmangazy, e-mail: zhadyra_k_78@mail.ru

НАКОПИТЕЛЬНАЯ ПЕНСИОННАЯ СИСТЕМА В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

Кулахмедова Г.Т.¹, Есайдар У.С.², Ниязова М.А.³

¹ Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

² Алматинский технологический университет, г. Алматы, Республика Казахстан

³ Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация. В статье рассматривается история введения пенсионной системы в Республике Казахстан, проанализирован рост пенсионного возраста, также инвестиционный портфель Единого накопительного пенсионного фонда РК. Раскрывается, как пенсионный фонд осуществляет свою работу. Рассматривается размер пенсионных выплат и их расчет, а также ключевые моменты автоматизации пенсионного фонда.

Ключевые слова: пенсионная система, накопление, вкладчик. ценные бумаги, пенсионный фонд, ЕНПФ

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДАҒЫ ЖИНАҚТАУШЫ ЗЕЙНЕТАҚЫ ЖҮЙЕСІ

Кулахмедова Г.Т.¹, Есайдар У.С.², Ниязова М.А.³

1 Каспий қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

2 Алматы технологиялық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

3 Каспий қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

Аңдатпа Мақалада Қазақстан Республикасында зейнетақы жүйесін енгізу тарихы қарастырылады, зейнетақы жасының өсуі, сондай-ақ ҚР Бірыңғай жинақтаушы зейнетақы қорының инвестициялық портфелі талданады. Зейнетақы қорының өз жұмысын қалай жүзеге асыратыны ашылады. Зейнетақы төлемдерінің мөлшері және олардың есебі, сондай-ақ зейнетақы қорын Автоматтандырудың негізгі сәттері қарастырылады.

Түйін сөздер: зейнетақы жүйесі, жинақтар, салымшы. бағалы қағаздар, Зейнетақы қоры, БЖЗҚ

ACCUMULATIVE PENSION SYSTEM IN THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN

Kulakhmetova G.T.¹, Yesaidar U.S.², Niyazova M.A.³

1 Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

2 Almaty Technological University, Almaty, Republic of Kazakhstan

3 Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

Annotation. The article examines the history of the introduction of the pension system in the Republic of Kazakhstan, analyzes the growth of the retirement age, as well as the investment portfolio of the Unified Accumulative Pension Fund of the Republic of Kazakhstan. It reveals how the pension fund carries out its work. The amount of pension payments and their calculation are considered, as well as the key points of automation of the pension fund.

Keywords: pension system, savings, depositor. securities, pension fund, GNPF

История формирования пенсионной системы.

В мировой истории обеспечения государственными пенсиями сформировалось в конце XIX века в Германии, позже и в других странах, это Канада, Франция, Италия, Великобритания и др. с принятием законов о внедрении пенсий по страхованию от несчастных случаев и болезни, по возрасту и инвалидности. Развитие пенсионных систем имеет сложную историю. В наше время пенсионная система разных стран имеют много различий, обусловленных различиями в социальной и экономико-политической структуре, обычаях и традициях, уровне социально-экономического развития

Пенсионная система Республики Казахстан сформировалась на базе пенсионной системы бывшего СССР, поскольку в составе союза у Казахской ССР не была своей независимой пенсионной системы. Но за годы независимости пенсионная система страны пережила глубокие структурные и институциональные реформы, которые продолжают до сих пор. Для всестороннего анализа и полноценной оценки современного состояния пенсионной системы Республики Казахстан было бы целесообразно рассматривать ее становление и развитие поэтапно.

Первый этап: 1991-1995гг. формирование Солидарной пенсионной системы. Суть Солидарной системы работает так, что текущие пенсионные отчисления граждан используются на выплату для нынешних пенсионеров, а на выплату пенсии нынешних работников, будут использоваться отчисления будущих поколений. Солидарная система не справлялась с рыночной экономикой и требовала изменений, а экономическое положение страны в свою очередь требовала изменений, в последствии чего появилась нынешняя пенсионная система.

Солидарная пенсионная система была эффективна в период плановой экономики, где была полная занятость населения и тотальный контроль со стороны государственного аппарата. Сохранение солидарной системы в рыночной экономике привела к кризису пенсионных выплат. Исходя из вышесказанных причин, 20 июня 1997 года был принят закон «О пенсионном обеспечении», в котором говорилось о переходе от принципа Солидарной к Принципу персональных пенсионных сбережений.

Второй этап: был принят Закон РК №136 «О пенсионном обеспечении в Республике Казахстан», изменивший принципиальную основу пенсионной системы страны, которая заключалась в переходе от принципа солидарности поколений к принципу персональных пенсионных сбережений.

Третий этап: развитие пенсионной системы Казахстана, начавшийся с 1 января 1998 года, в то время, когда все основные статьи закона «О пенсионном обеспечении в Республике Казахстан» вступили в силу, представляет собой начало принципиального изменения всей системы пенсионного обеспечения населения. При системе персональных пенсионных сбережений, пенсия, выплачиваемая за счет личных накоплений граждан, в перспективе должна была стать основной в пенсионном обеспечении. Согласно вышеупомянутой Концепции на базе Пенсионного фонда РК был сформирован Государственный центр по выплате пенсий (ГЦВП). Помимо центра были созданы государственный и негосударственные (коммерческие) накопительные пенсионные фонды (ГНПФ, ЧНПФ соответственно). ГЦВП обслуживал всех состоявшихся к началу реформы пенсионеров, а также граждан, имевших трудовой стаж на начало 1998 года. А ГНПФ и ЧНПФ должны были аккумулировать финансовые ресурсы, которые будут формироваться за счет обязательных и добровольных взносов работников, исчисленных из расчета 10% от получаемых доходов. Роль государства в данной системе пенсионного обеспечения заключалась в основном в выполнении регулирующих функций, т.е. защите пенсионных сбережений граждан и гарантии пенсионных выплат на определенном минимальном уровне. Эти функции государства была законодательно закреплена в вышеупомянутом Законе РК:

ст.5 – государственная базовая пенсия осуществляется независимо от получения пенсионных выплат из накопительных пенсионных фондов, а также государственного социального пособия по инвалидности;

ст.6 – государство гарантировало сохранность обязательных пенсионных взносов в накопительных пенсионных фондах, в размере фактически внесенных обязательных пенсионных

взносов с учетом уровня инфляции на момент приобретения получателем права на пенсионные выплаты. Поскольку численность пенсионеров продолжала расти, а численность занятых в экономике значительно уменьшалась, с ухудшением экономической ситуации в стране, в Законе было предусмотрено поэтапное повышение пенсионного возраста мужчин с 60 до 63 лет, женщин с 55 до 58 лет.

Четвертый этап: развития пенсионной системы страны связан с объединением различных накопительных пенсионных фондов в единый оператор, т.е. Единый накопительный пенсионный фонд (ЕНПФ) в 2013-2014 годах. Единый накопительный пенсионный фонд был создан на базе ГНПФ в 2013 году. Единственным акционером фонда является Правительство РК, а хранение и учет пенсионных активов и инвестиционное управление активами возложено на Национальный Банк РК. Поводя итоги развития пенсионной системы РК на этом этапе, можно сделать вывод о том, что создание Единого накопительного пенсионного фонда как единого оператора действующей пенсионной системы было своевременным и верным решением руководства страны в непростое для экономики время. Последствия мирового финансово-экономического кризиса и неэффективное управление ЧНПФ пенсионными активами вынудило руководства страны активно применять инструменты государственного регулирования для обеспечения национальной экономики «длинными» и недорогими финансовыми ресурсами.

Пятый этап: развитие пенсионной системы Казахстана начинается с 2018 года, когда была внедрена в практику норма о поэтапном повышении пенсионного возраста для женщин. Основа этой реформы заложена в Концепции дальнейшей модернизации пенсионной системы Казахстана до 2030 года, утвержденной в 2014 году. Учитывая тенденции старения населения во всем мире и изучая опыт зарубежных стран, Казахстан тоже приступил к повышению пенсионного возраста для женщин с 58 лет до 63 лет в период с 2018 по 2027 годы, на 6 месяцев ежегодно. В казахстанском обществе данная мера вызвала немало споров и протеста со стороны работников-женщин. Но в итоге, все же была принята норма о повышении пенсионного возраста, при этом сохранились все имеющиеся льготы, дающие право для раннего выхода на пенсию[1,с.2]. Таблица 1 поэтапного повышения пенсионного возраста представлена далее.

Таблица 1. - Поэтапное повышение пенсионного возраста.

№	год	Возраст	
		мужчины	женщины
1	1 января 2018	63 года	58,5 лет
2	1 января 2019	63 года	59 лет
3	1 января 2020	63 года	59,5 лет
4	1 января 2021	63 года	60 лет
5	1 января 2022	63 года	60,5 лет
6	1 января 2023	63 года	61 год

Пенсионные активы – это деньги, ценные бумаги и иные финансовые инструменты, предназначенные для обеспечения и осуществления пенсионных выплат и переводов.

Пенсионные выплаты из ЕНПФ за счет обязательных пенсионных взносов (ОПВ) и обязательных профессиональных пенсионных взносов (ОППВ) осуществляются ежемесячно.

Размер ежемесячной выплаты из ЕНПФ рассчитывается по Методике в соответствии положениями Постановления Правительства Республики Казахстан от 02.10.2013 года № 1042.

Инвестиционные решения в отношении пенсионных активов принимаются в соответствии с утвержденными Инвестиционными декларациями.

В соответствии с Законом Республики Казахстан «О пенсионном обеспечении в Республике Казахстан» доверительное управление пенсионными активами АО «ЕНПФ» осуществляется Национальным Банком, а также управляющими инвестиционным портфелем.[2]

Размер пенсионных выплат и их расчет.

Для начала стоит отметить, что *пенсия казахстанцев складывается из трех частей:*

1. *Базовая пенсия* – начисляется всем гражданам РК при достижении ими пенсионного возраста. Базовая пенсия зависит от стажа участия в пенсионной системе. *Минимальный размер базовой пенсии в 2023 году составляет 24 341 тенге, максимальный – 40 567 тенге.*

2. *Солидарная пенсия* – выплачивается гражданам, имеющим не менее 6 месяцев трудового стажа, выработанного до 1 января 1998 года. Размер зависит от трудового стажа и среднемесячного дохода. Минимальная солидарная пенсия в 2023 году составляет 53 076 тенге;

3. *Накопительная пенсия* – выплачивается из индивидуальных пенсионных накоплений граждан, и зависит от объема накопленных ими средств. Чем больше накоплений, тем больше пенсия

Казахстанцы, которые вышли на пенсию до внедрения обязательных пенсионных отчислений, получают базовую и солидарную пенсии.

Сумма пенсии будет зависеть от стажа работы и суммы обязательных пенсионных накоплений. С переходом к накопительной пенсионной системе, каждый работодатель обязан осуществлять регулярное перечисление обязательных пенсионных взносов (ОПВ) в размере 10% от ежемесячного дохода работника.

Получить накопления из ЕНПФ можно только в четырех случаях:

- при достижении пенсионного возраста;
- при заключении договора пенсионного аннуитета;
- лица с инвалидностью I и II групп, если инвалидность установлена бессрочно;
- при выезде на постоянное место жительства в другую страну.

Пенсионные выплаты из ЕНПФ осуществляются ежемесячно по графику (путем сложения годовой суммы пенсионных выплат и деления их на 12 месяцев) в соответствии с Методикой осуществления расчета размера пенсионных выплат, при этом исчисленная сумма ежемесячных пенсионных выплат из ЕНПФ не должна быть меньше 54% от прожиточного минимума. Прожиточный минимум в 2023 году составляет 40 567 тенге.

Получить пенсионную выплату из ЕНПФ, сняв всю сумму единовременно, смогут только граждане, у которых общая сумма пенсионных накоплений не превышает 636 912 тенге в 2023 году (12-кратный размер минимальной пенсии)[4].

Возможность снимать пенсионные накопления досрочно.

С января 2021 года у наших соотечественников появилась возможность досрочно снимать часть своих пенсионных накоплений из ЕНПФ. Гражданам страны дана возможность использовать эти средства для улучшения жилищных условий, оплаты лечения или передачи в управление инвестиционным компаниям.

Пенсионные выплаты можно использовать на:

1. Погашение задолженности по ипотечному займу, в том числе в рамках финансирования исламским банком (частичное или полное);
2. Приобретение жилья без ипотеки (полный выкуп);
3. Получение ипотечного жилищного займа по системе жилищных строительных сбережений в «Отбасы банк»;
4. Внесение первоначального взноса для получения ипотечного займа (в том числе в рамках финансирования исламским банком);
5. Погашение задолженности по договору аренды с правом выкупа;
6. Строительство индивидуального жилого дома (включая приобретение земельного участка);
7. Рефинансирование жилищного займа;
8. Лечение.

За два года более 90% пенсионных накоплений или 3,17 трлн. тенге казахстанцы сняли для улучшения жилищных условий. Из них:

- 35% на приобретение жилища в собственность по гражданско-правовым сделкам;
- 3% на внесение первоначального взноса для получения ипотечного жилищного займа на приобретение жилища;
- 4,6% на получение ипотечного жилищного займа по системе жилищных строительных сбережений (за исключением строительства);
- 0,05% на получение ипотечного жилищного займа для строительства индивидуального жилого дома (включая приобретение земельного участка);
- 57% на прочие цели.

Примерно 9% пенсионных накоплений или 317,5 млрд. тенге пошли на лечение, из которых 308 млрд. тенге – на стоматологические услуги. Менее 1%, или 8,7 млрд. тенге были переданы частным управляющим компаниям для инвестиционной деятельности.

Лица имеющие право пользоваться досрочным снятием пенсионных накоплений:

1. Граждане трудоспособного возраста, имеющие пенсионные накопления, превышающие "порог достаточности", это порядка 529,7 тысячи человек.

2. Состоявшиеся пенсионеры, которые имеют накопления в ЕНПФ. Они смогут снять до 50 процентов оставшейся суммы, их около 178,4 тысячи человек. У этой категории граждан совокупная пенсия (включая пенсию по возрасту, базовую пенсию и выплаты из ЕНПФ) должна составлять не менее 40 процентов от ранее получаемой зарплаты.

3. Граждане, уже оформившие себе пенсионный аннуитет и имеющие еще накопления в ЕНПФ, - порядка 13,3 тысячи человек.

"Порог достаточности - это минимальная необходимая сумма пенсионных накоплений для вкладчика определенного возраста. Она рассчитывается так, чтобы с учетом будущих регулярных 10-процентных пенсионных взносов в ЕНПФ от его дохода обеспечить гражданина пенсией (не ниже минимальной) до 82 лет.

По планам правительства "порог достаточности" будет одинаковым для мужчин и женщин и будет высчитываться отдельно для каждого возраста, исходя из складывающихся параметров (доходность, инфляция, размер минимальной выплаты и так далее).

По предварительным расчетам, например, для граждан в возрасте 30 лет он составит 2 миллиона 518 тысяч тенге.

Для 35 лет - 2 миллиона 961 тысяча тенге;

40 лет - 3 миллиона 437 тысяч тенге;

45 лет - 3 миллиона 947 тысяч тенге;

50 лет - 4 миллиона 495 тысяч тенге;

55 лет - 5 миллионов 84 тысячи тенге;

59 и более лет - 5 миллионов 586 тысяч тенге.

Сверх этой суммы граждане смогут изъять накопленные деньги.[5]

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Р.Е.Елемесов, Ж.А. Оспанбаев, Ж.Б. Болдасбай [Становление и развитие пенсионной системы Казахстана: ретроспективный анализ]

2. Искусственный интеллект [Пенсия в Казахстане в 2018 году]
<https://informburo.kz/cards/pensiya-v-kazahstane-v-2018-godu-vsyo-chto-nuzhno-znat-.html>

3. Искусственный интеллект [Причина повышения пенсионного возраста]
https://tengrinews.kz/kazakhstan_news/nujno-prodoljat-velichivat-pensionnyiy-voznrast-rasskazali-469758/

4. Искусственный интеллект [Исчисление пенсионных выплат]
<https://www.gov.kz/situations/>

5. Искусственный интеллект [Досрочное снятие пенсионных накоплений]
https://tengrinews.kz/kazakhstan_news/

Сведения об авторах

*Кулахмедова Галия Турабековна – кандидат экономических наук, ассоциированный профессор, Каспийский Общественный Университет, e-mail: jkalia@yandex.ru

**Есайдар Урзада Серимовна – кандидат экономических наук, ассоциированный профессор, Алматинский технологический университет, urzada.esaidar@mail.ru

***Ниязова Мадина – студентка 4 курса ОП «Корпоративные финансы», Каспийский Общественный Университет, e-mail: NiyazovaM@mail.ru

Авторлар туралы мәліметтер

* Кулахмедова Галия Төребекқызы - экономика ғылымдарының кандидаты, қауымдастырылған профессор, Каспий қоғамдық университеті, e-mail: jkalia@yandex.ru

**Есайдар Урзада Серимовна - экономика ғылымдарының кандидаты, қауымдастырылған профессор, Алматы технологиялық университеті, urzada.esaidar@mail.ru

*** Ниязова Мадина - "Корпоративтік қаржы" ББ 4 курс студенті, Каспий қоғамдық университеті, e-mail: NiyazovaM@mail.ru

Information about the authors

* * Kulakhmedova Galiya Turabekovna - Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Caspian Public University, e-mail: jkalia@yandex.ru

** Yesaidar Urzada Serimovna - Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Almaty Technological University, urzada.esaidar@mail.ru

*** Madina Niyazova - 4th year student of the OP "Corporate Finance", Caspian Public University, e-mail: NiyazovaM@mail.ru

УДК 336.71

УПРАВЛЕНИЕ БАНКОВСКИМИ РИСКАМИ: ТЕОРИЯ ПОРТФЕЛЯ И МОДЕЛИ ОЦЕНКИ АКТИВОВ

Кулахмедова Г.Т.¹, Сергеева А.²

^{1,2} Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация: В статье система управления рисками в коммерческом банке понимается как в широком, так и узком смысле. В широком смысле под системой управления банковскими рисками понимается следующая совокупность элементов: международные стандарты по управлению рисками и организации, их принимающие, государственное регулирование денежно-кредитных отношений, включая денежно-кредитную политику, деятельность Национального банка, механизмы государственного надзора и регулирования за деятельностью кредитных организаций, а также иные меры, которые прямо или косвенно могут повлиять на состояние банковской системы. В узком смысле под системой управления рисками понимается система регулирования и надзора за банковской деятельностью Национального банка на основе законов, нормативов и постановлений, а также организационные структуры и механизмы управления рисками в коммерческих банках.

Ключевые слова: риск; банковский риск; система управления рисками; механизм управления; механизм управления банковскими рисками.

БАНКТІК ТӘУЕКЕЛДЕРДІ БАСҚАРУ: ПОРТФЕЛЬ ТЕОРИЯСЫ ЖӘНЕ АКТИВТЕРДІ БАҒАЛАУ МОДЕЛЬДЕРІ

Кулахмедова Г. Т.¹, Сергеева А.²

^{1,2} Каспий қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

Аңдатпа: Мақалада коммерциялық банктегі тәуекелдерді басқару жүйесі кең және тар мағынада түсініледі. Кең мағынада банктік тәуекелдерді басқару жүйесі деп элементтердің мынадай жиынтығы түсініледі: тәуекелдерді басқару жөніндегі халықаралық стандарттар және оларды қабылдайтын ұйымдар, ақша-кредит саясатын, Ұлттық банктің қызметін қоса алғанда, ақша-кредит қатынастарын мемлекеттік реттеу, кредиттік ұйымдардың қызметін мемлекеттік қадағалау және реттеу тетіктері, сондай-ақ тікелей немесе жанама өзге де шаралар банк жүйесінің жағдайына әсер етуі мүмкіндігі. Тар мағынада тәуекелдерді басқару жүйесі деп заңдар, нормативтер мен қаулылар негізінде Ұлттық банктің банк қызметін реттеу және қадағалау жүйесі, сондай-ақ коммерциялық банктердегі тәуекелдерді басқарудың ұйымдастырушылық құрылымдары мен тетіктері түсініледі.

Түйін сөздер: тәуекел; банктік тәуекел; тәуекелдерді басқару жүйесі; басқару механизмі; банктік тәуекелдерді басқару механизмі.

BANK RISK MANAGEMENT: PORTFOLIO THEORY AND ASSET VALUATION MODELS

Kulakhmetova G.T.¹, Serheyeva A.²

^{1,2}Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

Abstract: In the article, the risk management system in a commercial bank is understood both in a broad and narrow sense. In a broad sense, the banking risk management system is understood as the following set of elements: international risk management standards and organizations adopting them, state regulation of monetary relations, including monetary policy, the activities of the Central Bank, mechanisms of state supervision and regulation of the activities of credit institutions, as well as other measures that directly or indirectly they can affect the state of the banking system. In a narrow sense, a risk management system is understood as a system of regulation and supervision of the banking activities of the Central Bank on the basis of federal laws, regulations and resolutions, as well as organizational structures and risk management mechanisms in commercial banks.

Keywords: risk; banking risk; risk management system; management mechanism; bank risk management mechanism.

В последнее время кредитные организации стали уделять все большее внимание вопросу анализа банковских рисков. Зачастую выживание банка в условиях постоянного изменения экономической среды зависит от его способности своевременно идентифицировать и справляться с разнообразными банковскими рисками, которые представляют собой очень сложную, нестабильную, высокотехнологичную среду. Оперируя в данной среде и не обладая всей полнотой информации о контрагентах, коммерческие банки вынуждены принимать риск в повседневной деятельности. В этой связи совершенствование методов оценки и механизма регулирования кредитного портфельного риска обеспечивает укрепление финансового положения банка. [1, с. 3].

В рамках настоящего исследования рассмотрим банк как держатель различных портфелей доходных активов. Чтобы выявить характерные черты концепции банка «как портфеля», целесообразно обратиться к основам портфельной теории.

В первую очередь стоит отметить, что важный шаг в решении вопроса оптимизации банковского портфеля в условиях неопределенности был сделан Г. Марковицем и Дж. Тобином. Эффективный портфель они охарактеризовали, как портфель, когда невозможно увеличить ожидаемую ставку дохода без увеличения риска. Проблема выбора портфеля заключалась в определении наилучшего соотношения риск/доход из множества эффективных портфелей. Именно Гарри Марковиц, разработавший и опубликовавший сначала в статье, а затем монографии модель выбора портфеля и получивший в 1990 г. Нобелевскую премию по экономике, считается основателем теории 9 портфеля.

Согласно его теории, совокупный риск активов может быть снижен за счет объединения рискованных активов в портфели: ссуд – в кредитный портфель; ценных бумаг – в портфель ценных бумаг; инструментов срочного валютного рынка – в валютный портфель и т.д. На основе этой теории, в частности, выводится понятие эффективного портфеля, критериями которого являются обеспечение ожидаемой доходности при любом риске и обеспечение минимизации риска при любой ожидаемой доходности.

Методы управления портфельным кредитным риском: Основным направлениями регулирования риска кредитного портфеля является разработка и реализация мероприятий по предотвращению или минимизации связанных с ним потерь. Это предполагает создание каждым банком собственной стратегии управления кредитным риском, то есть основ политики принятия решений таким образом, чтобы своевременно и последовательно использовать все возможности развития банка и одновременно удерживать риски на приемлемом и управляемом уровне [2].

Банковской практикой выработаны определенные методы управления риском кредитного портфеля банка. К таким методам относят диверсификацию, лимитирование, а также резервирование

Рассмотрим организацию управления банковскими рисками. Банковский риск – присущая банковской деятельности возможность понесения кредитной организацией потерь и

ухудшения ликвидности вследствие наступления неблагоприятных событий, связанных с внутренними факторами и внешними факторами.

Риски в банковской сфере являются в большей мере процессами социально ответственными. Банковская деятельность подвержена большому числу рисков, так как банк, помимо функции бизнеса, несет в себе функцию общественной значимости и проводника денежно-кредитной политики, то есть знание, определение и контроль банковских рисков представляет интерес для большого числа сторон. В изучении риска разумно разделить два основных направления – это определение и оценка уровня риска и принятие решений по уменьшению риска.

При выборе стратегии работы банка производится изучение рынка банковских услуг и отдельных его сегментов. К числу наиболее рискованных стратегий относятся: стратегия лидера и стратегия, связанная с продажей новых услуг на новом рынке. Не менее рискованна стратегия работы с VIP-клиентами, предполагающая индивидуализацию услуг. В систему отслеживания рисков включаются следующие элементы: способы выявления риска, приемы оценки риска, механизм мониторинга риска. Механизм защиты банка от риска состоит из текущего регулирования риска и методов его минимизации. При этом под текущим регулированием риска понимается отслеживание критических показателей и применение на этой основе оперативных решений по операциям банка.

Принципы управления рисками состоят в следующем:

- 1) не рисковать, если это возможно; не рисковать более чем в пределах собственного капитала банка;
- 2) думать о последствиях риска; не создавать рискованных ситуаций ради получения большей прибыли;
- 3) держать контроль над рисками; снижать риски, распределяя их среди клиентов и участников по видам деятельности; создавать необходимые резервы под риски;
- 4) устанавливать наблюдение за изменением рисков; количественно измерять уровень принимаемых рисков;
- 5) определять новые источники и критические зоны риска и групп операций с повышенным уровнем риска.

Контроль риска включает в себя меры, направленные на своевременное выявление риска с целью его снижения или исключения.

Выделяют три способа контроля риска: внутренний аудит; внешний аудит; внутренний контроль [3].

Кредитный риск как основной носитель финансовых потерь: Основной банковский риск, управление которым является ключевым фактором, определяющим эффективность деятельности коммерческого банка - это кредитный риск. Кредитный риск – риск возникновения у кредитной организации убытка вследствие несвоевременного или неполного исполнения, или неисполнения обязательств должником перед кредитной организацией в соответствии с условиями договора.

При этом важно понимать, что риск потенциальных убытков при кредитовании распространяется на целый ряд банковских операций, включая предоставление обязательств и гарантий, финансирование внешней торговли, операции с размещением ценных бумаг, фьючерсные контракты. В процессе осуществления указанных операций банк может выступать как в роли кредитора, так и в роли заемщика, подвергаясь воздействию кредитного риска.

Также следует отметить, что к кредитному риску относятся такие подвиды рисков как риск непогашения кредита и риск просрочки платежей.

Оценка степени риска кредитного портфеля имеет следующие особенности. Во-первых, совокупный риск зависит от:

- 1) степени кредитного риска отдельных сегментов портфеля, методики оценки которого имеют как общие черты, так и особенности, связанные со спецификой сегмента;
- 2) диверсифицированности структуры кредитного портфеля и отдельных его сегментов.

Во-вторых, для оценки степени кредитного риска должна применяться система показателей, учитывающая множество аспектов, которые следует принять во внимание.

Ключевым моментом в управлении кредитным риском портфеля банка является выбор критерия оценки качества каждого кредита и всей их совокупности. В настоящее время кредиты банка подразделяются на следующие категории качества. Сформулированные профессиональные суждения о финансовом положении заемщика и о качестве обслуживания им долга позволяют путем комбинаций двух данных критериев определить категорию качества каждой конкретной ссуды (таблица 1).

Таблица 1 – Определение категории качества ссуды с учетом финансового положения заемщика и качества обслуживания долга.

Финансовое положение	Хорошее	Среднее	Неудовлетворительное
Обслуживание долга			
Хорошее	Стандартные (I категория качества)	Нестандартные (II категория качества)	Сомнительные (III категория качества)
Среднее	Нестандартные (II категория качества)	Сомнительные (III категория качества)	Проблемные (IV категория качества)
Плохое	Сомнительные (III категория качества)	Проблемные (IV категория качества)	Безнадежные (V категория качества)

I (высшая) категория качества (стандартные ссуды) – нет кредитного риска (вероятность обесценения ссуды равна нулю);

II категория качества (нестандартные ссуды) – имеется умеренный кредитный риск (есть вероятность обесценения ссуды на 1-20 %);

III категория качества (сомнительные ссуды) – имеется значительный кредитный риск (есть вероятность обесценения ссуды на 21-50 %);

IV категория качества (проблемные ссуды) – присутствует высокий кредитный риск (есть вероятность обесценения ссуды на 51-100 %);

V (низшая) категория качества (безнадежные ссуды) – отсутствует вероятность возврата ссуды, т.е. она будет обесценена полностью (на 100%).

Говоря о недостатках и путях совершенствования управления кредитным портфелем банка, следует указать, что главная задача управлением портфельным кредитным риском коммерческого банка – сформировать оптимальный кредитный портфель на определенном этапе своей деятельности, чтобы свести риски к минимуму и, при этом, обеспечить желаемый уровень доходности [3].

В целом действующие в банках системы управления кредитным портфелем характеризуются следующими недостатками:

- 1) бессистемностью формирования кредитного портфеля;
- 2) слабым осознанием сотрудниками банка, участвующих в кредитном процессе, выработанной банком стратегии и целей кредитования;
- 3) отсутствием у ряда руководителей банков практического опыта в организации системного подхода при управлении качеством кредитного портфеля;
- 4) слабой проработкой банками принципов и механизмов управления качеством кредитного портфеля;
- 5) консервативностью анализа и мониторинга кредитного портфеля;
- 6) слабым развитием информационных систем управления;
- 7) недостаточной проработкой методов управления кредитным портфелем;
- 8) ошибками руководства и работников, допускаемых к работе с кредитным портфелем и оценке качества кредитов;
- 9) нечетким разграничением полномочий между кредитными работниками банка;

10) недостатками в организации системы внутреннего контроля. Эта революция не ограничивается одним аспектом финансового мира; он пронизывает каждую точку взаимодействия с клиентом, трансформируя весь ландшафт клиентского опыта.

Современным коммерческим банкам в целях построения эффективной системы управления качеством кредитного портфеля необходимо обеспечить проведение следующих мероприятий:

1) формирование кредитного портфеля в соответствии с выбранной стратегией кредитования, периодически корректируемой при условии изменения рыночной ситуации, а также удовлетворяющего оптимальным показателям кредитного риска, ликвидности и доходности;

2) проведение подбора квалифицированного персонала, который будет выполнять свои функции под руководством опытных менеджеров при наличии четкой мотивации труда;

3) возложение на руководство банка ответственности за формирование в банке кредитной культуры, позволяющей выполнять поставленные цели [4];

4) разработку механизма по исследованию рынка, отраслевых рисков и анализа перспектив кредитования;

5) проведение постоянного мониторинга кредитных вложений, учитывая относительную нестабильность кредитного портфеля, в первую очередь, на предмет выявления ухудшающихся кредитов и отказа от них [3];

6) достижение устойчивой рентабельности за счет регулирования концентрации кредитов и определения целевых показателей кредитования.

Дальнейшее развитие и совершенствование управления кредитным портфелем целесообразно осуществлять на основе изучения и внедрения на практике передового отечественного и зарубежного опыта по следующим направлениям:

1) Совершенствование действующие и внедрения новых видов кредитных продуктов;

2) Повышение качества анализа кредитоспособности заемщиков;

3) Дифференциация условий предоставления кредитов в зависимости от вида, срока пользования, уровня доходов заемщика и т.д.;

4) Унификация порядка оформления и дальнейшего обслуживания кредитов [5];

5) Снижение кредитного риска на основе повышения качества кредитного мониторинга в процессе обслуживания кредита [4].

По результатам проведенного анализа статьи можно сделать следующие выводы. Кредитование всегда являлось основным видом деятельности кредитных организаций в силу экономических функций и свойств кредита, а также высокой доходности таких операций. Именно поэтому кредитные операции всегда сопровождаются высоким риском, для управления которым требуется качественный уровень подготовки банковского персонала. Под кредитным риском понимается риск возникновения у кредитной организации убытка вследствие несвоевременного или неполного исполнения, или неисполнения обязательств должником перед кредитной организацией в соответствии с условиями договора. При этом важно понимать, что риск потенциальных убытков при кредитовании распространяется на целый ряд банковских операций. И поэтому организация управления портфельным кредитным риском в банковском менеджменте играет не последнюю роль. К основным методам управления портфельным кредитным риском принято относить: диверсификацию кредитного портфеля, лимитирование, а также расчет концентрации заемщиков одной отрасли.

Совершенствование методов управления кредитным портфелем позволит снизить кредитный риск и улучшить качество кредитного портфеля коммерческого банка.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Синки Дж. Ф.–мл. Управление финансами в коммерческих банках. Пер. с англ. 4-го перераб. изд. / Науч. ред. Р.Я. Левиты, Б.С. Пинснера. М.: Cattalaxy, 2010. 982 с. «Влияние искусственного интеллекта на финансы: данные машинного обучения» М. Кустки и М. Шишки (Журнал риска и финансового менеджмента, 2020), с. 10.
2. Панова Г.С. Кредитная политика коммерческого банка.
3. Супрунович Е. Основы управления рисками // Банковское дело. – 2010. – № 2. – С. 3-6
4. Костюченко Н.С. Анализ кредитных рисков. СПб.: Скифия, 2010. 440 с.
5. Балакина Р.Т. Кредитная политика коммерческого банка: учебнопрактическое пособие. Омск: Изд-во Ом.гос. ун-та. 2009. 120 с.

Сведения об авторах

***Кулахмедова Галия Турабековна** – кандидат экономических наук, ассоциированный профессор, Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан, e-mail: jkalia@yandex.ru

****Сергеева Алина** – Студентка 2 курса образовательной программы Корпоративные финансы, Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан, e-mail: alina_sergeeva_03@mail.ru

Авторлар туралы мәліметтер

***Құлахмедова Галия Төребекқызы** - экономика ғылымдарының кандидаты, қауымдастырылған профессор, Каспий қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы, E-mail: jkalia@yandex.ru

** **Сергеева Алина** - Корпоративтік қаржы білім беру бағдарламасы, 2 курс студенті , Каспий қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы, e-mail: alina_sergeeva_03@mail.ru

Information about the authors

***Kulakhmedova Galiya Turabekovna** – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan, e-mail: jkalia@yandex.ru

****Sergeeva Alina** – 2nd year student of the educational program Corporate Finance, Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan, e-mail: alina_sergeeva_03@mail.ru

ВЛИЯНИЕ ФИНАНСОВЫХ ОШИБОК НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

Кулахмедова Г.Т.¹, Талипова Н.², Зикеева А.³, Левина Д.⁴

^{1,2,3,4}Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация: На современном этапе ведение финансовой отчётности становится важным элементом планирования, развития компаний. Статья раскрывает вопросы степени влияния, классификации, порядка исправления и отражения в бухгалтерской (финансовой) отчетности бухгалтерских ошибок и искажений, которые могут значительно изменить ее показатели и серьезно повлиять на мнение заинтересованных пользователей отчетных данных. В данной статье рассматриваются шесть распространённых ошибок, совершаемые в бизнесе которые могут привести к банкротству компании. Чтобы избежать финансовых ошибок малом бизнесе, необходимо предпринять несколько шагов, чтобы предотвратить его банкротство. Эти шесть финансовых ошибок могут разрушить малый бизнес еще до того, как он сдвинется с мертвой точки.

Ключевые слова: финансовые ошибки, малый бизнес, предпринимательство, кризис, финансовая неграмотность, классификация бухгалтерских ошибок

ҚАРЖЫЛЫҚ ҚАТЕЛІКТЕРДІҢ КӘСІПОРЫН ҚЫЗМЕТІНЕ ӘСЕРІ

Кулахмедова Г. Т.¹, Талипова Н.², Зикеева А.³, Левина Д.⁴

Каспий қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

Аңдатпа: қазіргі кезеңде қаржылық есептілікті жүргізу компанияларды жоспарлаудың, дамытудың маңызды элементіне айналады. Мақалада бухгалтерлік (қаржылық) есептіліктегі әсер ету дәрежесі, жіктелуі, түзету тәртібі және оның көрсеткіштерін айтарлықтай өзгерте алатын және есептік деректердің мүдделі пайдаланушыларының пікіріне елеулі әсер етуі мүмкін Бухгалтерлік қателер мен бұрмаланулар туралы айтылады. Бұл мақалада бизнесте жиі кездесетін алты қателік қарастырылады бұл науқанның сәтсіздігіне әкелуі мүмкін. Шағын бизнестің қаржылық қателіктерін болдырмау үшін оның банкроттыққа жол бермеу үшін бірнеше қадамдар жасау керек. Бұл алты қаржылық қателік шағын бизнесті ол қозғалмай тұрып-ақ бұзуы мүмкін.

Түйін сөздер: қаржылық қателер, шағын бизнес, кәсіпкерлік, дағдарыс, қаржылық сауатсыздық, бухгалтерлік қателерді жіктеу

THE IMPACT OF FINANCIAL ERRORS ON THE COMPANY'S ACTIVITIES

Kulakhmedova G.T.¹, Talipova N.², Zikeeva A.³, Levina D.⁴

Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

Abstract: At the present stage, financial reporting is becoming an important element of planning and development of companies. The article reveals the issues of the degree of influence, classification, procedure for correcting and reflecting accounting errors and distortions in accounting (financial) statements, which can significantly change its indicators and seriously affect the opinion of interested users of accounting data. This article discusses six common mistakes made in business that can lead to

the bankruptcy of a campaign. To avoid financial mistakes of a small business, it is necessary to take several steps to prevent its bankruptcy. These six financial mistakes can destroy a small business even before it gets off the ground.

Keywords: financial errors, small business, entrepreneurship, crisis, financial illiteracy, classification of accounting errors

Ошибки предпринимателей в сфере финансов во многих случаях связаны с возникновением налоговых рисков. А также, вследствие ошибок возможны конфликтные ситуации с контракторами или работниками. При ведении бизнеса предпринимателям нужно обращать особенное внимание на операции с деньгами и на ситуации, которые могут негативно повлиять на деятельность. К примеру, в 2020 г: распространение коронавирусной инфекции, вследствие чего многие малые и средние предприятия вынуждены были закрыться.

Но даже до инфекций в последние пять лет наблюдалась тенденция, когда закрываемых предприятий больше, чем открываемых. И в определенной степени это связано с финансовыми ошибками, которые допускают предприниматели.

Финансовым посредничеством признается деятельность по обеспечению взаимосвязи поставщиков и потребителей.

В настоящее время для устойчивой деятельности предприятий существует ряд трудов различных зарубежных авторов, посвящённых теме финансовой грамотности: Алла Милютина, Майкл Гудвин, Дэвид Бах, Рэй Дало, Джеймс Маккена, Брайан Трейси, Саймон Вайн, Натаниэль Поппер и др.

Отечественные авторы, поднимающие вопросы о ведении финансов: А. Нурумов, А. Бекболсынова, Б. Ермекбаева, А. Рахимбаев, Э. Михель. Данные труды способны не только помочь многим начинающим предпринимателям избежать финансовых ошибок в своей деятельности, но и ввести в общие понятия экономики в целом.

На основе проведённого исследования необходимо отметить, что малый бизнес может быть невероятно прибыльным, и многие люди предпочитают основать собственную компанию, а не заниматься офисной работой, которая не соответствует их личным целям или образу жизни, но однако ведение собственного бизнеса также означает принятие на себя новых рисков и обязанностей, которые вы, возможно, не рассматривали на ранних стадиях своего стартапа. Избегание финансовых ошибок в вашем малом бизнесе сэкономит вам деньги в будущем и предотвратит банкротство вашей компании еще до того, как она сдвинется с мертвой точки.

Любой кризис – проверка бизнеса на прочность и адаптацию. Кто-то воспринимает тяжелые времена как новые перспективы, а для кого-то кризис губителен.

Предприниматели вынуждены круто менять свой бизнес: по результатам опроса института «Синергия» и Аналитического центра НАФИ, более половины бизнесменов признались, что им пришлось поменять бизнес-процессы в компании; при этом 27% переориентировались на другой род деятельности, выпустили новые продукты и услуги; а меньше половины пришлось полностью приостановить бизнес.

Нюанс в том, что до этого мы имели дело только с финансовыми кризисами, которые можно было как-то переждать без изменений в работе. Пандемия же меняет всю экономику и психологию, поведение клиентов, а значит, переждать не выйдет, нужны другие подходы.

Но и во время карантина предприниматели допускают те же типичные ошибки, что и в течение финансовых кризисов. Разберем, какие действия могут привести к банкротству.

Вот шесть самых больших финансовых ошибок, которые могут разрушить ваш малый бизнес еще до того, как у него появится шанс на успех.

Не создание банковского счета компании.

Некоторые полагают, что, банковский счет компании открыт на их имя и они являются единственным учредителем компании, нет необходимости в корпоративном банковском счете. Хотя это правда, что технически он вам как владельцу не нужен, наличие отдельного банковского счета может избавить вас от многих нежелательных проблем.

Например, если ваш бизнес привлекает более одного партнера или инвестора и возникают споры о том, как разделить деньги, вы захотите иметь возможность показать четкие записи о том, что было внесено в компанию и из нее. Это также поможет защитить ваши личные финансы, если что-то случится с вашим бизнесом – в таких случаях судебный приказ может потребовать заморозки ваших счетов до тех пор, пока эти финансовые вопросы не будут решены

Игнорирование налогов – это огромная финансовая ошибка, которая может погубить вашу маленькую работу и, скорее всего, приведет к неприятностям с налоговой службой. Если вы проигнорируете налоговый вопрос, даже если это ненадолго, он может разрастись как снежный ком и в конечном итоге навредить вам в долгосрочной перспективе.

Если вы не подаете налоги должным образом, есть большая вероятность, что Налоговое управление проведет аудит вашего бизнеса и назначит штрафы. Это не стоит того, чтобы рисковать! Как предприниматель, одной из ваших основных задач является обеспечение того, чтобы все документы были поданы вовремя и содержали всю необходимую информацию.

Отсутствие резервного плана.

Когда вы начинаете свой собственный бизнес, очень важно иметь запасной план. Что-то, что позволит вам зарабатывать деньги, когда ваша первая идея провалится. Это может быть магазин Etsy, побочный бизнес или дополнительная внештатная работа. Если наихудший сценарий сбудется и вы потерпите неудачу, наличие чего-то для сохранения некоторого дохода будет иметь большое значение для того, чтобы вы все еще могли оплачивать счета, пытаться снова.

Отсутствие маркетингового бюджета. Наличие маркетингового бюджета очень важно. Если у вас нет денег, чтобы продавать свой продукт или услугу, то никто об этом не узнает! И если никто об этом не знает, то никто его и не купит.

Кроме того, без маркетингового бюджета вы можете упустить некоторые из наиболее эффективных способов продвижения вашего бизнеса. Основная часть маркетинга заключается в предоставлении свежего контента, который информирует читателей и побуждает их к действию. Например, потратив 100 долларов на рекламную кампанию в Facebook, нацеленную на потенциальных клиентов, которые могут быть заинтересованы в вашем продукте или услуге, вы можете охватить тысячи людей за копейки с каждого. Не имея маркетингового бюджета и не используя другие методы рекламы, такие как поисковая оптимизация (SEO) и реклама в социальных сетях (SMA), вы, по сути, упускаете бесплатные возможности для привлечения большего количества потенциальных клиентов и продаж.

Нерациональное управление капиталом. Нерациональное управление доходами и затратами на складские запасы – одна из самых больших ошибок, приводящих к долговым проблемам и банкротству. Хотя выручка важна, наличие запасов под рукой, соответствующих уровню вашего спроса, и постоянная покупка дополнительных запасов, когда они вам не нужны, истощают денежный поток и прибыльность компании. Поддержание здоровых отношений с поставщиками может помочь снизить затраты вашего бизнеса в долгосрочной перспективе. Поговорите со своими поставщиками о том, какую плату они взимают за свою продукцию, и поинтересуйтесь скидками, которые они могут предложить.

В пример можно взять кризис в Уральске с 2021 по 2022 года. 40% новых квартир частные застройщики не могут продать из-за отсутствия покупателей.

Представители частных застройщиков констатируют, что из-за падения покупательского спроса уже строят в половину меньше многоэтажных домов, чем в прошлом году. По их словам, если государство сейчас не предложит населению новые льготные программы ипотечного кредитования, то уже в следующем году многие строительные компании, занятые в строительстве жилья, уйдут в банкротство.

Сами бизнесмены рассказали, что за год-полтора из-за резкого удорожания практически всех строительных материалов выросли цены на строящееся жилье. Сейчас жилье эконом-класса в Уральске частные компании строят в среднем по 200-230 тысяч тенге за квадратный метр (в прошлом году – 160 тысяч за квадрат). Это удорожание квартир уже сказалось на рынке

нового жилья – представители строительных компаний заявили, что с начала года они отмечают спад спроса на строящееся жилье. Не спас ситуацию и летне-осенний сезон, когда люди активно начинают приобретать недвижимость. Застройщики отметили, что сейчас в месяц они продают 1-2 квартиры в построенных домах. Практически 40% квартир в построенных ими домах стоят – никто их не покупает.

В пример можно взять кризис в Уральске с 2021 по 2022 года. 40% новых квартир частные застройщики не могут продать из-за отсутствия покупателей.

Представители частных застройщиков констатируют, что из-за падения покупательского спроса уже строят в половину меньше многоэтажных домов, чем в прошлом году. По их словам, если государство сейчас не предложит населению новые льготные программы ипотечного кредитования, то уже в следующем году многие строительные компании, занятые в строительстве жилья, уйдут в банкротство.

Сами бизнесмены рассказали, что за год-полтора из-за резкого удорожания практически всех строительных материалов выросли цены на строящееся жилье. Сейчас жилье эконом-класса в Уральске частные компании строят в среднем по 200-230 тысяч тенге за квадратный метр (в прошлом году – 160 тысяч за квадрат). Это удорожание квартир уже сказалось на рынке нового жилья – представители строительных компаний заявили, что с начала года они отмечают спад спроса на строящееся жилье. Не спас ситуацию и летне-осенний сезон, когда люди активно начинают приобретать недвижимость. Застройщики отметили, что сейчас в месяц они продают 1-2 квартиры в построенных домах. Практически 40% квартир в построенных ими домах стоят – никто их не покупает.

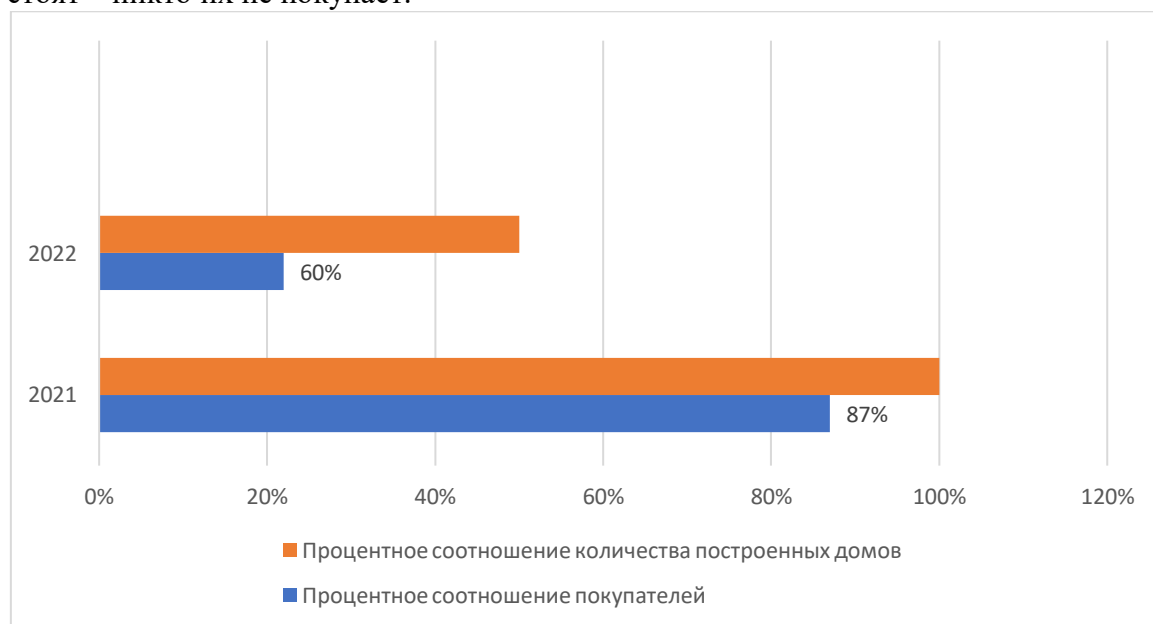


Рисунок 1 – Процентное соотношение количества построенных домов и покупателей
Примечание: рисунок составлен на основе источника [4].

Какой финансовый кризис сильнее всего ощутил Казахстан:

С 1993 года тенге проделала длинный путь, перешла на свободно плавающий курс и подешевела к концу 2021 года – с 4,69 тенге до 420 тенге за доллар. Сегодня курс доллара равен 494 тенге. Всего национальная валюта испытала 5 девальваций.

Каждая девальвация несет негативные последствия для народа, населения. В первую очередь, она снижает стоимость сбережений и покупательную способность. При этом она увеличивает уровень инфляции и негативно влияет на качество жизни. Люди боятся очередных возможных скачков курса валют из-за непредвиденных внешних факторов, будь это военный конфликт, санкции или пандемия. Страховщики исследовали данные из открытых источников и выяснили, как за последние 30 лет 6 глобальных мировых финансовых кризисов и 5 девальваций отразились на жизни казахстанцев и их з/п.

Но несмотря на все преимущества использования бухгалтерского аутсорсинга, в Казахстане существует ряд препятствий, мешающих его распространению. Во-первых, основной проблемой являются особенности казахстанского менталитета и стереотип мышления. Большинство руководителей привыкли видеть бухгалтера в штате и лично контролировать его деятельность, а руководители малых предприятий нередко предпочитают сами вести бухгалтерский учет, нежели отдавать его в руки сторонней организации. Во-вторых, отсутствуют внутренние правила по ведению аутсорсинга, лицензируемые и аттестационные объединения, контролирующие качество предоставляемых услуг и решающие возникающие споры. В-третьих, завышение аутсорсинговыми фирмами стоимости своих услуг путем включения в себестоимость собственных издержек.

Так или иначе, несмотря на многообразие схем искажения данных в финансовой отчетности, все они нацелены на завышение выручки, прибыли и валюты баланса. По этой причине и существует проблема определения достоверности финансовой отчетности, решение которой является сложной и многосоставной. Установление достоверности требует достаточного убедительного обоснования для сформированного мнения. Если аргументы, доказывающие достоверность или недостоверность, найдены, то их можно четко сформулировать. Следовательно, либо проблема установления уровня допустимой ошибки (границы достоверности) принципиально разрешима на уровне общих критериев и ее решение может быть аргументированно.

Уровень малого и среднего бизнеса способствует развитию экономики страны и путём его поддержки государство решает проблемы с благосостоянием своих граждан. Но основную долю ответственности за свой бизнес несут реальные собственники, которые располагают правом вести предприятие либо на повышение, либо на понижение. Из-за неосведомлённости основополагающих факторов ведения бизнеса и финансовой неграмотности банкротство способно настичь компанию ещё до того, как она начнёт процветать. Для создания процветающего бизнеса необходимо осведомиться с финансовой грамотностью, которая необходима для принятия разумных финансовых решений и достижения поставленных целей, выдвинутых для развития предприятия.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гребенников П. И. Корпоративные финансы: учебник и практикум для академического бакалавриата / П. И. Гребенников, Л. С. Тарасевич. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 252 с.
2. Ковалева В.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. - М.: Проспект, 2012.
3. Остапенко В.М., Мешков В.С. Финансовое состояние предприятия: оценки и пути улучшения // Экономист. 2012. №3.
4. <https://cyberleninka.ru/>

Сведения об авторах

*Кулахмедова Галия Турабековна – кандидат экономических наук, ассоциированный профессор, Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан, e-mail: jkalia@yandex.ru

**Талипова Нурила Мараткызы – студент Каспийского Общественного Университета, e-mail: nurilatalipova99@gmail.com

***Зикеева Аида Эркиновна – студент Каспийского Общественного Университета, e-mail: zikeevaaida@gmail.com

****Левина Дарья Владимировна – студент Каспийского Общественного Университета, e-mail: levina.darya0101@mail.ru

Авторлар туралы мәліметтер

* Құлахмедова Ғалия Төребекқызы-экономика ғылымдарының кандидаты, қауымдастырылған профессор, Каспий қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы, E-mail: jkalia@yandex.ru

** Талипова Нұрила Маратқызы-Каспий қоғамдық университетінің студенті, e-mail: nurilatalipova99@gmail.com

*** Зикеева Аида Эркиновна – Каспий қоғамдық университетінің студенті, e-mail: zikeevaaida@gmail.com

**** Левина Дарья Владимировна - Каспий қоғамдық университетінің студенті, e-mail: levina.darya0101@mail.ru

Information about the authors

*Kulakhmedova Galiya Turabekovna – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan, e-mail: jkalia@yandex.ru

**Talipova Nurila Maratkyzy – student of the Caspian Public University, e-mail: nurilatalipova99@gmail.com

***Aida Erkinovna Zikeeva – student of the Caspian Public University, e-mail: zikeevaaida@gmail.com

****Levina Daria Vladimirovna – student of the Caspian Public University, e-mail: levina.darya0101@mail.ru

ҚАЗАҚСТАН АРТ-ИНДУСТРИЯСЫНДАҒЫ БРЕНДИНГ СТРАТЕГИЯСЫ

Малаева Р.А.¹

¹Құрманғазы атындағы Қазақ Ұлттық консерваториясы, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

Аңдатпа. Мақалада Қазақстан арт-нарығындағы брендтің қалыптасу мәселелері және ерекшеліктері көрсетілген. Өнер бизнесі, соның ішінегі музыка нарығындағы ахуал бейнеленген. Брендтің шетелдегі музыкалық стратегиясы нарыққа және аймақтың мәдени деңгейіне байланысты өзгеруі мүмкін, брендтің музыкалық стратегиясының негізгі элементтерінің бірі бірегей бейне мен дыбысты дамыту болып табылады. Бұл музыка стилін, логотип дизайнын, альбом суретін және визуалды сәйкестікті таңдауды қамтиды. Бұл элементтер танылатын және бренспен байланысты болуы керек. Брендтің музыкалық стратегиясының тағы бір маңызды аспектісі оны жылжыту стратегиясы болып табылатындығы көрсетілген.

Түйін сөздер: Өнер бизнесі, арт-индустрия, брен, брендинг, стратегия, медиа.

СТРАТЕГИЯ БРЕНДИНГА В АРТ-ИНДУСТРИИ КАЗАХСТАНА

Малаева Р. А.¹

¹Казахская национальная консерватория им. Курмангазы, г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация. В статье освещены проблемы и особенности формирования бренда на арт-рынке Казахстана. Изображена ситуация на рынке искусства, в том числе и на музыкальном рынке. Музыкальная стратегия бренда за рубежом может варьироваться в зависимости от рынка и культурного уровня региона, одним из ключевых элементов музыкальной стратегии бренда является разработка уникального видео и звука. Это включает в себя выбор музыкального стиля, дизайна логотипа, обложки альбома и визуальной идентичности. Эти элементы должны быть узнаваемыми и ассоциироваться с брендом. Было показано, что еще одним важным аспектом музыкальной стратегии бренда является стратегия его продвижения.

Ключевые слова: арт-бизнес, арт-индустрия, брендинг, брендинг, стратегия, медиа.

BRANDING STRATEGY IN THE ART INDUSTRY OF KAZAKHSTAN

Malaeva R. A.¹

¹ Kurmangazy Kazakh National Conservatory, Almaty, Republic of Kazakhstan

Annotation. The article presents the problems and features of brand formation in the art market of Kazakhstan. The situation in the art business, including in the music market, is reflected. The brand's overseas music strategy may vary depending on the market and the cultural level of the region, one of the key elements of the brand's music strategy is the development of unique video and sound. This includes the choice of music style, logo design, album art, and visual identity. These elements must be recognizable and associated with the brand. It has been shown that another important aspect of the brand's music strategy is its promotion strategy.

Keywords: art business, art industry, Bren, branding, strategy, media.

Өнер индустриясындағы брендинг – мақсатты аудиторияның назарын аударуға және мәдени өнім үшін бірегей имидж жасауға көмектесетін маңызды құрал. Өнер индустриясында сәтті брендинг стратегиясын келесі жолдар арқылы жасауға болады:

-Брендингтің негізгі элементтері: Бренд тек атау мен логотипті ғана емес, сонымен қатар құндылықтарды, идеологияны, миссияны, әлемге көзқарасты және т.б. қамтитынын түсіну маңызды. Өнер индустриясында бренд мәдени өнімнің бірегейлігі мен тұлғасын көрсете білу керек.

- Әлеуметтік желілерді пайдалану. Әлеуметтік медиа - өнер индустриясында брендті ілгерілетудің тамаша тәсілі. Олар мәдени өнімнің айналасында қауымдастық құруға, мақсатты аудиториямен байланысуға және жаңа жобалар туралы сөзді таратуға мүмкіндік береді.

- Іс-шараларға қатысу. Сауда көрмелері, фестивальдар, концерттер және т.б. сияқты іс-шараларға қатысу брендке назар аударуға және табысты және құрметті мәдени өнімнің бейнесін жасауға көмектеседі.

-Басқа брендтермен ынтымақтастық. Өнер индустриясындағы басқа брендтермен ынтымақтастық брендке таныстар шеңберін кеңейтуге, жаңа жобалар жасауға және нарықта ілгерілеуге көмектеседі.

-Мақсатты аудиторияны тарту. Мақсатты аудиторияны мәдени өнімдерді жасау процесіне тарту маңызды, сонда олар брендтің бір бөлігі ретінде сезініп, оған көбірек беріледі.

-Мазмұнды пайдалану. Мазмұн - өнер индустриясында брендті жылжытудың тамаша тәсілі. Қызықты және бірегей мазмұнды жасау мақсатты аудиторияны назарын аударуға және бренд имиджін құруға көмектеседі.

Өнер бизнесіндегі маркетинг өнер өнімін ілгерілететін және өткізуге, түпкі тұтынушылардың қажеттіліктеріне бағытталған компанияның (дилердің) басқару қызметінің тұтас тұжырымдамасына айналуы керек. Сонымен қатар, маркетинг - бұл идеяның пайда болуынан бастап іске асыруға дейінгі барлық әрекеттер тізбегін қамтитын уақыт бойынша енгізілген процесс.

Бүкіл процестің мақсаты - тұтынушылардың мақсаттарын қанағаттандыруға бағытталған.

Коммерциялық салада, соның ішінде өнер бизнесінде барлық маркетингтік қызмет нарықтық бағдарға негізделген. Сондықтан нарық стратегия мен тактиканы таңдаудың анықтаушы ұстанымы, критерийі болып табылады. Ол өзінің барлық сапалық сипаттамаларын ақпараттық жүйе арқылы береді.

Өнер индустриясындағы бренд стратегиясы өнер өнімдерінің мәдени және эстетикалық құндылығы бар және таза коммерциялық сипаттағы тауарлар мен қызметтерден ерекшеленуіне байланысты өзіндік ерекшеліктері бар [1, 30 б].

Өнер индустриясындағы бренд стратегиясының негізгі мақсаттары:

Оның бірегей сипаттамалары мен құндылықтарын көрсететін бірегей бренд сәйкестігін құру болып табылады.

Бренд құндылықтары мен миссиясына сәйкес келетін нарықтық позицияны дамыту.

Демеушілік, іс-шаралар, жарнама, әлеуметтік желілер және т.б

Бренд пен аудитория арасында ұзақ мерзімді қарым-қатынас орнатуға ықпал ету.

Брендтің беделін дамыту және қолдау, оның имиджін нығайту және аудиторияның адалдығын қалыптастыру.

Брендтің миссиясы мен құндылықтарына сәйкес келетін және жоғары сапалы өнер өнімдерін әзірлеу және жылжыту.

Өнер индустриясындағы бренд стратегиясы өнер өнімдерінің мәдени және эстетикалық құндылығын ескеріп, аудиторияны тартатын және брендке адалдықты ілгерілететін бірегей және тартымды бренд имиджін құруға бағытталған. Өнер индустриясындағы бренд стратегиясының сәттілігі брендтің өз миссиясы мен құндылықтарын қаншалықты тиімді

жеткізе алатындығына, сондай-ақ аудиториямен ұзақ мерзімді қарым-қатынасты қалай құра алатындығына байланысты екенін ескеру қажет.

Өнер индустриясында брендті дамытудың негізгі элементтерінің бірі өнім желісін үнемі жаңарту және кеңейту болып табылады. Бұл жаңа өнер жинағы, жаңа кітап шығарылымы, көрме немесе тіпті өнердің жаңа категориясы болуы мүмкін. Бұл жаңа клиенттерді тартуға және ескілерді сақтауға мүмкіндік береді.

Өнер индустриясында брендті дамытудың тағы бір маңызды аспектісі- бірегей және оңай танылатын стильді құру болып табылады. Тұтынушылар брендтің өнімдерін басқа ұқсас өнімдердің арасында тани білуі керек. Сонымен қатар, брендті дамыту брендтің құндылықтары мен миссиясын көрсететін нақты позициялау стратегиясына негізделуі керек. Өнер индустриясында брендтің дамуы тұтынушылармен және серіктестермен қарым-қатынасты нығайтумен де байланысты. Бұл қайырымдылық істерге қатысу, іс-шараларды өткізу және адал клиенттерге арналған эксклюзивті ұсыныстарды қамтиды.

Өнер индустриясында брендті дамыту аяқталатын процесс емес екенін түсіну маңызды, жылдар сайын жаңартылып отырылатын үздіксіз жұмыс. Бұл брендке үнемі назар аударуды және инвестициялауды талап ететін үздіксіз процесс.

Көрсеткіштерді сипаттау және бағалау критерий қалптастырудың түрлі кезеңіндегі құзыреттерді сипаттау.

Неліктен өнер бизнесі әлі де тартымды және пайдалы?

Мұны ең алдымен келесі негізгі факторлармен түсіндіруге болады:

- тұтастай алғанда қызмет көрсету секторының жылдам кеңеюі;
- халықтың өнер бизнесінің қызметтеріне сұранысының артуы;
- ғылыми-техникалық прогресс пен технологиялардың қарқынды дамуы;
- нарықтардың жаһандануы;
- жаңа жаһандық тиімді қаржы құралдарының болмауы;
- ықтимал жоғары табыстар және материалдық емес пайдалар (сирек кездесетін заттың иесінің мәртебесі сияқты).

Көптеген өнер туындыларының құндылығы бірте-бірте артып, қоғамда өнердің белгілі бір саласына пайда болған қызығушылық үрдісті дұрыс бағалағанда ғана жоғары нәтиже береді.

Өнер нарығының өзіндік ерекшеліктері бар. Егер коммерциялық секторда негізгі мақсат іс жүзінде тек пайда болса, өнер саласында, ең алдымен, миссионерлік, эстетикалық қажеттіліктерді қанағаттандыру, яғни бірінші орынға көркемдік міндет қойылады, содан кейін экономикалық міндет - пайда табу. Өнер нарығындағы мәдени құндылықтардың айналымы бірқатар факторлармен анықталады: атрибуция, міндетті таңбалау, жіктеу негізінде құндылықтарды есепке алу, бағалау.

Өнер туындыларын иесінен коллекционерге көшіру кезеңдері (меншік иесі, арт-дилер, төмен деңгейлі арт-дилерлер, аукциондар, коллекционерлер) әрқашан маңызды мәселелермен байланыстырылады. Ең бастысы, шығарманы жасаушы мен көркемдік менеджер арасындағы қарым-қатынастың іскерлік жағы келесі схема бойынша жүзеге асырылуы керек: өнімді жасаушы еңбек міндеттерінің көлемін анықтайды; міндеттер қояды; жұмыс аймағын анықтайды; өнер дилеріне жауапкершілікпен қарайды және шығармашылықпен байсалды түрде айналысады. Өнер туындыларын нарықта ілгерілетуде, жеке шеберлер мен көркем галереялардың бейнесін жасауда заманауи компьютерлік технологиялар қолданылады.

Өнер бизнесі үшін интернет-маркетинг іздеу жүйелерінде өнер жасаушылардың сайттарын жылжыту сияқты мүмкіндіктерді ұсынады. Мысалы, өнер индустриясының орталық оқиғалары болып табылатын жыл сайынғы үш халықаралық электронды көрме өткізіледі, өнер бизнесі бағыттары бойынша электронды кітаптар шығарылады, практикалық семинарлар өткізіледі, олар туралы толық ақпарат мамандандырылған сайттардың беттерінде орналастырылады. Интернет арқылы клиенттер веб-сайттарды жылжытуда, контекстік жарнаманы басқаруда, интернетте бизнесті дамытуға арналған күрделі жобаларды құруда және т.б.

Қазіргі уақытта көркемөнерпаздардың саны артып келеді, бұл клиент үшін ыңғайлы болғандықтан (әр уақытта көрмелерге барудың қажеті жоқ) онлайн (онлайн-банкинг арқылы) қызметтерін ұсынып отыр.

Өнер бизнесі саласында Интернет-аукциондар (онлайн аукциондар) пайда болып, жұмыс істей бастады, олардың дамуы бірегей өнер туындыларына сәйкес келетін бағаларды белгілеуге айтарлықтай әсер етті. Егер бірнеше жыл бұрын белгілі бір өнер туындысының бағасы туралы ақпаратты табу қиын болса, қазір өнер туындысының бағасын білуге немесе оның құны туралы жалпы түсінікке ие болу мүмкіндігінсіз интернет арқылы жасауға болады.

Интернетті өнер туындыларын жасаушылардың үлкен саны пайдаланады. Мұндай өсу тенденциясын интернет-сауда алаңдарының кеңеюі және өнер бизнесі саласындағы олардың санының өсуі арқылы байқауға болады. Олардың кейбіреулері, мысалы, картиналарды сату үшін, қазірдің өзінде өнерді сатып алушыларға маркетингтік қызметтер кешенін ұсынатын үлкен галереяларға айналды. Жыл сайын мұндай сайттарға олардың санының өсуіне қарамастан қатысу бағасының өсуі байқалады. Бағалар осы сайттардың әлемдік рейтингіне байланысты сараланады [2, 17 б].

Өнер бизнесін дамыту үшін бизнесте де, брендті алға жылжыту үшін де біртіндеп енгізіле бастаған интернет-маркетингтің жаңа инновациялық құралдарын пайдалану қажет.

- Іздеу жүйесін оңтайландыру – тиімді, сатылымдық сұраныстар үшін сайтты іздеу жүйелерінде бірінші орындарға жылжыту. Іздеу жүйесін оңтайландыру сайтқа мақсатты және жоғары сапалы аудиторияны тартады. Веб-сайтты оңтайландыру әлеуетті тұтынушылар іздеу жүйесінен сұрайтын тиімді, сатылатын іздеу сұрауларының тізіміне сәйкес жүзеге асырылады.

- Контекстік жарнама – іздеу жүйелерінде және веб-сайт беттерінде көрсетілетін Интернет-жарнама. Мәтін-мәндік жарнаманың кәдімгі интернет-жарнамадан айырмашылығы, ол пайдаланушының іздеу сұрауына немесе ол көрсетілетін беттің тақырыбына байланысты болып келеді. Мәтін-мәндік жарнама сайтқа мақсатты пайдаланушыларды - жарнамаланатын өнімге немесе қызметке қызығушылық танытқан келушілерді тартады. Мәтін-мәндік жарнама арқылы клиент тек жарнаманы басып, оның сайтына кірген пайдаланушылар үшін төлейді. Тәжірибе көрсеткендей, оны Яндекс, Google және Rambler іздеу жүйелерінде, сондай-ақ жоғары сапалы тақырыптық сайттарда орналастыру тиімді.

- Дисплейлік жарнама – бұл веб-сайттарда орналастырылатын және белгілі бір өнім немесе қызметпен тұрақты бренд құруға бағытталған графикалық жарнама. Бұл брендтің хабардарлығы мен аудиторияның оған деген көзқарасын арттырады, сонымен қатар өнер туындыларын жасаушының имиджін нығайтады. Дегенмен, бұқаралық ақпарат құралдарындағы жарнама тек үлкен көлемдегі әсерлермен жұмыс істей бастайтынын атап өткен жөн, өйткені ол ақпараттық өрісте тұрақты, қарқынды қатысуды талап етеді.

- Әлеуметтік желідегі интернет-маркетинг – бұл әлеуметтік желілермен және тақырыптық қауымдастықтармен жұмыс: пікірлерді бақылау, талқылауға қатысу. Бұл компанияның алдында тұрған маркетингтік міндеттерді тиімдірек шешуге көмектеседі. Әлеуметтік интернет-маркетинг аудиторияның адалдығын арттыру үшін қажет.

Брендтің қалыптасу процесін 4 кезеңге бөлуге болады:

1. Бірінші кезең 1870-1900 жж. Тұтыну тауарларын жасай отырып, олардың кейбіреулері бүгінгі күнге дейін сақталып келе жатқан брендтерге айналды. Тауарларды бөлу сапасы мен әдістерінде өзгерістер бар. ("Колгейт" 1873, "Кока-кола" 1887, "Nestle" 1890);

2. Екінші кезең 1900-1920 жылдар аралығын қамтиды. Қолданыстағыларды дамыту, сапалы жаңа брендтер жасау. Орташа менеджерлердің пайда болуы.;

3. Үшінші кезең 1920-1930 жылдары болған Ұлы күйзеліс жылдарына сәйкес келеді және Екінші дүниежүзілік соғыс, 1939-1945 жж. Бренд концепциясының пайда болуы («брендті құру және дамыту процесі және оның сәйкестігі») және бренд маркетингі (Procter & Gamble) ;

4. 1945 жылы басталған төртінші кезең бүгінгі күні де қалыптасуда. Бренд менеджменті терминімен таныстыру. Келесі кезекте бірқатар ғалымдардың бренд терминін түсінуіне жүгінеміз [3, 43 б]. «Бренд – бұл өнімге немесе қызметке қабылданатын құндылықты қосатын тұтынушылардың санасында пайда болатын ассоциациялар жиынтығы» (Келлер, 1998)

Бренд феномені тауар белгісі және тауар белгісі сияқты ұғымдарды біріктіреді, бұл біріктірілген кеңірек ұғым, себебі әрбір тауар белгісі бренд бола бермейді, өйткені бренд көптеген әртүрлі сипаттарды қамтиды. Ең алдымен, табысты нонсенс тұтынушы үшін үш негізгі құрамдас бөлікті қамтиды деп айта аламыз: Жоғары сапа; Басқа өнімдердің арасында айқын және жарқын ерекшелік; Қосымша құндылықтар (тұтынушыны белгілі бір брендті сатып алуға ынталандыратын материалдық емес немесе ерекше артықшылықтар мен артықшылықтар, басқаша айтқанда бонустар) Бұл сипаттаманың мысалы ретінде біз BMW басқару класындағы автокөлікті сатып алуды келтіруге болады - бұл тек көлік құралы ғана емес, сонымен қатар осы брендтің эмоционалдық сипаттамаларының ажырамас бөлігі болып табылатын оның мәртебесі туралы байыпты мәлімдеме. Сонымен қатар, брендтің табысты болуы үшін екі топқа бөлуге болатын белгілі бір маңызды атрибуттар бар: көрнекі және сөйлеу. Бірінші топқа логотип (Apple - тістелген алма), қаптама (Adamas - бренд жазуы бар ақылды көк жәшіктер), ойдан шығарылған кейіпкер (Nesquik - Квики қоян) сияқты сипаттамалар кіреді. Екінші топқа атау, ұран (Toyota - drive the dream), Брендтің шынайы тарихи аңыз (Chanel No5), брендке арналған ойдан шығарылған оқиға сияқты компоненттер кіреді. Логотип сияқты маңызды идентификатордың бірнеше түрі бар, дәлірек айтсақ, оны 3 вариацияға жіктеуге болады: суреттік (Apple, Jaguar), мәтіндік (Panasonic, Philips) және аралас (Beeline, MTS). Сондай-ақ сатып алушы үшін өнімнің келесі сипаттамалары маңызды: 1. Түс, ассоциациялардың оң қалыптасуының көрнекі аспектісін толықтыру үшін (Whiskas мысық тағамының таңқурай қаптамасы) 2. Шрифт. Бұл кәдімгі болмауы керек, танымал қаріптер қаптаманы даралық пен тартымдылықтан айырады. Таңдалған қаріптің контрасты мен жарықтығы да маңызды. Брендтің шетелдегі музыкалық стратегиясы нарыққа және аймақтың мәдени деңгейіне байланысты өзгеруі мүмкін.

Брендтің музыкалық стратегиясының негізгі элементтерінің бірі бірегей бейне мен дыбысты дамыту болып табылады. Бұл музыка стилін, логотип дизайнын, альбом суретін және визуалды сәйкестікті таңдауды қамтиды. Бұл элементтер танылатын және брендпен байланысты болуы керек. Брендтің музыкалық стратегиясының тағы бір маңызды аспектісі оны жылжыту стратегиясы болып табылады. Ол музыканы әлеуметтік желіде, радиода және теледидарда жарнамалау үшін әртүрлі маркетингтік науқандарды қамтуы мүмкін. Барлық ықтимал платформаларда музыкалық мазмұн мен өнімдердің қолжетімділігі бірдей маңызды.

Сондай-ақ брендтің шетелдегі музыкалық стратегиясының маңызды элементі нарықта өз орнын нығайту және аудиториясын кеңейту мақсатында жергілікті әртістермен және продюсерлермен ынтымақтастық болып табылады. Бұл сонымен қатар бренд пен өнім туралы хабардарлықты арттыру үшін концерттер мен іс-шараларды ұйымдастыруды қамтуы мүмкін.

Соңында, брендтің шетелдегі музыкалық стратегиясы аймақтың мәдени және әлеуметтік ерекшеліктерін ескеру керек. Мысалы, белгілі бір музыка стилі нарықта үстемдік етсе, брендті ілгерілету үшін музыканың жанры мен стилін таңдау кезінде осы фактіні ескеру қажет. Сондай-ақ белгілі бір елде тиімдірек жылжыту үшін мәтіндер мен жарнамалық материалдарды локализациялау қажет болуы мүмкін. Америкадағы өнер индустриясындағы брендинг стратегиясы: тұтынушыға назар аудару; өнер индустриясындағы табысты брендинг стратегиясының негізгі аспектілерінің бірі тұтынушылардың қажеттіліктері мен күтулерін түсіну болып табылады. Америкада тұтынушылар өте талапшыл және жоғары сапаға үйренген, сондықтан өнер индустриясында жұмыс істейтін компаниялар осы талаптарды орындауға ұмтылады. Бірегей бренд имидж құру. Американдық өнер индустриясында бәсекелестерден ерекшеленетін және тұтынушылардың назарын аударатын бірегей бренд имиджді жасайды. Бұл ашық түстер, түпнұсқа пішіндер, әдеттен тыс материалдар және т.б.

Маркетингтік науқандарды қолдану. Өнер индустриясындағы брендинг стратегиясының маңызды аспектісі бренд туралы хабардарлық пен хабардарлықты арттыруға көмектесетін маркетингтік науқандарды пайдалану болып табылады. Науқандарға әлеуметтік желілердегі жарнама, танымал тұлғалармен ынтымақтастық және т.б. сияқты жылжытудың әртүрлі әдістері кіруі мүмкін.

Тұтынушылар үшін бірегей тәжірибе жасау. Американдық өнер индустриясында жоғары сапалы өнімді ұсыну ғана емес, сонымен қатар тұтынушылар үшін бірегей тәжірибе жасау маңызды. Бұл түпнұсқа дизайнды, ыңғайлылықты, қосымша қызметтерді және т.б. қажет етеді.

Басқа брендтермен ынтымақтастық. Американдық өнер индустриясы бірегей өнімдер мен қызметтерді жасау үшін басқа брендтермен ынтымақтастықты жиі пайдаланады. Бұл дизайнерлер, музыканттар, суретшілер және т.б. өнер жолында жүрген адамдар.

Disney, Warner Bros., Marvel және Lucasfilm сияқты АҚШ өнер индустриясындағы негізгі брендтер нарықтағы көшбасшылықты сақтауға және жаңа тұтынушыларды тартуға көмектесетін табысты брендинг стратегияларына ие. Бұл брендтер қолданатын негізгі стратегиялардың бірі - жылдар бойы аудиторияға танымал және сүйікті болып қалатын бірегей әлемдер мен кейіпкерлерді жасау. Осы брендтер жасаған әрбір жаңа өнім бір дүниенің бөлігі болып табылады, бұл оны сатып алушылар үшін тартымды етеді. Тағы бір маңызды стратегия – брендті қорғау үшін сауда белгілері мен авторлық құқықтар сияқты зияткерлік меншікті пайдалану керек. Бұл олардың кейіпкерлері мен әлемдерін басқа өнімдерде пайдалануын бақылауға мүмкіндік береді және оларды бәсекелестердің пайдалану мүмкіндігін болдырмайды. Сондай-ақ, АҚШ өнер индустриясының брендтері өз өнімдерін ілгерілету және жаңа тұтынушыларды тарту үшін әлеуметтік желілер мен онлайн маркетингті белсенді пайдаланады. Дүкен сөрелерінде тартымды көрінуі үшін олар өнімнің қаптамасына да мән береді. Соңында, АҚШ өнер индустриясындағы көптеген брендтер аудиторияны адал және өз өнімдерімен айналысуға көмектесетін іс-шаралар, жарыстар және басқа да іс-шаралар ұйымдастыру арқылы жанкүйерлермен және жанкүйерлер қауымдастығымен өзара әрекеттеседі. Жалпы, АҚШ өнер индустриясындағы брендинг стратегиясы бірегей, танымал әлемдер мен кейіпкерлерді жасауға, зияткерлік меншікті қорғауға, әлеуметтік желілерді белсенді пайдалануға және жанкүйерлермен өзара әрекеттесуге бағытталған. Бұл стратегиялар брендтерге нарықтағы көшбасшылықты сақтауға және жаңа тұтынушыларды тартуға көмектеседі [4, 5 б].

Мәскеудегі музыка индустриясында компаниялар өздерінің музыкасы мен имиджін ілгерілету үшін қолданатын әртүрлі бренд стратегияларын байқауға болады. Міне, Мәскеу музыка сахнасында қолданылатын негізгі стратегиялардың кейбірі:

Сән және жастар брендтерімен интеграция: Мәскеудегі көптеген музыкалық компаниялар киім, аяқ киім және басқа аксессуарларды өндіру бойынша компанияларды құра отырып, жастар брендтерімен ынтымақтасады. Бұл аудиториямен байланысуға және заманауи, стильді және сәнді брендтің бейнесін жасауға мүмкіндік береді.

Мәскеу - кең ауқымды брендтермен және өнеркәсіптік компания стратегиясымен музыка нарығына балама болып келеді. Міне, кейбір мысалдар мен тәжірибелі жағдайлар:

Gazgolder: Газголдер Мәскеуде орналасқан тәуелсіз лейбл және клуб. Олар ерекшеліктер мен пайда болған таланттарға бағытталған күшті бренд стратегиясын әзірлейді. Компания әлеуметтік желілер арқылы өз іс-шараларын және шығарылымдарын белсенді түрде алға жылжытады және шығармашылық қызметкерлермен ынтымақтасады.

Black Star : Тимати негізін қалаған Ресейдегі ең массивті органикалық қосылыстардың бірі. Олар өз қонақтарын музыканы ғана емес, сонымен қатар сән, ойын-сауық шоулары мен басқа да ойын-сауықты қамтитын тұтас бренд құруға айналдырды. Black Star өзінің суретшілері мен дереккөздерін насихаттау үшін әлеуметтік медиа мен YouTube-ті белсенді түрде пайдаланды.

Monolit Records: Monolit Records - балама және эксперименталды музыкаға маманданған инди-лейбл. Олар жаңа және бар дыбыстардың кураторы ретінде музыкалық лейблдің тұсаукесерінде жүзеге асырылатын бренд стратегиясын әзірледі. Monolit Records жеке концерттер мен винил шығару іс-шараларына белсенді қатысады.

Tancy Records: Tancy Records - би музыкасына мамандандырылған белгі. Олардың бренд тактикасы клуб сахнасымен және диджейлермен тығыз байланысты. Олар өз мүдделерін ілгерілету және нарыққа әсер ету үшін іс-шараларды, соның ішінде кештер мен фестивальдерді белсенді түрде өткізеді [5, 3 б].

Бұл нұсқалар Мәскеудегі музыкалық топтармен айналысатын әртүрлі халық топтарын қамтиды. Әлеуметтік желілер мен YouTube-ті пайдаланудан бастап бірегей және тұтас бренд құруға дейін музыканы насихаттаудың және назар аударудың өзіндік жолын табуға тырысады.

Оңтүстік Корея музыка, кино, теледидар, сән және басқа да өнерді қоса алғанда, дамыған мәдени индустриясымен танымал. Оңтүстік Кореяның өнер индустриясының көптеген брендтері халықаралық деңгейде танымал және табысты брендинг стратегияларымен танылды. Осындай стратегиялардың бірі бірегейлік пен инновацияға баса назар аудару болып табылады. Оңтүстік Кореядағы өнер индустриясының брендтері бәсекелестерден ерекшеленетін бірегей және есте қаларлық имиджді жасауға ұмтылады. К-поп деп аталатын корей музыка индустриясы бүкіл әлемдегі миллиондаған жанкүйерлер мен жанкүйерлердің назарын аударып, әлемдегі ең табысты ойын-сауық индустриясының біріне айналды. Бұл табыс негізінен Оңтүстік Кореяның музыкалық студиялары қабылдаған табысты брендинг стратегиясына байланысты.

Оңтүстік Кореядағы музыка индустриясы үшін негізгі брендинг стратегияларының бірі күшті, есте қаларлық тұжырымдамалар мен бейнелерді жасау болып табылады. Әрбір музыкалық топтың музыкасын толықтыратын және бәсекелестіктен ерекшеленуіне көмектесетін ерекше стилі мен бейнесі бар. Компаниялар сондай-ақ халықаралық сахнада өнер көрсете алатын жақсы дайындалған және дарынды әртістерді құру үшін өз орындаушыларының білімі мен дамуына инвестиция салуда.

Тағы бір маңызды стратегия - брендті нығайту үшін әлеуметтік медианы пайдалану. Оңтүстік Кореяның музыка өнеркәсібі компаниялары Instagram, Twitter және YouTube сияқты әлеуметтік желілерді өз өнерпаздарын насихаттау және жанкүйерлерімен байланыста болу үшін белсенді пайдаланады. Сонымен қатар, көптеген топтар өздерінің жанкүйерлерімен байланысу үшін ресми қолданбаларды жасайды және оларға эксклюзивті мазмұнды ұсынады. Ақырында, Оңтүстік Кореяның музыкалық индустриясындағы көптеген компаниялар өздерінің имиджін нығайту және аудиториясын кеңейту үшін басқа брендтермен белсенді түрде ынтымақтасады. Мысалы, EXO және Red Velvet сияқты топтарды басқаратын SM Entertainment музыкалық студиясы Coca-Cola және Samsung сияқты танымал брендтермен олардың әртістерін насихаттау және жаңа фанаттар тарту үшін жұмыс істейді. Жалпы, Оңтүстік Кореяның музыка индустриясының брендинг стратегиясы күшті бейнелер мен концепциялардың үйлесімінен, жанкүйерлермен байланыс пен ынтымақтастықты алға жылжыту және қолдау үшін әлеуметтік медианы пайдаланудан тұрады.

ҚОЛДАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Развозжаева Е.А. Процесс определения целевой аудитории бизнеса: разбиение потенциальных клиентов на категории // Современные инновации. - 2016. - №2 (4).
2. Галичкин Н.С. Идентичность бренда - основополагающая успешности продукта // Новый университет. Серия «Экономика и право». - 2014. - №4 (38). - С. 87-89.
3. Жиронкина Д., Рябова Т.В. Слоганы: понятие, значение, методология // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. - 2014. - №24. - С. 68-72.
4. <https://vc.ru/marketing/239923-muzyka-kotoraya-umeet-prodavat-chno-takoe-muzykalnyy-marketing-i-kak-na-nem-mozhno-zarabotat>
5. Music labels for starting: new knowledge [electronic resource]: EATMCHSIS // official website. - Access mode: NTRs: // eatmchs.GCH / mchzykalnye-lejvly-dlya-parnipauchsnnikh-sovety/

Автор туралы мәліметтер

Малаева Раушан Аманбековна – э.ғ.к., доцент, Құрманғазы атындағы қазақ ұлттық консерваториясы, e-mail: Rauka.ru@mail.ru

Сведения об авторе

Малаева Раушан Аманбековна - к.э.н., доцент, Казахская национальная консерватория им. Курмангазы

Information about the author

Malaeva Raushan Amanbekovna-candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Kurmangazy Kazakh National Conservatory

УДК 330.1

ЭВОЛЮЦИОННЫЙ ВЗГЛЯД НА ТЕОРИЮ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО МЫШЛЕНИЯ

Салкынбаева Ф.Д. ¹- Экономика PhD докторант

Таяуова Г.Ж.²- PhD, MBA, ассоциированный профессор

Естурлиева А.И.³- к.э.н, ассоциированный профессор

^{1,3}Каспийский Университет Технологий и Инжиниринга имени Ш.Есенова, Актау

²Универсиет Туран, Алматы

Аннотация

Безработица является одной из значимых тенденций, тормозящих экономическое развитие страны и благосостояние народа. Однако выбор предпринимательской карьеры в основном обусловлен высоким уровнем безработицы и неудовлетворенностью нынешнего сотрудника.

Предпринимательская карьера требует развития предпринимательского мышления посредством интерактивного процесса. Эта статья предлагает четкое представление о теме предпринимательского мышления, чтобы облегчить отдельным лицам и организациям постоянное участие в интерактивной предпринимательской деятельности.

Ключевые слова: предпринимательство; предпринимательский склад ума; когнитивная психология; черты характера; теория мышления; профиль предпринимательского мышления (EMP)

КӘСІПКЕРЛІК ОЙЛАУ ТЕОРИЯСЫНА ЭВОЛЮЦИЯЛЫҚ КӨЗҚАРАС

Салкынбаева Ф.Д. ¹-Экономика PhD докторанты

Таяуова Г.Ж.²- PhD, MBA қауымдастырылған профессор

Естурлиева А.И.³- э.ғ.к, қауымдастырылған профессор

^{1,3}Ш.Есенов атындағы Каспий Технологиялар және инжиниринг университеті, Актау

²Тұран университеті, Алматы

Аннотация

Жұмыссыздық-бұл елдің экономикалық дамуы мен халықтың әл-ауқатын тежейтін маңызды тенденциялардың бірі. Алайда, кәсіпкерлік мансапты таңдау негізінен жұмыссыздықтың жоғары деңгейіне және қазіргі қызметкердің қанағаттанбауына байланысты.

Кәсіпкерлік мансап интерактивті процесс арқылы кәсіпкерлік ойлауды дамытуды талап етеді. Бұл мақала жеке тұлғалар мен ұйымдардың интерактивті кәсіпкерлік қызметке үздіксіз қатысуын жеңілдету үшін кәсіпкерлік ойлау тақырыбы туралы нақты түсінік береді.

Түйінді сөздер: кәсіпкерлік; кәсіпкерлік ақыл-ой; когнитивті психология; мінез ерекшеліктері; ойлау теориясы; Кәсіпкерлік ойлау профилі (EMP)

EVOLUTION VIEW OF ENTREPRENEURIAL MINDSET THEORY

Salkynbayeva F.D.¹ - Doctoral student of economics
Tayauova G.Zh.², PhD, MBA associate professor
Yesturliyeva A.I.³ - Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
^{1,3}Caspian University of Technology and Engineering named after Sh. Yessenov, Aktau
²Turan University, Almaty

Abstract. Unemployment is one of the significant trends that hamper the economic development of the country and the well-being of people. However, the embracement of an entrepreneurship career is mainly conditioned by the high rate of unemployment and the nonsatisfaction of a current employee. Entrepreneurship career requires the development of an entrepreneurial mindset through an interactive process.

This article offers a clear insight into the topic of an entrepreneurial mindset to ease individuals and organization involved in interactive entrepreneurial activities continuously.

Keywords: Entrepreneurship; Entrepreneurial mindset; Cognitive psychology; Personality traits; Mindset theory; Entrepreneurial mindset profile (EMP)

Появление предпринимательства как области исследований привлекло значительное количество ученых по всему миру. в течение нескольких десятилетий (Audretsch, Kuratko, & Link, 2016; Bruton, Ahlstrom, & Obloj, 2008; Busenitz et al., 2003; Dé ry & Toulouse, 1996; Hindle & Moroz, 2010; Schildt, 2012; Welter & Lasch, 2008). Предприниматели, играющие решающую роль в экономическом росте, борьбе с бедностью, получении доходов, создании богатства и рабочих мест, представляют собой основу экономической структуры (Romer, 1994). Они развивают потенциал преобразования инноваций в новые, эффективные и ценные товары и услуги посредством использования их отличительных свойств и способствуют экономическому развитию страны (Шумпетер, 1934). Динамичная экономика требует большего числа молодых людей, которые хотят и могут стать предпринимателями.

Ученые утверждают, что успешные будущие стратеги будут использовать предпринимательский образ мышления. Полное принятие предпринимательского мышления обусловлено поведением и мышлением привычного предпринимателя (McGrath & MacMillan, 2000).

Ученые провели значительный объем исследовательской работы на тему предпринимательского мышления, чтобы помочь студентам, отдельным лицам и организациям преодолеть свои предпринимательские проблемы, чтобы стать более предприимчивыми и повысить предпринимательские результаты и деятельность. Исследования предпринимательского мышления и организационной культуры способствуют выявлению отдельных лиц и организаций, которые более склонны к предпринимательской деятельности и с большей вероятностью будут участвовать в предпринимательской деятельности. Склонность открывать, оценивать и использовать возможности относится к предпринимательскому мышлению. Более того, восприятие предпринимательского мышления заключается в способности быстро чувствовать, действовать и мобилизоваться в неопределенных условиях (Haynie, Shepherd, Mosakowski & Earley, 2010). Именно состояние ума предпринимателя позволяет ему анализировать мир, а также возможности и возможности, которые он предлагает (Reed & Stoltz, 2011).

Целью данной статьи является обобщение результатов предварительных исследований содержания и процесса предпринимательского мышления. Отсюда консолидация современного состояния литературы по концепции предпринимательского мышления, чтобы понять ее происхождение, корни и эволюцию. Данная статья представляет собой обзор литературы, призванный обеспечить лучшее понимание концепции предпринимательского мышления. Четкое понимание предпринимательского мышления достигается путем углубленного изучения. разработка нескольких ключевых подтем, обсуждаемых учеными [1, 20с.]

Предприниматель – французское слово, впервые появившееся в литературе в 1253 году. В то время оно употреблялось в разных формах. Термин «Предприниматель» был вдохновлен французским глаголом «entreprendre», который означает «предприниматель» в том смысле, что кто-то предпринимает значительный проект. История предпринимателя началась с философских размышлений трех авторов. Ришар Кантильон, Жан Батист и Йозеф Алоис Шумпетер в своих различных трудах были выдающимися пионерами, которые впервые широко размышляли о роли предпринимателя. Поэтому покопаться в трудах этих трех пионеров — это самый простой способ понять концепцию предпринимателя с разных точек зрения.

Ришар был французским венчурным капиталистом, искавшим инвестиционную возможность, которая могла бы принести доход выше среднего. Как инвестор, Кантильон воспринимал элемент риска как ключевой аспект предпринимательских проектов и принимал его во внимание, что он подразумевал под словом «предприниматель» (Cantillon, 1755). По словам Алоиса Джозефа

Шумпетера, функция предпринимателя была очевидна в сознании Кантильона, но в то время никто еще не осознавал ее полностью. сформулировал это. По мнению Кантильона (1755), под словом «предприниматель» понимается человек, у которого первоначально возникает идея купить сырье по известной цене и продать его по неизвестной цене, чтобы получить некоторую прибыль. С помощью определения, сформулированного Кантильоном, мы можем представить себе посредническую роль, приписываемую предпринимателю при инициировании изменений.

Жан-Батист Сэй — второй автор, внесший значительный вклад в сферу предпринимательства. Кроме того, будучи плодовитым писателем, Жан Батист Сэй является предпринимателем, принадлежащим к предпринимательской семье, которая определила элемент инноваций как наиболее характерную черту становления предпринимателя. Своими произведениями он намеревался убедить людей в огромном влиянии предпринимателя на развитие экономики. Поэтому Сэй делает упор на то, как стимулировать у людей желание стать предпринимателями. Он рассматривал предпринимателей как людей, которые могут делать что-то новое, людей, которые могут добиться большего с меньшими затратами, и людей, которые могут получить больше, достигнув чего-то другим или иным способом (Say, 1815, 1996). Таким образом, Сэй воспринимает предпринимателя как экономического игрока, чьи действия создают добавленную стоимость.

Шумпетер подчеркнул, что Сэй был первым, кто в своей самой исключительной работе по истории экономики (Schumpeter, 1954) провел четкий контраст между ролью предпринимателя и капиталиста. Эксперты отметили Шумпетера как автора соответствующей работы о связи предпринимателей и инноваций.

При этом он указал, что оживление экономики и организации в первую очередь требует потребности предпринимателя. Столетие спустя вещи, выходящие за рамки сочинений Шумпетера, стали более сложными и полными. Поэтому Шумпетер (1934) связал инновации предпринимателя с пятью компонентами: внедрение новых товаров, внедрение новых методов применения, открытие нового рынка, захват источника поставок сырья и проведение новой организации промышленности. [1, 40с.]

Понятие предпринимательского мышления подразумевает состояние ума, которое меняет статус человека на предпринимателя. Таким образом, человек становится предпринимателем благодаря своему состоянию ума, которое позволяет ему анализировать мир, а также возможности и возможности, которые он предлагает (Рид и Штольц, 2011).

Макграт и Макмиллан (2000) сформулировали определение предпринимательского мышления, основанное на трех факторах; способность чувствовать, способность действовать быстро и способность мобилизовать ресурсы даже в неурегулированных условиях. Более того, восприятие предпринимательского мышления как перспективы, ориентированной на рост, является еще одним способом его определения. Хейни и др. (2010) разрабатывают ситуационный метакогнитивный метод предпринимательского мышления, основанный на определении того, что эта концепция относится к способности быстро чувствовать, действовать

и мобилизоваться в неопределенных условиях. Затем Валерио и др. (2014) предложили свое определение предпринимательского мышления, которое было названо социально-эмоциональными навыками и общей осведомленностью о предпринимательстве, связанными с предпринимательской мотивацией и будущим успехом в качестве предпринимателя.

Предпринимательский дух или предпринимательская инициатива могут использоваться для определения предпринимательства, поскольку эти термины описывают всю идею предпринимательства. Ведение предпринимательского бизнеса подразумевает, что человек должен определять и использовать возможности, предлагаемые окружающей средой. Предпринимательский дух, также называемый предпринимательским мышлением, представляет собой инновационную практику, которая ведет к обнаружению и развитию возможностей, а затем выстраивает правильное поведение для эффективного использования этих возможностей. Поэтому формирование предпринимательского мышления становится первостепенным для восстановления конкурентного духа хозяйствующих субъектов, а также социально-экономического образа жизни людей. Это будет способствовать созданию стоимости и созданию рабочих мест (Томпсон, 2004).

Предпринимательское мышление в образовательной цели помогает студентам получить доступ к курсу обучения предпринимательству и способствовать разработке метода обучения для распространения предпринимательской осведомленности и приобретения предпринимательских навыков. Хотя Айрленд, Хитт и Сирмон (2003) пришли к выводу, что предпринимательский образ мышления может способствовать развитию гибкости, творчества, постоянных инноваций и обновления. Эта ситуация, основанная на процессах обучения совершенствованию когнитивных колебаний человеческого разума, порождает движение уникальной индивидуальной природы. Построение метакогнитивной модели предпринимательского мышления на основе когнитивных навыков заключалось в том, чтобы переключить внимание с изучения когнитивных способностей, которые люди используют для определения предпринимательских возможностей. [2, 55б.]

Самозффективность была необходимым элементом подхода к когнитивным и метакогнитивным способностям, который можно рассматривать как фундаментальную предпосылку для укрепления и эффективного распространения предпринимательского мышления (Mauer, Neergaard & Kirketerp, 2009). Самозффективность — это сложный психосоциальный феномен, который можно использовать для повышения уровня предпринимательского образования. Это не воспринимается как врожденная черта и имеет явные преимущества, связанные с риском и неопределенностью. Предпринимательское мышление благодаря его развитию, обусловленному личностными качествами, когнитивными способностями и метакогнитивным процессом, было признано полезным в образовании предпринимательства, особенно в сфере бизнеса и искусства (Pollard & Wilson, 2014).

Таким образом, развитие творческого мышления внутри организации подходит для постановки инновационных целей, использования преимуществ рынка и повышения ценности бизнеса (Фалтин, 2007). Многие исследователи внесли значительный вклад в эволюцию концепции предпринимательского мышления. Согласно обзору различных исследований, восприятие предпринимательского мышления включает в себя два измерения. Поэтому развитие предпринимательского мышления связано с психологией личности и когнитивной психологией. [3, 20с.]

По словам Митчелла (2007), сфера предпринимательства через методы управления развила образ мышления исследователя, стремящегося продвигать технические и деловые возможности внутри корпорации. Таким образом, принятие предпринимательского мышления помогает распознавать проблемы, а также подготовить исследователя к их преодолению.

Таким образом, автор подчеркивает важность изучения хотя бы одного курса в области предпринимательства. Более 60% колледжей и университетов США предлагают как минимум один курс по предпринимательству, чтобы способствовать развитию предпринимательских намерений своих студентов и приобретению предпринимательского опыта в самом раннем возрасте. Авторы утверждают, что предпринимательский опыт и образ мышления являются

бесценным руководством для молодого исследователя промышленности, поскольку они узаконивают многие из лучших управленческих практик, необходимых для извлечения выгоды из технологических возможностей.

Исследование базы исследования на выборке из 242 студентов бизнес-школ показывает, что реализация предпринимательского мышления больше коррелирует с предпринимательской деятельностью, чем с его разработкой (Mathisen & Arnulf, 2013). Этот факт демонстрирует отсутствие связи между развитием предпринимательского мышления и предпринимательской деятельностью. В результате лица, реализующие предпринимательское мышление, склонны к повышению своей предпринимательской активности. Это означает, что реализация предпринимательского мышления заставляет человека предпринимать предпринимательские действия в условиях неопределенности. Между тем, люди с развитым мышлением могут разрываться между намерением стать предпринимателем и действиями, направленными на то, чтобы стать предпринимателем. Таким образом, большая познавательная активность и сомнения становятся проблемами для людей, которые перенимают усовершенствованное мышление.

Поэтому она считает, что принятие предпринимательского мышления — это путь вперед к тому, кто вы есть; быть лучшим, чем ты можешь и хочешь быть. Когда вы сможете создавать свои возможности, вам больше никогда не придется бояться. Попробуйте добиться намеченных результатов. Если вы добьетесь успеха и обретете уверенность, делайте это! В своей статье они пришли к выводу, что самоэффективность и предпринимательская идентичность опосредуют ряд личных, контекстуальных или ситуативных факторов, включая образовательное влияние на намерения. [4, 60с.]

Этот обзорный документ представляет собой объединенное исследование идеи предпринимательства и концепции предпринимательского мышления с различных точек зрения и точек зрения нескольких ученых. Эта статья представляет собой ссылку на то, что было сделано до сих пор в процессе понимания предпринимательства как новой области. Продвижение вперед в определении термина «предприниматель» является первым шагом в изучении исследования предпринимательства. Поэтому в данной статье представлена актуальная информация о том, кто и что такое предприниматель. Табличный список предпринимателей или определений предпринимательства был предоставлен на основе мыслей нескольких исследователей. Каждый автор внес свой вклад в развитие этой области, подчеркивая элемент, который он нашел более ценным, при разработке определения предпринимателя. В данной статье представлена актуальная информация о когнитивном аспекте и личностных особенностях понимания теории предпринимательского мышления. Также была раскрыта модель, которая использовалась исследователями для измерения мышления и даже предпринимательского мышления на основе табличного списка параметров из обзора литературы. Благодаря успеху и ограниченности этой модели множества, количественный опрос был рекомендован в качестве универсального показателя предпринимательского мышления. Информация в этой статье была представлена общественности и может быть использована любой организацией, любым человеком и любым исследователем, проявившим интерес к сфере предпринимательства, особенно в процессе понимания предпринимательского мышления.

Эта статья объединила концепции предпринимательства и предпринимательского мышления и представила широкий обзор этих двух концепций, которые можно использовать для дальнейших исследований в одной и той же области. Предпринимательство не должно быть единственной заботой студентов или людей с высшим образованием. Каждый должен иметь шанс построить предпринимательскую карьеру, поскольку предприниматели являются основой экономического развития страны.

Список использованной литературы:

1.Ахметоглу Г., Лейтнер Ф. и Чаморро-Премузик Т. (2011). EQ-номика: понимание взаимосвязи между индивидуальными различиями в чертах эмоционального интеллекта и

предприимчивости. Личность и индивидуальные различия, 51, 1028–1033. doi: 10.1016/j.paid.2011.08.016

2.Аудреч Д.Б., Куратко Д.Ф. и Линк А.Н. (2016). Динамичное предпринимательство и технологические инновации.

3. Журнал эволюционной экономики, 26(3), 603-620.

4.Барон, РА (2004). Когнитивная перспектива: ценный инструмент для ответа на основные вопросы предпринимательства «почему». Журнал венчурного бизнеса, 19, 221–239. doi: 10.1016/S0883-9026(03)00008-9 Беллотти Ф., Берта Р., Де Глория А.,

5. Лаваньино Э., Антоначи А., Дагнино Ф., Майер, И.С. (2014). Серьезные игры и развитие предпринимательского мышления у студентов инженерных вузов. Entertainment Computing, 5(4), 357-366. doi: <https://doi.org/10.1016/j.entcom.2014.07.003>

6.Босман Л. и Фернхабер С. (2018). Обучение инженеров предпринимательскому мышлению. Спрингер Интернэшнл Паблшинг АГ. doi: 10.1007/978-3-319-61412-0_2

7.Брандштеттер, Х. (2011). Личностные аспекты предпринимательства: взгляд на пять метаанализов. Личность и индивидуальные различия, 51, 222– 230. doi: 10.1016/j.paid.2010.07.007

8. Брутон Г.Д., Альстром Д. и Облой К. (2008). Предпринимательство в странах с развивающейся экономикой: где мы находимся сегодня и куда исследования должны пойти в будущем. Теория и практика предпринимательства, 32 (1), 1-14.

9. Бусениц, Л.В., Вест III, Г.П., Шепард, Д.А., Нельсон, Т., Чендлер, Г.Н., и Захаракис, А. (2003).

10.Исследования предпринимательства в стадии становления: прошлые тенденции и будущие направления. Журнал менеджмента, 29 (3), 285–308.

Авторлар туралы мәліметтер

Салкынбаева Фатима Давитбаевна¹ - экономика ғылымының магистрі, 8D04103 – «Экономика» БББ докторанты, Актау, Қазақстан 130000, Ш.Есенов атындағы Каспий Технологиялар және Инжиниринг университеті

Таяуова Гулжанат Жубаткановна PhD, MBA Тұран университетінің сыртқы байланыстар және докторантура жөніндегі проректоры. Менеджмент кафедрасының қауымдастырылған профессоры Алматы, Қазақстан 050013, Тұран университеті

Естурлиева Айгуль Икласовна – экономика ғылымының кандидаты, қауымдастырылған профессор, Актау, Қазақстан 130000, Ш.Есенов атындағы Каспий Технологиялар және Инжиниринг университеті

Сведения об авторах

Салкынбаева Фатима Давитбаевна - магистр экономических наук, докторант ОП 8D04103 -Экономика, Каспийский Университет Технологий и Инжиниринга имени Ш.Есенова, Актау 32мкр., Қазақстан E-mail: fatima.salkynbayeva@yu.edu.kz,

Таяуова Гулжанат Жубаткановна PhD, MBA, проректор по внешним связям и докторантуре Университета Туран, ассоциированный профессор кафедры менеджмента, Алматы, Қазақстан 050013, Тұран университеті E-mail: g.tayauova@turan-edu.kz

Естурлиева Айгуль Икласовна – кандидат экономических наук, ассоциированный профессор, Каспийский Университет Технологий и Инжиниринга имени Ш.Есенова 32 ш.а., Қазақстан , E-mail: aigul.yesturliyeva@yu.edu.kz,

Information about the authors

Salkynbayeva Fatima Davitbayevna¹ - Master of Economics, doctoral student of EP 8D04103 - Economics, Caspian University of Technology and Engineering named after Sh. Yessenov, Aktau 32 microdistrict, Kazakhstan E-mail: fatima.salkynbayeva@yu.edu.kz,

Tayauova Gulzhanat Zhubatkanovna 1 PhD, MBA vice-rector for external relations and doctoral studies of Turan University. Associate professor of the Department of management Almaty, Kazakhstan E-mail: g.tayauova@turan-edu.kz

Yesturlieva Aigul Iklasovna¹ - Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Caspian University of Technology and Engineering named after Sh. Yessenov, Aktau 32 microdistrict, Kazakhstan E-mail: aigul.yesturliyeva@yu.edu.kz .

РОЛЬ ИНВЕСТИЦИЙ В РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В КАЗАХСТАНЕ

Большекбаева Қ.О.¹, Ерболқызы Қ.²

¹сеньор лектор Каспийского Общественного Университета, г. Алматы, Республики Казахстан

²студентка Университета Карабюк, г. Карабюк, Сафранболу, Турция

Аннотация. В данной статье рассмотрены важность инвестиции для развития туристического сектора. При его вложении надо учитывать степень инвестиционного риска. Инвестиции обеспечивают процесс реализации идей по созданию новых туристских объектов, способных производить и предлагать туристические услуги при одновременном повышении качества туристических услуг.

Ключевые слова: бизнес, туризм, финансы, инвестиция, государство, политика, экономика.

ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ТУРИЗМ САЛАСЫНЫҢ ДАМУЫНДАҒЫ ИНВЕСТИЦИЯНЫҢ РОЛІ

Бөлшекбаева Қ.О.¹, Ерболқызы Қ.²

¹Каспий қоғамдық университетінің аға оқытушысы, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

²Карабюк университетінің студенті, қ. Карабюк, Сафранболу, Түркия

Аңдатпа. Бұл мақалада туризм секторын дамыту үшін инвестицияның маңыздылығы талқыланады. Оны инвестициялау кезінде инвестициялық тәуекел дәрежесін ескеру қажет. Инвестициялар туристік қызметтерді өндіруге және ұсынуға қабілетті жаңа туристік объектілерді құру идеяларын жүзеге асыру процесін қамтамасыз етеді, сонымен бірге туристік қызметтердің сапасын арттырады.

Негізгі сөздер: бизнес, туризм, қаржы, инвестиция, мемлекет, саясат, экономика.

THE ROLE OF INVESTMENT IN THE DEVELOPMENT OF TOURISM IN KAZAKHSTAN

Bolshekbaeva K.O.¹, Erbolkyzy K.²

¹Senior lecturer of the Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

²Student at Karabuk University, Karabuk, Safranbolu, Türkiye

Annotation. This article discusses the importance of investment for the development of the tourism sector. When investing it, it is necessary to take into account the degree of investment risk. Investments ensure the process of implementing ideas for the creation of new tourist facilities capable of producing and offering tourism services while simultaneously improving the quality of tourism services.

Key words: business, tourism, finance, investment, state, politics, economics.

Туризм Қазақстан экономикасындағы қарқынды салалардың бірі, Халықаралық сарапшылардың пікірінше қазіргі кезде туризм әлемдік экономикадағы қарқынды төмендемейтін саланы біріне жатады. Туризм көп елдерде жалпы ішкі өнімнің қалыптасуына, қосымша жұмыс орнын құруға және сыртқы сауда балансының белсенділігіне ықпал етеді. Соңғы жылдары туризм әлемдегі ең табысты бизнестің бірі. Туризмнің маңызы жылдан-жылға

өсуде, оның халықаралық байланыста және валюталық түсім көз ретінде маңызы артуда. Елдердің шикізат көзі азайды, ал туристік индустрия қалпына келетін ресурстармен жұмыс істеуде. Туризмнің басқа да салаларға тигізетін әсері мол, оның 32 салаға жанама ықпалы бар (турфирмалар, көлік түрлері, мейманхана кешендері, демалыс үйлері, санаториялар, ұлттық парктер, тамақтану сферасы, т.б.). Бұл дегеніміз әлемдік өндірісте әр 9 адамның жұмыс орны деуге болады. Туризм саласындағы инвестициялық қызмет оны қаржыландырудың негізгі көздерінің бірі болып табылады. Қазіргі уақытта туристік кәсіпорындардың инвестициялық қызметін бағалаудың туризм индустриясының біршама капиталды қажет ететін бөлігі қонақ үй бизнесі сияқты аспектісіне назар аударылады. Сонымен қатар, туристік кәсіпорындарға инвестицияларды кешенді бағалаудың ерекшеліктері іс жүзінде зерттелмеген, мемлекеттер мен континенттерді біріктіретін өркениет дамуының маңызды факторы бола отырып, кәсіби және тиімді инвестицияларды басқару қажет. Туристік кәсіпорындардың жұмыс істеу және даму ерекшеліктерін ескере отырып таңдалған шешімдерді экономикалық бағалаудың заманауи әдістеріне ие болу осы саладағы дұрыс инвестициялық саясатты әзірлеу үшін қажет.

Туризмді инвестициялау – бұл капиталдың көмегімен жаңа туристік объектілерді құру, сондай-ақ туристік өнімнің жекелеген түрлерін өндіруге және қамтамасыз етуге қабілетті қолданыстағыларын жаңғырту немесе қайта құру процесі. Инвестициялар туристік қызметтердің сапасын арттыру кезінде туристік қызметтерді өндіруге және ұсынуға қабілетті жаңа туристік объектілерді құру идеяларын жүзеге асыру процесін қамтамасыз етеді. Инвестицияларға сұраныс пен ұсыныс болған жағдайда, сатушылар мен сатып алушылардың, сондай-ақ инвестициялық процестің басқа қатысушыларының мүдделері сәйкес келсе, инвестициялар икемді болады. Осы шарттарды ескере отырып, туризм секторына инвестициялар туризм бизнесіне қатысушыларға да, туристерге де пайдалы болады. Туристік кәсіпорынның инвестициялық қызметіне факторлардың екі тобы әсер етеді – **сыртқы және ішкі**.

Бұл жағдайда сыртқы факторлар туристік кәсіпорынның қаржылық тұрақтылығына әсер ететін факторлармен сәйкес келеді.

Ішкі факторларға мыналар жатады:

- Туристік кәсіпорынның көлемі;
- Туристік кәсіпорынның қаржылық жағдайы;
- Туристік кәсіпорынның ғылыми-техникалық саясаты;
- Инвестициялық саясат;
- Басқарудың ұйымдық – құқықтық нысаны.

Инвестициялық белсенділікке әсер ететін барлық факторларды келесідей бөлуге болады:

– Объективті (мемлекет пен туристік кәсіпорынның қызметіне тәуелді емес, мысалы, табиғи апаттар);

– Субъективті (толығымен мемлекеттің қызметіне және шаруашылық жүргізуші субъектінің өзіне тәуелді).

Әртүрлі мәндегі және деңгейдегі құрылымдардың инвестициялық саясатының мақсаты туристік кәсіпорынның елдің экономикалық және әлеуметтік дамуының стратегиялық жоспарын жүзеге асыру болып табылады. Қалай болғанда да, инвестициялық саясаттың түпкі мақсаты – отандық экономиканы көтеруге және туристік өндірістің тиімділігін арттыруға бағытталған инвестициялық қызметті жандандыру.

Әзірленген және қабылданған инвестициялық саясатты іске асырудың нақты механизмсіз жүзеге асыру мүмкін емес, оған мыналар кіреді:

– инвестициялық қаржыландырудың сенімді көздері мен әдістерін таңдау;

– мерзімдерді анықтау және инвестициялық саясатты жүзеге асыруға жауапты органдарды таңдау;

– инвестициялық нарықтың жұмыс істеуі үшін қажетті нормативтік-құқықтық базаны құру;

– инвестицияларды және туризм секторын тарту үшін қолайлы жағдайлар жасау.

Туризм саласындағы инвестициялық саясат әртүрлі деңгейде жүргізілуі мүмкін, бірақ олардың барлығы бір-бірімен тығыз байланысты.

Инвестиция саласында өркениетті «ойын ережелерін» қалыптастыратын және барлық деңгейде инвестициялық белсенділіктің белсендірілуіне ықпал ететін мемлекеттік инвестициялық саясат анықтаушы фактор болып табылады. Мемлекет деңгейіндегі инвестициялық саясат өңірлік деңгейде инвестициялық белсенділіктің жандануына ықпал етуі тиіс.

Қазақстанның әрбір аймағында туризмдегі инвестициялық саясаттың өзіндік ерекшеліктері бар, олар келесі факторларға байланысты;

- туристік аймақта жүргізілетін экономикалық және әлеуметтік саясат;
- қолда бар туристік әлеуеттің көлемі;
- географиялық орналасуы;
- табиғи-климаттық жағдайлар;

– туристік аймақтың шетелдік инвестиция үшін тартымдылығы және т.б.

Туристік аймақтағы инвестицияларды басқару жүйесінің негізгі міндеттері:

- инвестициялық нарықтың инфрақұрылымын құру;
- инвестициялаудың басым бағыттарын анықтау;
- инвестициялық қаржыландырудың бюджеттік емес көздерін, оның ішінде шетелдік инвестицияларды тарту үшін жағдай жасау;
- аймақтық инвестициялық нарықтың инвестициялық ресурстардың халықаралық нарығымен интеграциясын қамтамасыз ету.

Аймақтық инвестициялық саясат туристік аймақтың экономикасын көтеруге және туристік қызмет көрсетудің тиімділігін арттыруға, өзін-өзі қаржыландыруды қамтамасыз етуге және болашақта туристік аймақты дамыту үшін қажетті негіздерге бағытталуы тиіс.

Туристік кәсіпорынның инвестициялық саясаты қысқа мерзімде туристік кәсіпорын жұмысының тұрақты тұрақтылығын қамтамасыз ету мақсатында меншікті және тартылған қаражатты тиімді инвестициялауды қамтамасыз ететін шаралар кешенін түсінеді. Туристік кәсіпорындағы инвестициялық саясат бизнес-жоспарда көрсетілген стратегиялық мақсаттарға негізделіп, кәсіпорынның тек ағымдағы сәтке ғана емес, болашаққа қаржылық тұрақтылығын қамтамасыз етуге бағытталуы керек.

Туристік кәсіпорынның инвестициялық саясатын әзірлеу кезінде кәсіпкерлік іс-шаралардың Қазақстандағы инвестициялық қызметті реттейтін заңнамалық және басқа да нормативтік-құқықтық актілерге толық сәйкестігін қамтамасыз еткен жөн. Инвестициялық саясаттың мақсаттарын тұжырымдау кезеңінде мыналарды ескеру қажет:

- туристік кәсіпорынның экономикалық және қаржылық жағдайы;
- меншікті және тартылған қаражаттардың арақатынасы;
- туристік өндірістің техникалық деңгейі;
- инвестицияның қаржылық шарттары;
- Өндірістік туристік құрал-жабдықтарды лизингке алу мүмкіндігі мен экономикалық орындылығы;
- мемлекет бере алатын жеңілдіктердің болуы;
- тәуекелдердің әртүрлі түрлерін сақтандыру шарттары және т.б.

Туристік кәсіпорындардың инвестицияны тарту қабілетін анықтайтын көптеген факторлар бар, мысалы, Қазақстандағы инвестициялық климаттық жағдайы, туристік кәсіпорынды толық көлемде қамтамасыз ету және инвесторларды инвестициялауға шешім қабылдауды ынталандырады.

Инвестицияны тарту үшін туристік кәсіпорынның инвестициялық саясатында мыналар қарастырылуы керек:

- туристік инвестициялық жобалардың рейтингісіне байланысты реттеу;
- іске асыру мерзімдері бойынша туристік инвестициялық жобалардың жіктелуі;
- инвестиция тартудың ең тиімді жолдарын пайдалану;

- тікелей тартылған инвестициялық ресурстарды барынша тиімді пайдалану;
- тәуекел факторларын тиімді басқару.

Туризмді дамыту саласындағы инвестициялық саясат ең алдымен инвестициялық тартымдылық үшін жағдай жасауға және туристік кәсіпорын қызметінің неғұрлым тиімді бағыттарын негіздеуге негізделуі керек.

Туристік кәсіпорынның инвестициялық саясатын қалыптастыру инвестициялық жоспарды жасамайынша мүмкін емес. Туристік кәсіпорынға инвестицияларды жоспарлау өте күрделі процесс, өйткені көптеген факторларды, соның ішінде күтпеген факторларды, сондай-ақ инвестициялау тәуекелінің дәрежесін ескеру қажет.

Бұл процесс туристік кәсіпорынның өмір сүруі үшін де маңызды, өйткені инвестицияны жоспарлау арқылы болашақ жұмыстың негізін қалайды. Инвестициялық жоспар жақсы жоспарланып, ұйымдастырылса, туристік кәсіпорын жақсы жұмыс істейді, ал олай етпесе, болашақта банкроттыққа ұшырауы мүмкін.

Инвестициялық жоспарды құру кезінде келесі ережелерді сақтау керек:

- туристік кәсіпорынның инвестициялық жоспары оны дамытудың ұзақ мерзімді стратегиясынан туындауы керек;
- ақшаны банкте сақтаудан гөрі кәсіпорынның пайдасы көп болған жағдайда ғана өндіріске және бағалы қағаздарға инвестиция салудың мәні бар;
- Қаражатты тек пайдалы жобаларға салған жөн;
- инвестициядан түскен табыс инфляция қарқынынан жоғары болған жағдайда ғана ақшаны салудың мәні бар;
- түпкілікті инвестициялық шешімдерді қабылдау үшін ең үлкен экономикалық пайда және ең төменгі тәуекел дәрежесі болуы керек.

Инвестициялардың табысты болуы үшін олардың экономикалық негіздемесі туристік кәсіпорынның жұмыс істеуі мен дамуының жақсы әзірленген жоспары негізінде қажет.

Қорыта айтқанда Қазақстан Республикасында туризмді дамыту мақсаты:

- туризмді экономиканың табысты салаларының біріне айналдыру;
- республиканың туристік потенциалын дамыту;
- мәдениет тарихын және табиғи байлықтарымызды сақтау және ұтымды пайдалану;
- туристік ресурстарды барлық халықтық қол жеткізу мүмкіншілігіне көңіл бөлу, тұтынушыларды максималды қанағаттандыру;
- халықты ынталандыру;
- мемлекеттік және жеке меншіктік туризм сферасының тиімділігін арттыру;
- орта және шағын кәсіпкерлерді дамыту.

Қолданылған әдебиеттер тізімі:

- 1 <https://www.ult.kz/post/-turizmdi-damytu-el-sayasattyn-basym-bagyty>
- 2 <https://tourisonline.kz/kz/news/141>
- 3 <https://invest.gov.kz/kz/media-center/press-releases/v-kazakhstane-stalo-legche-poluchit-preferentsii-dlya-investproektov-v-sfere-turizma/>
- 4 <https://azattyq-ruhy.kz/society/60919-kazakstannyn-turizm-salasyna-ush-zhylda-4-mlrd-dollar-investitsiia-tartyldy>
- 5 <https://aikyn.kz/171258/turizm-eri-imidzh-eri-investitsiya>

Сведения об авторах

***Большекбаева Карлыгаш Ондасыновна** - сеньор лектор Каспийского Общественного Университета высшей школы Экономики и управления, mail: karla.1982@ mail.ru

****Ерболқызы Қарақат** – студентка Университета Карабюк, Сафранболу кафедра «Управление туризмом» mail: karla.1982@ mail.ru

Авторлар туралы мәліметтер

***Большекбаева Қарлығаш Ондасынқызы** – Каспий қоғамдық университетінің «Экономика және басқару» жоғары мектебінің сеньор лекторы, mail: karla.1982@ mail.ru

****Ерболқызы Қарақат** – Сафранболу қаласы, Карабюк университетінің студенті, «Туризмді басқару» кафедрасы mail: karla.1982@ mail.ru

Information about authors

***Bolshekbaeva Karlygash Ondasynovna** - senior lecturer at the Kaspi Public University of Higher School of Economics and Management, mail: karla.1982@ mail.ru

****Erbolkyzy Karakat** – student at Karabuk University, Safranbolu, Department of Tourism Management mail: karla.1982@ mail.ru

**ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЭКСПОРТА ЗЕРНОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ
ПРЕДПРИЯТИЙ КАЗАХСТАНА**

Есахметова Л.М.¹, Шерзатов К.А.²

¹ Алматинский технологический университет, Almaty, Republic of Kazakhstan

² Каспий Қоғамдық университеті, Almaty, Republic of Kazakhstan

Аңдатпа. Мақалада ауылшаруашылық өнімдері мен азық-түліктің әлемдік экспорттың дамытудың қазіргі кезеңі қарастырылған. Азық-түлік астық пен оның өңделген өнімдері маңызды орын алатын маңызды стратегиялық тауар болып табылады. Қазақстан негізгі сауда серіктестері болып табылатын шет елдердің тәжірибесін ескереді. Сондай-ақ, тұрақты экспортты қамтамасыз ету үшін экспорттық тауарлардың қосылған құнын арттыру қажет. Қазақстандық өнімді экспорттау кезінде негізгі проблемалар анықталды, жоғары көлік шығындары, көлеңкелі экономика және жосықсыз бәсекелестік, нысаналы елдердің импорттаушыларының тізіліміне енгізу проблемалары, әлсіз маркетинг және т. б. сияқты мәселелерді атап өту қажет.

Түйін сөздер: экспорттық әлеует, агроөнеркәсіптік кешен, астық және оны қайта өңдеу өнімдері, астық нарығын қалыптастыру факторлары.

Аннотация. В статье рассмотрен современный этап развития мирового экспорта сельскохозяйственной продукции и продовольствия. Продовольствие является важнейшим стратегическим товаром, где важное место занимает зерно и продукты его переработки. Казахстан учитывает опыт зарубежных стран, которые являются основными торговыми партнерами. Также для обеспечения устойчивого экспорта необходимо повышать добавленную стоимость экспортных товаров. Выявлены основные проблемы при экспорте казахстанской продукции необходимо отметить такие, как высокие транспортные расходы, теневая экономика и недобросовестная конкуренция, проблемы с включением в реестр-импортеров целевых стран, слабый маркетинг и др.

Ключевые слова: экспортный потенциал, агропромышленный комплекс, зерно и продукты его переработки, факторы формирования зернового рынка.

Annotation. The article considers the current stage of development of world exports of agricultural products and food. Food is the most important strategic commodity, where grain and its processed products occupy an important place. Kazakhstan takes into account the experience of foreign countries, which are the main trading partners. Also, in order to ensure sustainable exports, it is necessary to increase the added value of export goods. The main problems in the export of Kazakh products have been identified, it should be noted such as high transport costs, the shadow economy and unfair competition, problems with inclusion in the register of importers of target countries, weak marketing, etc.

Keywords: export potential, agro-industrial complex, grain and its processed products, factors of grain market formation.

Экспорт сельскохозяйственной продукции и продовольствия является важным направлением экономической политики большинства стран в мире, поскольку играет большую роль в формировании доходов государства. В настоящее время многие страны рассматривают

экспортную деятельность в качестве одной из основ устойчивости экономики и поддерживают ее развитие широким комплексом мер [1, с.26].

В структуре мировой торговли в конце 20 века сложилась тенденция снижения доли сельскохозяйственного сырья и продовольствия, что вызвано ростом собственного производства готовых продовольственных товаров во многих странах мира, в том числе - в развивающихся. Указанная тенденция, как отмечают аналитики ВТО, – результат резкого снижения мировых цен на сельскохозяйственное сырье, импортозамещения, снижения платежеспособности населения слаборазвитых стран, что привело к снижению импорта.

Стоит также охарактеризовать лидеров по экспорту и импорту продукции сельского хозяйства (продовольственные товары и сельскохозяйственное сырье). Лидером по экспорту и импорту выступает по-прежнему ЕС (включая торговлю внутри ЕС). Однако среди государств на первом месте по экспорту находятся США (10,5%), далее следуют Бразилия (5%), Китай (4%), Канада, Индонезия, Аргентина, Индия, Таиланд и Россия (2,2%, 2021 г.). Крупнейшим импортером является Китай (12%), за которым следуют США (10,4%), Япония, Великобритания, Канада, Республика Корея, Мексика, Индия и Россия (1,6%). Общий объем экспорта сельскохозяйственной продукции – 2,14 трлн долларов (доля топ-10 стран – более 70%) [2].

Продовольствие является важнейшим стратегическим товаром, одним из приоритетов мировой экономики и политики. Проблема обеспечения продовольственной безопасности в современном мире обостряется, что вызвано неустойчивостью конъюнктуры мирового агропродовольственного рынка и кризисами сельскохозяйственного производства, обусловленными негативными природными явлениями (засухами, наводнениями) в странах различных регионов мира.

Важнейшее место на мировом продовольственном рынке занимают зерно и продукты его переработки, маслосемена, растительные масла, жиры, шроты, овощи и фрукты, мясо и мясопродукты, молочные продукты, кофе, какао, чай, сахар, рыба и морепродукты. Особенности мировой торговли продовольствием являются: - использование разных форм организации торговли (биржи, аукционы, торги; электронная торговля); - специфика ценообразования; - нестабильность цен из-за влияния погодных условий, сезонности производства и потребления, спекулятивные операции на биржах, обострение конкуренции со стороны товаров-заменителей (уровень цен на отдельные виды продукции может изменяться до 100 % в год и до 10-13 % в месяц). На изменение мировых цен существенно влияет внешнеторговая политика государств (тарифное и нетарифное регулирование, субсидии и т.д.) [3].

С целью стабилизации продовольственных рынков государствами используются экспортные квоты, буферные запасы и другие меры. Регулирование мирового продовольственного рынка осуществляют международные организации, в частности продовольственная и сельскохозяйственная организация ООН (ФАО), ВТО. Основная цель - обеспечение мировой продовольственной безопасности, снижение уровня протекционизма. При этом, интересы национальных экономик и международных организаций не всегда совпадают [4].

Все больше стран, как развитых, так и развивающихся, понимают важность развития торговли как драйвера экономического роста страны и принимают стратегические и программные документы по развитию торговли. Для Казахстана важно учитывать опыт стран – основных торговых партнеров, а также ряда других развивающихся и развитых стран мира.

Опыт успешно торгующих на международных рынках стран, как Канада, Австралия, Венгрия, Швейцария, свидетельствует о том, что активное воздействие внешней торговли на обеспечение устойчивости экономической системы определяется, по крайней мере, сочетанием трех компонентов:

- 1) Переориентация сырьевой направленности экономики на выпуск высокотехнологичных продуктов и дальнейшая реализация их на внешние рынки;
- 2) Расширение торговых отношений через заключения ФТА;

3) Применение многовекторной экспортной поддержки.

Для Казахстана также примечателен опыт ряда других развивающихся стран Азии, которые за короткий промежуток времени превратились в основных мировых поставщиков высокотехнологичной продукции.

Экономический успех «азиатских тигров», к которым относятся Тайвань, Японию, Южную Корею и Китай, образовался, во-многом, благодаря проведению в отношении местных холдингов и корпораций жесткой государственной политики «экспортной дисциплины», направленной на стимулирование государственных и частных компаний развивать выпуск высокотехнологичной продукции, с последующим экспортом.

По мнению Малевича Ю.В., Онуфриева О.А., на основе дальнейшего развития передовых технологий и применения накопленных научно-технических знаний необходимо сделать упор на производстве конкурентоспособных товаров с высокой добавленной стоимостью. Для обеспечения устойчивого экспорта необходимо повышать добавленную стоимость экспортных товаров. А для этого, в свою очередь, целесообразным представляется: интенсивно внедрять передовые технологии в производство; сделать упор на развитии вспомогательной промышленности; расширять географию экспорта, сделав приоритетными рынки стран БРИКС и Азиатские рынки [5].

В Казахстане завершился очередной зерновой сезон, рынок формируется под влиянием мировых тенденций. Получив высокий урожай, казахстанский бизнес столкнулся с рядом проблем. Это и логистические трудности, и давление со стороны зерновой продукции из России, также собравшей рекордный урожай, и традиционные внутренние проблемы. В то же время, для казахстанской пшеницы наконец-то открылся рынок Китая, хотя пока и не в таких масштабах, которые позволили бы трейдерам «вдохнуть полной грудью».

Цены, скорее всего, будут относительно стабильными на протяжении всего сезона. Однако важно учитывать, что зерновой рынок является сложным и подвержен колебаниям. Волатильность на зерновом рынке может быть вызвана различными факторами, такими как погодные условия, курс валют, уровень глобального спроса на зерно, политические и экономические факторы, включая изменения в торговых политиках.

Хотя до конца текущего сезона осталось еще время, можно говорить, что показатели экспорта текущего сезона 2023 года, несмотря на все трудности, ожидаются чуть лучше наших прогнозов в начале сезона, чего не скажешь о переходящих запасах. В частности, экспорт пшеницы и муки к концу сезона может составить 8,8-9,0 млн тонн (прогноз был 8,5 млн тонн), а переходящие запасы пшеницы ожидаются на уровне более 2,8 млн тонн – из-за импорта более 2 млн тонн пшеницы (прогнозировали запасы в пределах 1,6 млн тонн при импорте 0,5 млн). Что касается ячменя – по результатам текущего сезона ожидается объем экспорта в диапазоне 1,1-1,2 млн тонн, хотя в начале сезона прогнозировали 0,8 млн тонн. Ситуация улучшилась благодаря увеличению экспорта в Китай.

Посевные площади под пшеницу и ячмень в текущем году увеличились по сравнению с прошлым годом. Эти показатели составляют около 12,925 млн га и 2,35 млн га соответственно. Текущие погодные условия позволяют рассчитывать на средний урожай в объеме 15 млн тонн пшеницы и 3,2 млн тонн ячменя. Соответственно, в новом сезоне-2023/24 экспорт пшеницы (вместе с мукой) может составить 9 млн тонн, а ячменя – 1,2 млн тонн.

Касательно цен: на начало июля в Казахстане цены спроса на пшеницу 3 класса составляли 78000-82000 тенге за тонну (на условиях EXW), а предложения поступали по ценам 82000-85000 тг, в зависимости от качества зерна и расположения элеватора. Ожидаем, что в новом сезоне цены не будут сильно отличаться от текущих.

Также ключевым рынком сбыта казахстанской пшеницы остается Узбекистан. По данным стат. агентства РК, Казахстан увеличил поставки зерна и муки в Узбекистан в сезоне-2022-2023 года.

Экспорт зерновых и муки в Узбекистан увеличился по сравнению с предыдущим сезоном, ожидается, что к концу текущего года экспорт достигнет 3,80-3,85 млн тонн. Однако надо учитывать, что предыдущий сезон 2022 года был засушливым, цены были высокими,

кроме того, были ограничения экспорта со стороны государства. В то же время, в текущем сезоне показатели экспорта зерновых в Узбекистан несколько ниже, чем прошлым году, когда было экспортировано почти 3,9 млн тонн зерновых и муки.

Необходимо отметить, что текущие показатели экспорта дались нелегко. Экспортеры регулярно сталкивались с многочисленными сложностями при экспорте. Главная из них связана с перевозкой зерна по железной дороге – сказалась нехватка вагонов-зерновозов, вызванная их низкой оборачиваемостью в связи с нехваткой локомотивной тяги, которая привела к повышению тарифов на вагоны в 2-2,5 раза по сравнению с прошлыми сезонами.

Также одна из проблем казахстанских производителей и экспортеров в течение последних нескольких сезонов – недобросовестная конкуренция со стороны трейдеров, импортирующих российское зерно по «серым» схемам. С каждым годом объемы серого импорта растут и, по нашим оценкам, достигли 2 млн тонн. Появляются некие инфраструктуры – грузовики, перевалочные пункты и т.п. чтобы избежать оплаты дорогого транзитного ж/д тарифа. Однако несмотря на то, что Казахстан недополучает немалые деньги в виде неуплаченных налогов и сборов, до последнего времени со стороны государства не было предпринято никаких мер по защите отечественного сельхозпроизводителя или контроля импорта. Только в апреле текущего года был введен запрет на импорт пшеницы автотранспортом сроком на 6 месяцев. Серый импорт искажает реальный баланс спроса-предложения зерна и создает неравные условия для конкуренции на рынке, что будет иметь негативные последствия в долгосрочной перспективе для всей отрасли АПК, включая торговлю и переработку.

В Узбекистане начата реформа мукомольной отрасли и намечена приватизация 43 предприятий хлебопродуктов системы «Уздонмахсулот». Реформа мукомольной отрасли и приватизация мукомольных предприятий в Узбекистане могут значительно повлиять на торговлю зерном и мукой между Узбекистаном и Казахстаном. Однако сложно дать точные прогнозы относительно будущих поставок зерна или импорта муки. По идее, приватизация государственных мукомольных предприятий должна способствовать повышению экономической эффективности и конкурентоспособности мукомольной отрасли в Узбекистане, что в результате может привести к увеличению производства муки в стране. Соответственно, это будет способствовать увеличению экспорта зерна и сокращению экспорта муки в Узбекистан. Однако факторы, влияющие на торговлю зерном и мукой, сложны и многогранны. Все будет зависеть от спроса на муку из Узбекистана, урожайность и качества зерна в Казахстане, логистических возможностей для транспортировки зерна и муки.

Ситуация с урожаем в Узбекистане, включая прогнозируемые объемы производства, импорта и экспорта, оказывает непосредственное влияние на формирование рынка Казахстана, особенно в контексте торговли зерном и мукой между двумя странами.

Если в Узбекистане прогнозируется увеличение валового сбора пшеницы, это может способствовать росту объема доступного зерна для экспорта и снижению потребности в импорте. Однако, ситуация на рынке зерна может быть подвержена колебаниям и изменениям. Реальные объемы уборки, производства и торговли пшеницей в Узбекистане могут значительно отличаться от прогнозов USDA.

Увеличение объема торговли между Казахстаном и Китаем может значительно расширить перспективы для экономики Казахстана. Диверсификация рынков сбыта – это то, что имеет сейчас первостепенное значение для зернового сектора Казахстана. Конкуренция на китайском рынке может быть интенсивной, особенно с учетом присутствия России, которая также активизирует торговлю с Китаем. По мнению экспертов, Казахстану требуется разработать стратегию и принять срочные меры, дающие конкурентные преимущества казахстанскому агробизнесу, чтобы конкурировать с РФ и удержаться на китайском рынке.

Еще одним важным аспектом являются логистические трудности, связанные с транспортировкой товаров между Казахстаном и Китаем. Развитие логистической инфраструктуры и облегчение таможенных и карантинных процедур могут сыграть важную роль в упрощении торговли между двумя странами.

Проблемы на погранпереходах, регулярно возникавшие на границе с КНР в предыдущие годы, наглядно показали, что агробизнесмены Казахстана готовы торговать с Китаем и увеличивать объемы экспорта, но развитие приграничной инфраструктуры сильно отстает по обе стороны границы.

Развитие конкурентоспособности, улучшение логистической инфраструктуры и соответствие требованиям китайского рынка являются важными факторами для успешной торговли с Китаем.

Также Казахстан имеет потенциал для увеличения объемов экспорта зерна через порты Каспийского моря, такие как Актау и Курык. Однако перспективы по увеличению объемов экспорта зерна через Каспийское море прямо пропорционально связаны с потенциалом развития торговых связей с Ираном и Азербайджаном. Новые геополитические реалии показали необходимость диверсификации маршрутов экспорта зерна, и вопрос транзита через Каспийское море с дальнейшим выходом на Турцию или порты Черного моря стал снова актуальным. Уже более 10 лет экспорт казахстанского зерна через порты Черного и Балтийского морей остается незначительным.

Иран является важным и перспективным рынком для экспорта зерна не только для Казахстана, и, несмотря на сложности, связанные с санкциями, казахстанские экспортеры, как и экспортеры из других стран, смогли адаптироваться и продолжать торговлю с Ираном. Конкуренция на рынке Ирана остается значительной, особенно со стороны РФ, и экспортеры из РК должны быть готовы к ней. Конкурентным преимуществом экспортеров из России является наличие соглашения между Ираном и РФ о взаиморасчетах в рублях. Географическое расположение Ирана позволяет им достаточно удобно торговать со всем миром, выбирая наиболее конкурентные предложения.

Импорт зерновых Ираном вырос с 2010 года в 5 раз, достигнув 15,6 млн тонн по результатам 2021/22 МГ. Возможности Ирана по увеличению посевных площадей и наращиванию производства зерновых сильно ограничены ввиду объективных причин, что, наряду с географической близостью, делает Иран одним из перспективных рынков сбыта с высоким потенциалом для Казахстана.

В новом сезоне формирование зернового рынка Казахстана будет зависеть от нескольких ключевых факторов.

Первое. Урожайность и качество: от этого зависит себестоимость и, соответственно, конкурентоспособность.

Второе – объемы переходящих запасов: непривычно большие переходящие запасы будут увеличивать объемы предложения на рынке.

Третий фактор – логистика и транспорт. Повышение эффективности логистики и развитие транспортной инфраструктуры являются ключевыми факторами для успешного экспорта зерна, которые могут повлиять на доступность и конкурентоспособность казахстанского зерна.

Четвертое – геополитика и экономический фактор. Геополитические и экономические события, как на мировом, так и на региональном уровне, могут оказывать влияние на зерновой рынок Казахстана. Изменения в торговой и санкционной политике, валютных курсах, таможенных пошлинах и политической стабильности могут иметь влияние на экспорт и импорт зерна.

Пятый фактор – зерновой рынок России. Значительные переходящие запасы в РФ, особенно в приграничных регионах, а также ожидаемый хороший урожай будут оказывать давление на рынок зерна Казахстана. В этой ситуации ключевое значение будет иметь увеличение государственного влияния на зерновой рынок в России и ее последующая торговая политика.

Еще один немаловажный момент – ситуация на рынках ключевых торговых партнеров Казахстана, таких как Афганистан, Иран и страны Центральной Азии, которая будет иметь значение для объемов экспорта зерна и муки. Это лишь некоторые из факторов, которые могут оказать существенное влияние на формирование зернового рынка Казахстана в новом сезоне.

Свыше одного миллиона тонн зерна нового урожая ежемесячно перевезли по сети КТЖ Так, объем погрузки зерна в октябре 2022 года составил 1 млн тонн, что на 26% больше показателя аналогичного периода 2021 года, в ноябре – 1,1 млн тонн (+ 39%), в декабре – 1,2 млн тонн (+33%). В январе 2023 года обеспечена погрузка еще 1 млн тонн, что на 22% по сравнению с аналогичным месяцем прошлого года. Казахстанское зерно традиционно доставляется из северных регионов страны в страны Центральной Азии, Китай. Определенно вырос экспорт зерна в страны СНГ (рисунок 1). В два раза вырос экспорт отечественной продукции в КНР.

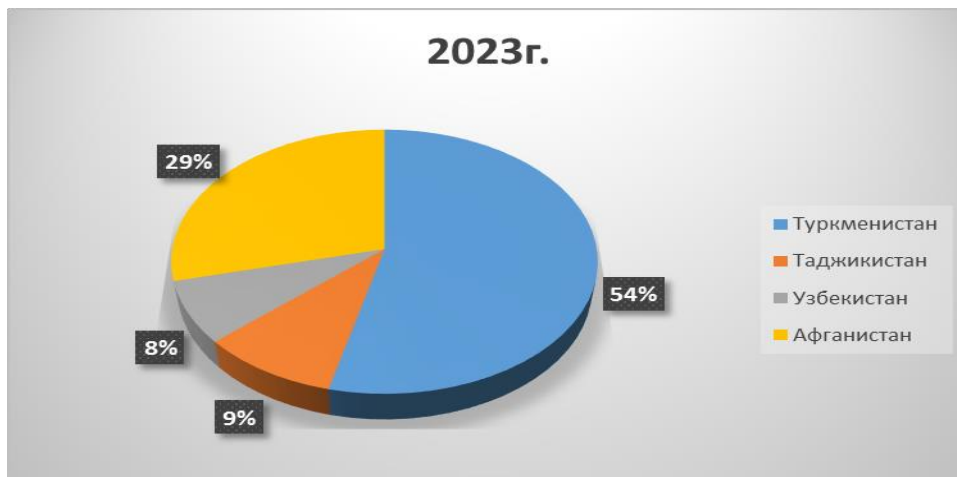


Рисунок 1 – экспорт зерна в страны СНГ
Примечание: рисунок составлен на основе источника [4, с. 25].

Кроме того, за последние 5 лет увеличился ввоз в страну зерна железнодорожным транспортом из России: со 100 тысяч тонн до 1,5 млн тонн в 2022 году, что говорит о наличии серого импорта российского зерна с целью дальнейшего его экспорта в третьи страны через территорию Казахстана. Погрузка муки на железнодорожном транспорте за период октябрь 2022– январь 2023 годы составила 1,2 млн тонн. В октябре перевезено 313 тысяч тонн (+32% к уровню 2021 года), в ноябре - 343 тысяч тонн (+28%), в декабре - 313 тысяч тонн (+19%). В январе 2023 года погрузка муки выросла на 19% и составила 245 тысяч тонн. Увеличился экспорт муки в Узбекистан на 39%, Афганистан - на 56%, Туркменистан - на 6%. В данный момент основным востребованным экспортным направлением являются страны Центральной Азии - через МГСП Сарыагаш. Сейчас станция работает на пределе своих технических возможностей. Для увеличения пропускной способности и, учитывая растущий спрос на перевозки через Сарыагаш, в 2023 году планируется начало строительства ветки Дарбаза – Мактаарал.

В то же время остаются не загруженными и перспективными такие направления как через пограничные переходы Оазис в Узбекистан и далее, Болашак в Туркменистан и далее, порт и терминалы Актау и далее - в Иран. В центральном аппарате КТЖ и в основных зернопогрузочных и зерноперерабатывающих регионах страны в круглосуточном режиме работают оперативные штабы. Ежедневно проводятся селекторные совещания с участием грузоотправителей, представителей региональных филиалов ННП «Атамекен», управлений и инспекций Минсельхоза, АО «Астык Транс». Более 400 представителей компаний-экспортеров включены в чат для оперативного приема информации по проблемам подачи и уборки вагонов. Для прозрачности распределения вагонов на станциях Кокшетау и Костанай созданы общественные советы. Для удобства грузоотправителей товарные кассы переведены на круглосуточный режим работы. Упрощена процедура выезда маневровых локомотивов ветвладельцев на станционные пути для ускорения подачи и уборки вагонов.

Несмотря на высокую потребность со стороны Китая на казахстанскую сельскохозяйственную продукцию существуют значительные барьеры при ее экспорте.

Так, при экспорте предприятиям необходимо пройти ряд процедур, а именно соблюдать фитосанитарные требования Китая по карантинным вредителям, которые не должны быть в зонах возделывания и экспортных партиях продукции растениеводства.

С учетом имеющегося экспортного потенциала страны, требуется кардинальное совершенствование существующих мер поддержки экспортеров. Оказываемые в настоящее время меры государственной поддержки, в основном носят сервисный характер (покрытие расходов на рекламу, издание каталога товаров, участие в выставках и т.д.), и направлены на продвижение готовой продукции, что, по нашему мнению, не способствует развитию производственных мощностей и расширению товарной номенклатуры, а также повышению сложности экономики. При этом следует отметить правильность концептуальных подходов к возмещению экспортных затрат субъектов индустриально-инновационной деятельности, которые предусматривает возмещение затрат для товаров нижнего передела – на уровне 30%, среднего передела – 50%, верхнего передела – 80% от суммы, предъявленной к возмещению.

В целом, среди основных проблем при экспорте казахстанской продукции необходимо отметить такие, как высокие транспортные расходы, теневая экономика и недобросовестная конкуренция, проблемы с включением в реестр-импортеров целевых стран, слабый маркетинг и отсутствие информации о рынках сбыта, недостаток и высокая стоимость сырья, устаревшие технологии производства, дефицит орошаемых земель, водных ресурсов и низкая эффективность их использования, разрозненность и дублирование функций институтов развития, оказывающих поддержку, значительные расходы на сертификацию продукции, нехватка испытательных лабораторий [6].

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Медведева, Н. А. Основные тенденции развития экспорта сельскохозяйственной продукции и продовольствия в мире / Н. А. Медведева. – DOI 10.33938/205-41. – Текст: непосредственный // Экономика, труд, управление в сельском хозяйстве. – 2020. – № 5. – (Международные отношения и мировой опыт ведения сельского хозяйства). – С. 41-48.
2. World Trade Statistical Review 2022. – Geneva, Switzerland, 2022. – URL:https://www.wto.org/english/res_e/publications_e/wtsr_2022_e.htm, (дата обращения: 24.10.2023).
3. Особенности и перспективы развития мировой торговли продовольствием - <http://helpiks.org/8-77621.html>.
4. Продовольственный прогноз - <http://www.fao.org/giews/reports/food-outlook/ru/>
5. Малевич Ю.В., Онуфриева О.А. Устойчивый экспорт в эпоху кризисов: перспективы и тренды <https://roscongress.org/materials/ustoychivyy-eksport-v-epokhu-krizisov-perspektivy-i-trendy-/>, дата обращения 24.10.2023г.
6. Aibol Argyngazinov, Внешняя торговля Казахстана: современные тенденции и особенности экспорта (Foreign Trade of Kazakhstan: Modern Trends and Peculiarities of Export) Russian Foreign Economic Journal. 2021. №6, 10 Pages Posted: 30 Sep 2021, Peoples' Friendship University of Russia, Date Written: June 30, 2021, https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3913577

Авторлар туралы мәліметтер

*Есахметова Ляйля Муратбековна – Алматы технологиялық университетінің оқытушысы, экономика ғылымдарының магистрі, e-mail: elm.78@mail.ru

**Шерзатов Қанат Аманханұлы – Каспий Қоғамдық университетінің оқытушысы, экономика ғылымдарының магистрі, e-mail: kan411@mail.ru

Сведения об авторах

*Есахметова Ляйля Муратбековна – преподаватель Алматинского технологического университета, магистр экономических наук, e-mail: elm.78@mail.ru

****Шерзатов Канат Аманханович** – преподаватель Каспийского общественного университета, магистр экономических наук, e-mail: kan411@mail.ru

Information about the authors

***Есахметова Ляйля Муратбековна** – lecturer, Master of Economic Sciences Almaty Technological University, e-mail: Elm.78@mail.ru

****Sherzatov Kanat** – lecturer, Master of Economic Sciences Caspian Public University, e-mail: kan411@mail.ru

ӘОЖ 657.01(075)

САЛЫҚ ЕСЕПТІЛІГІН ҚАЛЫПТАСТЫРУДАҒЫ ІШКІ АУДИТТІҢ РӨЛІ

Жаздықбаева Д.П. - магистр, оқытушы

Орталық Азия инновациялық университеті, Шымкент қ., Қазақстан Республикасы

Аңдатпа: Мақалада салық есептілігін қалыптастырудағы ішкі аудиттің ролі, сыртқы және ішкі бақылау жүйелері, аудиторлық нарықтың неғұрлым тұрақты дамуы мен жұмыс істеуін қамтамасыз ету жайлы қарастырылған.

Түйін сөздер: салықтық есеп, ішкі аудит, сыртқы аудит, мемлекеттік бақылау, статистикалық есеп

Аннотация: В статье рассматривается роль внутреннего аудита в формировании налоговой отчетности, систем внешнего и внутреннего контроля, обеспечении более стабильного развития и функционирования аудиторского рынка.

Ключевые слова: налоговый учет, внутренний аудит, внешний аудит, государственный контроль, статистический учет.

Summary: The article examines the role of internal audit in the formation of tax reporting, external and internal control systems, and ensuring more stable development and functioning of the audit market.

Keywords: tax accounting, internal audit, external audit, state control, statistical accounting.

Ішкі аудит қызметі орташа және ірі кәсіпорындарда құрылады. 610 “Ішкі аудит қызметінің жұмысын қарастыру” деп аталатын ХАС – да былай делінген: Ішкі аудит оның қызметтерінің бірі ретінде субъект ішінде жұмысты бағалау бойынша құрылған қызмет болып танылады. Басқа да мәселелермен қоса оның атқаратын қызметтерінің құрамына ішкі бақылау мен бухгалтерлік есеп жүйесінің бірдейлігіне, тиімділігіне және дұрыстылығына мониторинг, тексеру жүргізу, баға беру кіреді.

Ішкі аудиттің мәнін түсіну үшін оның объектілерін анықтау қажет. Олардың ішіндегі маңыздыларының бірі есептік, жоспарлық және нормативтік және анықтамалық мәліметтерден тұратын ақпараттық нысан болуы тиіс. Келесі – қабылданған басқарушылық шешімдердің деңгейін бағалау, сонымен қатар ең соңғысы технологиялық объект болуы тиіс, себебі жоғарыда аталған объектілер есеп жүргізу қажеттілігінен туындайды [1]. Осылайша, ішкі аудит дегеніміз – кеңес беру, аудит көрсеткіштерін талдау жолымен оның белгіленген параметрлерге сәйкестігін сандық – сапалық бағалау процесі.

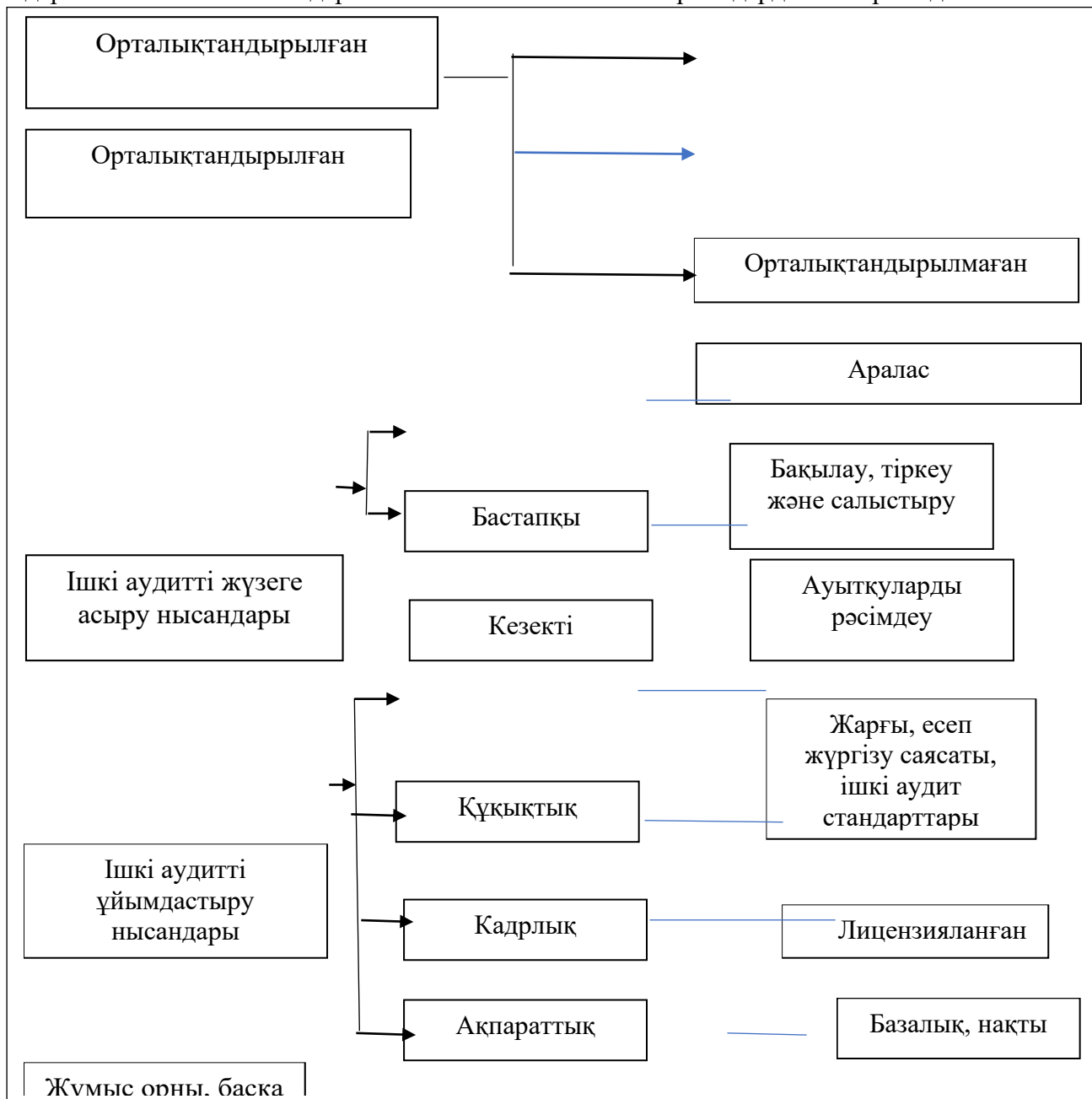
Ішкі және сыртқы аудиттің айырмашылығы, ең алдымен, оларды жүзеге асырудың құқықтық, ұйымдастырушылық және әдістемелік үлгісінде. Ішкі аудит ауқымында активтердің сақталуын қатаң бақылау, меншік иесінің мүлктік мүддесін қорғау ғана емес, менеджмент сапасы мен саясатын бақылау да жүзеге асырылады.

Қаржылық – шаруашылық қызметті жетілдіру қажеттілігі ішкі аудиттің көптеген бағыттарын анықтайды, бұл оның бірнеше түрлерге жіктелуіне әсер етеді. Демек, біздің ойымызша жедел есеп беруді жеке есептілік ретінде бөліп қарастыру тиімсіз, өйткені оның мемлекеттік не болмаса басқа да бақылау және басқару органдарына ұсынуға қажетті басқа да есеп беруге ұқсас өзіндік, негізгі және нәтижелі сипаттамалары болмайды. Яғни, біздің ойымызша, жедел есептіліктің ағымдағы сипатта болмауына және де есеп кезеңінде компанияның операциялық әрекеттерінің нәтижесі ретінде анықталмауына қарай жедел есеп

беру есептілік ретінде танудың ешбір қажеттілігі жоқ. Жедел есеп беруді тек қысқа мерзімді көрсеткіштердің қосымша мәлімет негізі ретінде ажыратып қарау қажет.

Мемлекеттік бақылау, басқару органдары үшін маңыздылығын анықтай келе салықтық есеп берудің ағымдағы не болмаса ішкі сипаттамаларына ие өзге де есеп беру түрлерінен, атап айтқанда бухгалтерлік, қаржылық, статистикалық есеп берумен салыстырғанда мемлекет үшін маңызды есептілік түрі ретінде танылып отыр.

Бірқатар авторлардың пікірінше, салықтық есеп берудің бөлініп шығуы оны үкiлеттi органдарға тапсыру қажеттілігімен түсіндіреді, ал өзгелері салық есебін және оны қорытындылау кезеңін бөліп қарастыру арасында байланысты орнатады. Радостовец В.К. пікірінше, салық есебі дегеніміз салық төлеушілердің бюджетке төлейтін төлемдердің есебі емес, ол табыстар мен шегерімдердің, демек табыстың салық есебі мақсатындағы салық төлеушілердің салық кезеңінде енгізуге міндетті жедел есеп берудің жаңа түрі. Дегенмен шегерімдердің басым бөлігі және табыстар бірқатары бухгалтерлік есепте қалыптаспайды [2]. Яғни Радостовец В.К. салықтық есеп беруді қарастыра келе салық есебінің жедел есептің жаңа түрі деп жіктейді. Біздің көзқарасымыз бойынша жедел есеп беру мерзімінің қысқа болуы - күн, бес күндік, апта, декада, жарты ай ішінде әзірленетінін назарға алып, оны тапсырудың бекітілген нысандары және атап айтқанда жедел есеп берудің жүйеленген нысаны, яғни есеп регистрлері жоқ. Атап өту керек, салық есебін әзірлеудің өзіндік нысандары болады, ал есеп салық есебінің жекелеген шоттарында жүргізіледі. Сонымен бірге есептілік мемлекеттік салық органдарына бекітілген нысандарға сәйкес және бекітілген мерзімдерде тапсырылады.



1 сурет - Ішкі аудитті ұйымдастырудың нысандары
Ескерту: Зерттеулердің негізінде автормен құрастырылған

Мүдделердің жалпы екендігіне қарастанан, бұл салада түбегейлі айырмашылықтар бар. Салықтық есеп берудің басқа да есеп беру түрлерімен өзара байланысын зерттеу оның мәлімет көздерін анықтау маңызды болып келеді. Бірқатар ғалымдардың пікірінше есеп берудің өзіне қарасты есебі болады және де есеп беру есептік жұмыстардың қорытындылау кезеңі болып саналады. Салықтық есеп берудің жекелеген есептілік ретінде бөліп қарастырумен қатар, оның басқа да компанияның есеп беру түрлерімен өзара байланысын зерттеу барысында ішкі және сыртқы аудиттің айырмашылықтарын қарастырамыз (1-кесте).

1 кесте - Ішкі және сыртқы аудитті салыстырмалы талдау

Салыстыру белгілері	Ішкі аудит	Сыртқы аудит
Ауқымы	Менеджмент жүйесімен анықталады	Заңдармен анықталады
Жүзеге асыру жолдары	Бухгалтерлік жүйенің тиімділігіне және менеджментті нақты ақпараттармен қамтамасыз етуге кепілдеме береді	Акционерлерге ұсынатын қаржылық есептілік әділ әрі дұрыс көзқарасты білдіретіндігіне сенімділікті қалыптастыру
Жауапкершілігі	Басқарушылар алдында	Тапсырыс берушілердің алдында
Аудит түрлері	Растаушы аудитке, бастапқы құжаттар мен есеп регистрлерін толық немесе ішінара тексеруге, бухгалтерлік есеп жүйесін жалпы мәліметтерін зерттеуге негізделеді	Ішкі аудит нәтижелеріне, компания қызметтерін жүйелі бағытталған тұрғыдан тексеруге немесе тәуекелге жүктеледі
Есеп беру	Тексеру актісі қорытындылары және міндетті нұсқауларымен бірге тексеруді тағайындаған органға ұсынылады	Аудиторлық есеп тапсырыс беруші, ал қорытынды барлық қызығушылық танытатын тұлғаларға ұсынылады
Ескерту: Зерттеулердің негізінде автормен құрастырылған		

Салық есебін заңнамалық деңгейде жеке есептілік болып жіктелуі оның компанияның салықтық және бухгалтерлік есеп мақсатында жеке есеп ретінде жүргізуге мүмкіндіктер туғызады. Бұл есепті жіктеп бөлу есептілікте қалыптасатын ақпараттың арнайы бағытта болуын, оларды пайдалануға және қаржылық есеп беру мен салық есептілігін құрудағы мәселелерді жеңілдетуге бағытталады.

Салықтық есеп беру жекелеген есептіліктің түрі ретінде бөлініп шығуы, біздің ойымызша, тек қажеттілік ғана емес, сонымен қатар ол келесі фактілерге негізделген. Мәселен, салық есебін бухгалтерлік есептің құрамдас бөлігі ретінде қарастыру және салықтық есеп беру салық есебінің қорытындылау кезеңі болғандықтан салық есептілігін жеке есептілік болуына мүмкіндік береді. Екіншіден, осылайша жіктеудің мемлекеттік тұрғыда да қажеттілігі бар, себебі олар бюджетке түсетін салық түсімдерін дұрыс есептеп аударуды қамтамасыз етеді. Жалпы алғанда бюджетке түсетін салықтық түсімдерінің үлесі жалпы мемлекеттік табыстың 90 пайызын құрап отыр, яғни бұл мемлекеттің фискалдық саясатын тиімді жүзеге асыруға мүмкіндік береді.

Үшіншіден, салықтық есеп беру компания жұмысының тиімділігін көрсетеді, демек оның әлеуетті инвесторларының қызығушылықтарына байланысты акцияның құны белгіленеді.

Біздің пікірімізше, салықтық есеп беруден басқа есеп беру түрлерімен байланысын жете анықтау үшін компания есептілігінің құрамы мен құрылымын нақты түрле белгілеу керек. Бірінші кестеде Халықаралық қаржылық есептілік стандарттарына сәйкес қаржылық есептілік, салық және статистикалық есеп беру нысандарының құрамы бейнеленген. Осы кестеден көріп отырғанымыздай басқа да есеп берулердің түрлеріне жататын оның құрамдас бөліктері тек оған емес, сонымен қатар байланыстыру мүмкіндіктері бар басқа есеп беру түрлеріне де қатысты [3].

Салықтық есеп берудің 100.00 нысанындағы басты құрамдас бөліктеріне активтер, міндеттемелер, меншік капитал, кірістер, шығындар жатады. Демек, салық есептілігінің басқа есептілік нысандарымен ерекшеліктерін анықтай отырып біз статистикалық есеп берудің 1-ІІ нысаны да дәл осындай есеп берудің құрамдас бөліктерін қамтитынын ұйғардық, қаржылық есептілікте де ұқсас құрамдас элементтері бар және де олар өзге есеп беру түрлеріне сәйкес бөлінген, мәселен, екінші нысандағы пайда мен залал туралы есептілікте табыстар мен шығындар келтірілген.

Салықтық есеп берудің 201.00, 600.00 нысандары мен олардың бүкіл қосымшаларында жалақыны төлеуге байланысты міндетемелердің құрамдас бөліктері бейнеленген, дәл осы көрсеткіштерді статистикалық есеп берудің 1-3 нысанында көруге болады. Салықтық есептіліктің бүкіл қосымшаларымен қатар 700.00 нысанының құрамдас бөліктері статистикалық есеп берудің 11-ші нысанында қамтылған. Дегенмен аталған есептіліктің құрамдас бөліктерінің сәйкестігі есеп беруде көрсетілген мәліметтердің біркелкі бейнеленуін дәлелдей алмайды. Біздің пікірімізше, компанияның есеп беруінің құрылымдық мәліметтері ғана емес, сонымен бірге қорытынды сомалардың мәні бойынша да сәйкес келуі қажет, мұның өзі мемлекеттік органдар тұрғысынан компанияларға бақылауды күшейту үшін мүмкіндіктер ашады.

Бірақ, атап өту керек, есеп беру жүйесінің қазіргі даму жағдайында көптеген мәліметтердің сәйкестігі жоқ, мұның өзі белгілі бір кезең ішіндегі есеп беруді ұсыну үйлесімділігінің болмауының салдарынан орын алып отыр. Мәселен, бухгалтерлік балансты құратыру кезінде қаржылық және салықтық есеп беруінің бүкіл мәліметтері бірдей болып келеді, ал статистикалық есеп беруде олардың бірқатар айырмашылығы бар, себебі есеп беру жылының аяғында бухгалтерлік балансты құрастыру кезінде қаржылық және салықтық есеп беруді ұсыну отыз күнтізбектік күннен кейін кідіру мүмкіндігі бар, ал құрамында бухгалтерлік балансты қамтитын статистикалық есеп беруінің 1-ІІ нысанын қалыптастыру кезінде аталған нысанды келесі есептік кезеңнің 25-не дейін кешіктірмей тапсыру керек. Яғни, статистикалық есеп беру бүкіл есеп беру нысандарынан ертерек тапсырылады және онда қамтылған бүкіл көрсеткіштер толық бітпеген, ал салықтық және қаржылық есеп беруді ұсыну кезінде бүкіл көрсеткіштер соңғы және қорытындылау көрсеткіштері болып есептеледі (2-кесте).

Салық есебі мен есеп берудің жекелеген есеп пен есептілік болып бөлініп шығуы, бірқатар жоғарыда аталған ғалымдардың салық есебін бухгалтерлік есеп жүйесінің құрамдас бөлігі ретінде бөлініп шығуымен түсіндіреді, демек салық есептілігі салық есебінің қорытындылау кезеңі болып табылады.

Салық есебі мен есеп беруді бухгалтерлік есеп жүйесінің құрамдас бөлігі ретінде қалыптасуы оның қорытындылау сипаттамасына ие жекелеген есеп беру түрі ретінде жүзеге асырылуына мүмкіндіктер туғызады. Компанияның есеп беруін зерттей келе, оларды екі негізгі топқа бөліп қарастыруға. Біріншісіне қорытындылау сипаттамалары жоқ жедел және басқарушылық есеп беру кіреді. Бірқатар ғалымдар бухгалтерлік есеп беруді бөліп қарастыруды жөн санайды, дегенмен ол қаржылық есеп берудің басқа сипаттамасы болып табылады; сонымен қатар қаржылық есептіліктің халықаралық стандарттарына өту бухгалтерлік есептілік түсінігін басқаша айқындауды талап етеді. Жариялылық есеп беруді экономикалық есептіліктің жекелеген түрі ретінде жіктелуі дұрыс емес, өйткені ол қоғамның назарына ұсынылады, ал бүгінгі таңда мұндай есеп беру қызметін қаржылық есептілік атқарады. Яғни экономикалық есеп берулердің ішінде мағыналары бірдей жекелеген есептіліктердің бөлу мардымсыз болып келеді. Осы ретте қорытындылау сипатты бар қаржылық, статистикалық және салықтық есептілік түрлерін екінші топқа жатқызамыз.

2 кесте - Есеп беру жүйесінің құрамы мен құрылымы

Қаржылық есептілік (ХҚЕС-на сәйкес)		Салықтық есептілік		Статистикалық есеп беру	
Құрамы	Құрамдас бөліктері	Құрамы	Құрамдас бөліктері	Құрамы	Құрамдас бөліктері
Бухгалтерлік баланс	- Активтер - Міндеттемелер - Меншікті капитал	Барлық қосымшаларды қоса алғандағы 100.00 нысан	- Активтер - Міндеттемелер - Меншікті капитал - Пайда - Зиян	Компанияның қаржылық жағдайы жөнінде есеп беру - 1-ӨҚ	- Активтер - Міндеттемелер - Меншікті капитал - Пайда - Зиян
Пайда мен залал туралы есептілік	- Табыстар - Шығындар	Барлық қосымшаларды қоса алғандағы 201, 600, 601 нысан	- Міндеттемелер	Еңбек мен жұмыспен қамту туралы есеп беру (1-Т нысаны)	- Міндеттемелер
Ақша қаражаттарының қолдау бары және қозғалысы туралы есеп беру	-Ақша қаражаттарының қолда бары	Барлық қосымшаларды қоса алғандағы 700.00 нысан	- Активтер - Меншік қаражаттардың өзгеруі	Қолда бар ақша қаражаттардың қозғалысы мен материалдық емес активтер – 11-нысан	- Активтер - Меншікті қаражаттардың өзгеруі - Меншік иелерінің салған инвестициялары
Меншікті капиталдағы өзгерістер туралы есеп	-Меншікті құралдардың өзгерісі - Меншік иелерінің салған инвестициялары - Меншік иелерінің арасында табыстарды үлестіру	Барлық қосымшаларды қоса алғандағы 300, 307 - нысан	- Пайда - Міндеттемелер	Инвестициялар туралы есеп (1-И есебі)	- Активтер Меншік капиталдағы өзгерістер - Меншік иелерінің салған инвестициялары
Түсініктеме жазба	-Есептілікті қалыптастырудың қағидалары мен тәртібі - Қаржылық есептілікті ашып көрсету мақсатындағы қосымша мәлімет	Барлық қосымшаларды қоса алғандағы 400 нысан	- Міндеттемелер		

Ескерту: Зерттеулердің негізінде автормен құрастырылған

Салыстырмалы талдаудың негізі ретінде компанияның қаржылық жағдайы туралы статистикалық есеп берудің 1-ӨҚ нысанын алдық, себебі бұл нысанда қаржылық жағдайда сипаттайтын мәліметтер табыстардың, шығыстардың, міндеттемелердің, бюджетке төленуге тиісті салықтар мен басқа да міндетті төлемдерді қамтиды.

Салықтық есеп беруді жекелеген есеп берудің түрі және салық есебінің қорытындылау кезеңі және бухгалтерлік есеп жүйесінің құрамдас бөлігі ретінде қарастыра отырып біз оның жіктелуіне негіз болатын заңнамалық ережелерді анықтаймыз. Салықтық есептіліктің өзге де есеп берудің түрлерімен байланыстылығын жете анықтау мақсатында қаржылық, салықтық, статистикалық есеп берудің бірқатар нысандарын салыстырып көрейік (кесте 3).

3 кесте - Салықтық есептіліктің басқа есептіліктермен салыстыру

Қаржылық есептілік	Салықтық есеп беру	Статистикалық есеп беру 1ӨҚ-нысаны
2-ші нысан, табыстар бөлімі	100.01, 100.02, 100.05	Өнім
2-ші нысан, шығындар бөлімі	100.10, 100.12, 100.13, 100.18, 100.21, 100.22	Компанияның әдеттегі қызметінен болған шығындар
2-ші нысан	100.39 нысан	Компанияның қаржы-шаруашылық қызметінің нәтижелері
1-ші нысан, ұзақ және қысқа мерзімді міндеттемелер бөлімі	100.38 нысан, ұзақ және қысқа мерзімді міндеттемелер бөлімі	Міндеттеме
	100, 201, 300, 400, 600, 700 нысандары	Салықтар және бюджетке төленетін басқа да міндетті төлемдер, зейнетақы қорына алынатын міндетті жарналар
Бухгалтерлік баланс	Бухгалтерлік баланс	Баланс
Ескерту: Зерттеулердің негізінде автормен құрастырылған		

Есеп берулерді салыстыру барысында біз олардың ұқсас тұстарын қарастырып зерттей келе келесі жәйттарда бейнелейтін тізбекті анықтауға болады. Мәселен, 100.01 «Тауарларды (қызметтермен жұмыстарды) сатудан түскен кіріс», 100.02 «Үй-жайларды, жабдықтарды өткізу кезінде құнның өсуі, сонымен қатар амортизацияланбайтын активтерден түсетін кіріс», 100.05 «Өзге де кірістер» нысандарының мәліметтері статистикалық 1-ӨҚ нысанындағы мәліметтермен сәйкес болуы қажет, өндірілген өнімнің көлемі, негізгі қызметтен түскен кірістер, сатудан түскен кіріс, негізгі емес қызметтен алынатын табыстар туралы мәліметтер Өнім бөлімінде көрсетіледі, сонымен қатар осы көрсеткіштер қаржылық есептіліктің Пайда мен залал туралы есеп, Тауарларды өткізуден және қызмет көрсетуден түсетін кірістер бөлімінде, Қаржыландырудан түсетін кірістер, Басқа да кірістер туралы 2-ші нысанда көрсетілуі тиіс. Салықтық есеп берудің 100.10 «Еңбекке ақы төлеу шығындары», 100.12 «Сатылған тауарлар (қызметтер мен орындалған жұмыстар) бойынша шығындар», 100.13 «Сыйақы шығындары», 100.18 «Әлеуметтік төлемдерге жұмсалған», 100.21 «Бюджеттік емес айыппұлдар мен өсімпұлдар», 100.22 «Амортизациялық төлемдер, жөндеу шығыны және тіркелген активтер бойынша шегерімдер» нысанындағы мәліметтер, Материалдық шығындар, Негізгі құралдар бойынша есептелген амортизация, Материалдық емес активтер бойынша амортизация, Еңбек ақы шығындары, Өзге де шығындар, Негізгі қызметтен болған шығындар, Негізгі емес қызмет шығындар туралы мәліметтер қамтылатын статистикалық есеп берудің 1-ӨҚ нысанының Компанияның әдеттегі қызметімен байланысты шығындар деп аталатын екі бөлінің көрсеткіштермен салыстырмалы болуы қажет, сонымен қатар осы көрсеткіштер қаржылық есептіліктің 2-ші нысанының Өнімді өткізуге және қызмет көрсетуге жұмсалған шығындар, Әкімшілік шығыстар, Қаржыландырумен байланысты шығындар, Өзге де шығындар

баптарында көрініс табуы керек. Салықтық есептіліктің 100.39 нысаны Пайда мен залал туралы есеп беру деп аталады, осы нысанда және статистикалық есеп берудің 1-ӨҚ нысанының үшінші бөліміндегі Компанияның қаржы-шаруашылық қызметінің нәтижелері көрсеткіштері бойынша барынша бірінғай болуы қажет.

Осындай сәйкестік салықтық есеп берудегі Бухгалтерлік баланс 100 нысанында қарастырылады, ал қаржылық есептілікте бұл 1-ші нысан, статистикалық есеп беруде 1-ӨҚ нысанының алтыншы бөлімі. Дебиторлық және кредиторлық қарыздар көрсетілетін 1-ӨҚ нысанының төртінші бөлімінің қысқа мерзімді міндеттемелер және ұзақ мерзімді міндеттемелер баптары бойынша салықтық және қаржылық есеп берулердің баланстық нысандарына көрсетілуі қажет. Салықтар және бюджетке төленетін басқа да міндетті төлемдер, міндетті зайнетақы жарналары деп аталатын бесінші бөлімде төленген салық міндеттемелері, салықтық есеп беруде төлемдер шегіндегі міндетемелер көрсетіледі, ал қаржылық есеп беруде тек қана салықтық міндетемелер бойынша қалдық сомалары көрсетіледі. Салықтық есеп беруде 100.10 «Еңбек ақыдан есептелетін шығындар» нысаны бар, ол статистикалық есеп берудің 1-Т нысанындағы көрсеткіштермен сәйкес болуы тиіс. 100.22 Амортизациялық төлемдер, жөндеу бойынша шығындар және өзге де тіркелген активтер бойынша шегерім» нысаны «Негізгі құралдар мен материалдық емес активтердің қолда бары туралы есеп беру» деп аталатын 11-ші нысанындағы мәліметтермен сәйкес келеді.

Осылайша біз салық есебінің қаржылық және статистикалық есеп берулермен байланысын зерттеп қарастырдық. Біздің ойымызша, барлы есептілік түрлеріндегі тиісті көрсеткіштер бір-бірімен сәйкес болуы қажет, осы ретте нысанның мәліметтері ретінде белгіленген мерзімде ұсынылған есеп беруді қабылдайтын мемлекеттік органдар арасындағы үйлесімділік керек. Осындай сәйкестікке қол жеткізу үрдісінде мемлекеттік органдардың қызметі - ол бақылауды қажетті деңгейде жүзеге асыру.

Сонымен салықтық есеп беру, қаржылық және статистикалық есептіліктермен тек қана ақпарат негіздері бойынша ғана емес, есеп беру нысандарында ұсынылатын көрсеткіштер бойынша да байланыстар бар екендігінне көз жеткіздік. Зерттеу барысында қол жеткізге тұжырымдарға сәйкес ешқандай есеп беру басқа да есептіліктердің түрлерімен негізді түрде байланыста болмауы мүмкін емес. Нақты бір есеп беруде ұсынылып отырған мәлімет басқа есеп беру көрсеткіштеріне сай болуы қажет, осы ретте ғана есеп беруде қамтылған көрсеткіштердің шынайы, жалпылама болуына қол жеткізе аламыз.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ:

1. Жақыпбеков С. Ішкі аудит: Оқу құралы: Алматы, 2008. 26 б.
2. Радостовец В.К., Гамарник Г.Н. Бухгалтерский учет на предприятии. Жалпы курс. – Алматы: Экономика, 2006. – 364б.
3. Тишков И.Е., Балдинов А.И., Дементей Т.Н. және басқалары. Бухгалтерский учет: оқулық / И.Е.Тишков редакциясы. – Минск: Жоғарғы мектеп, 2004.- 688б.

Авторлар туралы мәліметтер

*Жаздықбаева Дана Пернебаевна – магистр, оқытушы, Орталық Азия инновациялық университеті, e-mail: jazddana76@mail.ru

ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГТІҢ ДАМУ ТЕНДЕНЦИЯЛАРЫ МЕН БАҒЫТТАРЫ

Исаева А.Т.¹, Қосжанова Е.О.².

^{1 2} Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті, Алматы қ.,
Қазақстан Республикасы

Аңдатпа. Мақала Қазақстандағы интернет-маркетингтің даму тенденцияларына және қоғамдағы интернет-маркетингтің маңыздылығын қарастыруға бағытталған. Бүгінгі таңда маркетингті дамытудың көптеген бағыттары бар. Осыған байланысты мақалада Қазақстанда интернет-маркетингтің пайда болу себептері, оның дамуына кедергі келтіретін мәселелер, оларды шешу жолдары қарастырылған. Мақалада Қазақстандағы интернет-маркетингте қолданылатын құралдарды талдаудың теориялық тәсілдері қарастырылған. Интернет-маркетингтің дамуы үшін цифрлық сауаттылықты ұлғайту өте маңызды. Қазақстандағы цифрлық сауаттылық деңгейін көтеру мәселесі қарастырылады, оны одан әрі дамыту қажеттілігі атап өтілді.

Түйін сөздер: интернет-маркетинг, цифрлық сауаттық, интернет-дүкен, әлеуметтік желі, компания.

ТЕНДЕНЦИИ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА В КАЗАХСТАНЕ

Исаева А.Т.¹, Косжанова Е.О.²

^{1 2} Казахский Национальный педагогический университет имени Абая, г. Алматы, Республика
Казахстан

Аннотация. Статья посвящена тенденциям развития интернет-маркетинга в Казахстане и рассмотрению значимости интернет-маркетинга в обществе. Сегодня существует множество направлений развития маркетинга. В связи с этим в статье рассматриваются причины появления интернет-маркетинга в Казахстане, проблемы, сдерживающие его развитие, и пути их решения. В статье рассматриваются теоретические методы анализа инструментов, используемых в интернет-маркетинге в Казахстане. Повышение цифровой грамотности очень важно для развития интернет-маркетинга. Рассмотрен вопрос повышения уровня цифровой грамотности в Казахстане и отмечена необходимость ее дальнейшего развития.

Ключевые слова: интернет-маркетинг, цифровая грамотность, интернет-магазин, социальная сеть, компания.

TRENDS AND DIRECTIONS OF INTERNET MARKETING DEVELOPMENT IN KAZAKHSTAN

Issaeva A.T.¹, Koszhanova Y.O.²

^{1 2} Abai Kazakh National Pedagogical University, Almaty, Republic of Kazakhstan

Summary. The article is devoted to trends in the development of Internet marketing in Kazakhstan and consideration of the importance of Internet marketing in society. Today there are

many areas of marketing development. In this regard, the article discusses the reasons for the emergence of Internet marketing in Kazakhstan, the problems hindering its development, and ways to solve them. The article discusses theoretical methods for analyzing tools used in Internet marketing in Kazakhstan. Increasing digital literacy is very important for the development of Internet marketing. The issue of increasing the level of digital literacy in Kazakhstan was considered and the need for its further development was noted.

Keywords: internet marketing, digital literacy, online store, social network, company.

Интернет-маркетинг – жеке брендтерді, компанияларды, тауарлар мен қызметтерді Интернетте жылжыту, сонымен қатар цифрлық платформаларда клиенттермен және әлеуетті сатып алушылармен өзара әрекеттесу тәжірибесі. Ол дәстүрлі маркетинг әдістеріне негізделген оның негізгі айырмашылықтары - жарнаманың кең мүмкіндіктері, аудиторияны талдау, кері байланыс жинау және көптеген компаниялар үшін 2023 жылы Интернеттегі маркетинг тұтынушыларды тартудың жалғыз әрі негізгі жолы болып табылады. Интернет-маркетинг Интернетті пайдаланушылардың, атап айтқанда, брендтің мақсатты аудиториясының назарын аударуға және тұтынушыларды конверсиялық әрекетті орындауға және компанияның клиенттері болуға ынталандыруға бағытталған.

Жалпы, Интернет-маркетингтің мақсаты– Интернет жүйесі арқылы тауарлар мен қызметтерді жылжыту. Қазақстандағы көптеген брендтер үшін ең танымал әдіс Интернет арқылы жылжыту болып қала береді. Бұл жағдайда әртүрлі құралдар мен механизмдерді қолдануға болады: контекстік жарнама, SEO оңтайландыру, сайт құру, SMM, e-mail арқылы тарату, таргет,әлеуметтік желілер, онлайн хабарландыру тақталары және т. б. Интернет-маркетингті пайдаланудың сөзсіз артықшылығы мақсатты аудиторияны анықтаудың жоғары дәлдігі болып табылады, өйткені іздеу жүйелерін оңтайландыру арқылы клиенттің сұраныстары адамға қазіргі уақытта қажет өнімді анықтап, оған жарнама көрсете алады. Сондай-ақ, тауарларды жылжыту кезінде сіз үлкен аудиторияны тарта аласыз, нарықтың сыйымдылығын кеңейте аласыз, сонымен қатар Интернет арқылы жылжыту жарнама беруші үшін бюджеттік нұсқа болып табылады және оның тиімділігін талдау жүйесі арқылы оңай бақылауға болады (әртүрлі есептегіштер, Яндекс-метрика, Google-Analytics)[3, б. 64].

Интернет-маркетингтің дамуының басталуы 1990 жылдар деп санауға болады, ол кезде Интернет адамдар өміріне кеңінен енгізілген. Қазақстан үшін Интернет-маркетинг ұғымы жаңа және ол соңғы жылдары ғана кеңінен қолданыла бастады. Елде маркетингтің осы бағытын кейінірек кеңінен қолданудың бірнеше себептері бар. Қарапайым халық арасында Интернеттің кең таралуы басты факторлардың бірі болып табылады, мұндай үрдіс Қазақстанның тым үлкен аумағынан, сондай-ақ халықтың тым аз тығыздығынан туындады. Дегенмен. Интернет-маркетинг жылдам қарқынмен дами бастады. 2012 жылы Қазақстан Республикасы Статистика агенттігінің мәліметтері бойынша 2000 жылғы 70 мыңмен салыстырғанда 4,271 миллион тіркелген байланыс абоненті, 24,685 миллион ұялы байланыс абоненті және 9,4 миллион Интернет пайдаланушысы тіркелді [1].

Wunder Digital инновациялық цифрлық хабы 2022 жылға арналған интернеттің қазақстандық сегментінің көрсеткіштерімен бөлісті(1-сурет). Компанияның мәліметінше, елдегі 19,5 миллион халықтың 17,3 миллионы интернетті пайдаланады, оның енуі 89,2 пайызды құрайды[5].



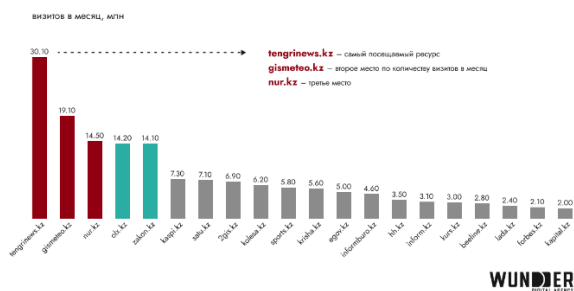
1 сурет – 2022 жылғы интернет пайдаланушылар үлесі[5].

Қолданушыларды аймақтар бойынша бөлу айтарлықтай біркелкі, Астана мен ірі қалалар дәстүрлі түрде көш бастады. Пайдаланушылардың 76%-ы желіге смартфоннан кірсе, 60%-ы тек мобильді трафикті пайдаланады. Іздеу жүйелерінің ішінде қазақстандықтар Google-ды (83%) артық көреді.

Қазақстандағы интернет пайдаланушының профілі келесідей:

- 48% ерлер, 52% әйелдер;
- 41% 20-41 жас аралығындағы адамдар, 29% 6-19 жас;
- 88% елде жұмыс істейді;
- 89% күнделікті желіге кіреді;
- іздеуге, бейнеге, жаңалықтарға, әлеуметтік желілер мен мессенджерлерге, шопингке, музыкаға, ойындарға қызығушылық танытады.

2022 жылғы жергілікті сайттардың рейтингін tengrinews.kz ақпараттық порталы басқарады. Кіру саны бойынша екінші орында gismeteo.kz аяу райы сайты. Үшінші орынды nur.kz, olx.kz және zakon.kz ресурстары бөліседі (2-сурет).



2 сурет – Жергілікті сайттардың рейтингі [5].

Мобильді қосымшалар арасында көшбасшы-WhatsApp мессенджері (13,2 миллион қолданушы), танымалдығы бойынша мультифункционалды қосымша Kaspi.kz, YouTube және Instagram үштігі көш бастап тұр.

Қазақстандықтар YouTube- те (12 млн пайдаланушы) бейне көруді, ал Яндекс-те аудио тыңдауды жөн көреді.(2,7 млн тыңдаушылар). Бүгінгі күні Kaspi.kz – Қазақстан шекарасынан тысқары жерлерге танымал озық технологиялық компаниялардың бірі. Гарвардта магистранттарға қазақстандық Kaspi.kz оқиғасы оқытылады.

Kaspi.kz сайтындағы интернет-дүкен бес жыл қатарынан Baker Tilly Kazakhstan халықаралық компаниясының Forbes журналымен бірлесіп жасайтын Қазақстанның ең ірі онлайн-сауда алаңдары рейтингінде 1-ші орынды иеленді. Ассортиментте шамамен 2,5 миллион

түрлі өнімдер бар, оларды үйге дейін немесе Kaspi Postamat дүкенінде тегін жеткізу арқылы тапсырыс беруге болады. Kaspi.kz сайтындағы Дүкен 25 мыңға жуық серіктес дүкендердің өнімдерін ұсынады. Бұл негізінен қазақстандық шағын және орта бизнес. Бұрын шағын қаланың кәсіпкері тек өз қаласында ғана сатуға болатын. Енді Kaspi Store және Kaspi Delivery арқылы Қазақстан бойынша сата алады[2].

Қазақстанда биылғы жылы электронды сауда көлемі алғаш рет 1 триллион теңгеден асты. Үш жыл ішінде өсім үш еседен астамға өсті, бұл әлемдегі ең жоғары көрсеткіштердің бірі. Kaspi.kz сайтындағы «Мемлекеттік қызметтер» бөліміне 8,5 миллион қазақстандық кіреді. Арнайы қосымшада автокөлікті онлайн түрде қайта тіркеуге, салық төлеуге, жүргізуші куәлігін ауыстыруға, цифрлық құжаттарыңызды пайдалануға, жеке кәсіпкер ашуға, туу туралы куәлік алуға, әлеуметтік шот ашуға, туу және бала күтіміне байланысты құжаттарды рәсімдеуге болады. , мемлекеттік медициналық мекемелерден сертификаттар алу және т.б.

Kaspi Pay серіктестеріне республика бойынша 350 мыңнан астам шағын және орта кәсіпорындар кіреді. Kaspi шағын және орта бизнесті дамытуға, дамытуға және жаңа жұмыс орындарын ашуға көмектеседі. Соңғы үш жылда Kaspi.kz технологияны дамытуға шамамен 150 миллиард теңге инвестициялады. Kaspi.kz және Kaspi Pay қызметтеріндегі интернет-дүкенге қосылу арқылы қазақстандық компаниялар ең заманауи технологияларға қол жеткізеді, сатылымдарын арттырады, дамып, жаңа жұмыс орындарын ашады.

САРА мәліметтері бойынша, Қазақстанда 2023 жылдың бірінші тоқсанында оны тарату құралдарындағы (теледидар, интернет, сыртқы жарнама, радио, баспа БАҚ) жарнаманың жалпы көлемі ҚҚС-ты есепке алғанда шамамен 17,3 млрд теңгені құрады, 2022 жылдың сәйкес кезеңімен салыстырғанда бұл 26%-ға көп(1-кесте).

1-кесте 2022, 2023 жылдың бірінші тоқсанында Қазақстандағы жарнаманың тарату құралдарындағы көлемі, млрд.

№	Медиа арналар	I тоқсан 2022 ж.	I тоқсан 2023 ж.	Динамика 2023/2022, %
1.	Теледидар	5,7	5,9	2%
2.	Интернет	5,5	8,0	45%
3.	Сыртқы жарнама	1,4	2,2	59%
4.	Радио	0,7	0,9	27%
5.	Баспа құралдары	0,3	0,3	-11%
Барлығы:		13,7	17,3	26%

Цифрлық сауаттылық – қазіргі өмір мен кәсіби қызметтің барлық салаларына әсер ететін маңызды өмірлік дағды. Цифрлық сауаттылық – цифрлық құралдар мен технологияларды, сондай-ақ интернет ресурстарын қауіпсіз және тиімді пайдалану үшін қажетті білім мен дағдылардың жиынтығы.

Мессенджер арқылы байланыс, онлайн төлемдер, электронды қызметтер – осының барлығы заманауи адамның күнделікті жұмысының бір бөлігіне айналуға. «Цифрлық Қазақстан» мемлекеттік бағдарламасының қабылдануымен қазақстандықтардың өміріне қарқынды енген цифрландыру экономиканың базалық салалар мен бизнесті ғана емес, сонымен бірге қоғамның бүкіл өмірін цифрландыратын жаңа үлгіні қалыптастырады.

Бірақ мәселе барлық азаматтардың жаңа технологияларды қолдануды білмейтіндігінде. Оны шешу үшін халықты өзіне таныс қызметтерді жаңаша пайдалануға дағдыландыру қажет.

Үкімет қаулысымен бекітілген Қаржылық сауаттылықты арттырудың 2020–2024 жылдарға арналған тұжырымдамасы шеңберінде Қазақстан Республикасының Қаржы нарығын дамыту және реттеу агенттігі әлеуметтік зерттеу жүргізіп, нәтижесінде қаржылық сауаттылық индексі Қазақстандықтар 2021 жылы 2020 жылмен салыстырғанда 0,45 пунктке өсіп, 39,52%-ды құрады. Алайда басқа дамыған елдермен салыстырғанда бұл көрсеткіштер айтарлықтай төмен. Мысалы, HowMuch деректері бойынша Еуропа, Канада және Израильдегі сауаттылық деңгейі 67–71% құрайды. Ал бұл рейтингте қазақстандықтардың сауаттылық деңгейі 40 пайызды құраған.

Цифрлық сауаттылық деңгейінің төмен болуының негізгі себептері:

- интернеттің қымбат болуы
- интернетке қажеттіліктің болмауы
- елді мекенде интернеттің болмауы

2-кестеде Қазақстан аймақтарының сауаттылық деңгейі келтірілген[4].

2-кесте – Халықтың сауаттылық деңгейі

	Халықтың цифрлық сауаттылық деңгейі (дербес компьютерді, смартфонды, планшетті, ноутбукты; стандартты бағдарламаларды; Интернет арқылы қызметтерді алуды меңгерген пайдаланушылардың пайызы)									
	жалпы халықтың саны									
	6 жас және одан жоғары	6-74 жас	6 жас және одан жоғары	6-74 жас	6 жас және одан жоғары	6-74 жас	6 жас және одан жоғары	6-74 жас	6 жас және одан жоғары	6-74 жас
	2018		2019		2020		2021		2022	
Қазақстан Республикасы	77,3	79,6	79,9	82,1	82,0	84,1	85,3	87,3	86,3	88,3
Абай облысы									77,6	79,9
Ақмола	66,1	68,9	71,9	74,7	72,3	74,9	78,9	81,5	80,7	83,1
Ақтөбе	76,1	78,0	77,9	80,0	79,1	81,0	85,3	86,8	88,2	89,6
Алматы									92,1	91,9
Атырау	79,4	81,2	81,1	82,6	81,7	83,1	84,1	85,2	84,2	85,4
Батыс Қазақстан	75,9	76,4	75,8	78,4	76,1	78,8	76,8	79,2	80,0	82,0
Жамбыл	76,5	78,2	78,0	79,8	79,5	80,9	84,3	85,8	84,2	85,8
Жетісу облысы									82,7	85,3
Қарағанды									82,7	86,2
Қостанай	76,5	80,8	78,8	82,9	82,2	85,8	88,0	90,8	86,8	90,9
Қызылорда	77,2	78,6	79,1	80,1	82,4	83,0	88,1	89,3	87,8	89,4
Маңғыстау	76,9	78,1	77,5	78,7	78,5	79,6	83,7	84,9	84,7	86,0
Павлодар	76,5	79,6	79,4	82,4	80,5	83,5	81,7	85,1	81,5	85,1
Солтүстік Қазақстан	70,8	74,8	73,4	77,1	75,3	78,8	76,5	80,2	78,5	82,1
Түркістан	75,4	76,9	76,3	77,7	80,7	82,1	86,2	87,2	88,3	89,9
Ұлытау облысы									91,3	91,8
Шығыс Қазақстан									82,2	84,8
Астана	84,0	85,4	87,8	88,7	90,4	91,3	94,6	94,7	93,7	95,2
Алматы қаласы	84,4	87,2	86,3	89,0	88,7	91,4	88,9	91,5	91,0	93,8

Шымкент	79,2	80,8	80,0	81,5	80,9	82,3	86,1	87,5	86,1	87,5
---------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------

Пандемия бүкіл әлемде цифрландырудың қарқынын жеделдетті. Халықтың цифрлық сауаттылық деңгейінің жыл сайын артуы байқалады. Дербес компьютерді, смартфонды, планшетті немесе ноутбукты пайдалану, сондай-ақ стандартты бағдарламаларды пайдалану және Интернет арқылы қызметтерді алу дағдылары бар пайдаланушылардың үлесі 2019 жылғы 79,9%-дан 2020 жылы 82%-ға дейін өсті.

Қазақстан Республикасында мемлекеттік қызметтерді автоматтандыру мен оңтайландыруға жіті назар аударылуда. Цифрландыру деңгейі ең жоғары мемлекеттік органдардың бірі – Қазақстан Республикасының Бірыңғай жинақтаушы зейнетақы қоры: қор қызметтерінің 90%-дан астамы толық автоматтандырылған.

Бүгінгі таңда халықтың қаржылық сауаттылығын дамыту үшін бірқатар тегін және қолжетімді оқыту алаңдары құрылуда. Мысалы, Қазақстан Республикасы Қаржы нарығын реттеу және дамыту агенттігі figramota.kz сайты және Fingramota Online мобильді қосымшасын әзірледі.

Ал балалар үшін 2019 жылдан бастап Freedom Life өмірді сақтандыру компаниясы жазғы лагерь форматында да, жалпы білім беретін мектептерде оқыту курсы форматында да жүзеге асырып жатқан арнайы тегін Freedom Camp жобасы жұмыс істейді. Бұл балалар қаржы және оларды қалай басқару керектігін үйренетін интерактивті сабақтар топтамасы. Ол іске қосылғалы бері қазақ мектептеріндегі 1200-ден астам оқушы қаржылық сауаттылықтың бастапқы курсына аяқтады. Freedom Camp жазғы лагерьіне 1500-ден астам бала барды.

Зейнеткерлерге арналған «Мен қазір онлайнмын» курсының бірінші легі 2022 жылдың көктемінде өтті. «Мен қазір онлайнмын» мақсаты - зейнеткерлерге күнделікті өмірде, ал кейбіреулер үшін мансабында көмектесетін смартфонды сенімді пайдалануға көмектесу. Курс зейнеткерлерге смартфонды пайдалануды, қосымшаларды жүктеп алуды, eGov, Kaspi, OLS және т.б. қолдануды, алаяқтардан қалай қорғануды және басқа да көптеген цифрлық дағдыларды үйретеді. Курс бағдарламасындағы маңызды тақырыптардың бірі - өзіңізді алаяқтар мен фейктерден қалай қорғау керек [4].

Мемлекет цифрлық сауаттылықты арттыру бірнеше қадамдарды жасау керек:

Білім беру бастамалары: Цифрлық сауаттылықты мектеп бағдарламаларына біріктіріп, технология негіздерін, онлайн қауіпсіздікті және цифрлық құралдарды түсіну үшін барлық жас топтары үшін арнайы тегін курстарды ұсыну қажет.

Қауымдастық бағдарламалары: Әртүрлі демографиялық көрсеткіштерге бағытталған және қол жетімділікті қамтамасыз ететін цифрлық дағдыларды үйрету үшін семинарлар және мастер-класстар өткізу.

Интернетке қол жеткізу: Цифрлық дағдыларды үйренуге және қолдануға мүмкіндік беру үшін, әсіресе ауылдық жерлерде немесе қызмет көрсетілмейтін жерлерде интернетке кеңінен қол жеткізуді қамтамасыз ету.

Біліктілікті дамыту: Жұмысқа орналасу үшін нақты цифрлық дағдыларды жақсарту үшін салалық серіктестермен бірлесіп кәсіптік оқыту және сертификаттау бағдарламаларын жасау.

Қоғамдық ақпараттандыру науқандары: Цифрлық сауаттылық, онлайн қауіпсіздік және технологияны жауапкершілікпен пайдалану маңыздылығы туралы хабардарлықты арттыру үшін науқандарды іске қосу.

Қолдау желілері: Онлайн форумдар немесе жергілікті топтар сияқты қолдау желілерін жасау, онда адамдар сандық дағдыларды жақсартуда басшылық іздеп, бір-біріне көмектесе алады.

Мемлекет тарпынан ұялы басланыс операторларының бағаларын қадағалау.

Қортындай келе, аталған мәлімелерді зерттей отыра интернет-маркетингтің біздің елімізде әлі де толықтай жетілмегенін көреміз. Аталған ұсыныстар, қадамдар жан-жақты жүзеге асырылған кезде ғана елімізде цифрлық сауаттылықты айтарлықтай өседі. Жетілдірілген цифрлық сауаттылық арқылы көп адам ақпаратқа қол жеткізе алады, желіде тиімді қарым-қатынас жасай алады және технологиялық жетістіктерге бейімделеді. Бұл экономикалық мүмкіндіктердің артуына, жақсы жұмыс перспективаларына және жалпы өнімділіктің

жоғарылауына әкеледі. Жоғарыда атап кеткен тауарлар мен қызметтерді отандық және халықаралық деңгейде кеңірек аудиторияға тиімді ілгерілету арқылы Қазақстанда жергілікті бизнесті дамытуға, инвестиция тартуға және экономикалық өсуді қамтамасыз ете алады. Ол өркендеп келе жатқан экономикаға үлес қоса отырып, инновациялар мен кәсіпкерлікті дамытады әрі еліміздің маркетинг саласында одан әрі дамуына ықпал етеді.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. [Число пользователей интернета в Казахстане достигло 9,4 млн/](https://profit.kz/news/8499/Chislo-polzovatelej-interneta-v-Kazahstane-dostiglo-9-4-mln/) [Электрондық ресурс]. – 2012. – URL: <https://profit.kz/news/8499/Chislo-polzovatelej-interneta-v-Kazahstane-dostiglo-9-4-mln/> (өтініш берілген күні: 18.11.2023).
2. Kaspi.kz – Қазақстанда жасалған! [Электрондық ресурс]. – 2022. – URL: <https://tengrinews.kz/money/kaspikz-sdelano-v-kazahstane-481359/> (өтініш берілген күні: 18.11.2023).
3. Халилов Д. Әлеуметтік медиа маркетингі. М., 2017. 240 б.
4. Аға ұрпаққа цифрлық сауаттылықты қалай үйрету керек? [Электрондық ресурс]. – 2023. – URL: <https://www.the-village-kz.com/village/city/asking-question/30499-kak-obuchit-starshee-pokolenie-tsifrovoy-gramotnosti>(өтініш берілген күні: 17.11.2023).
5. Қазақстанда интернеттің енуі 89,2 пайызды құрайды [Электрондық ресурс]. – 2023. – URL: <https://digitalbusiness.kz/2023-05-23/proniknovenie-interneta-v-kazahstane/> (өтініш берілген күні: 18.11.2023).

Авторлар туралы мәліметтер

* Исаева А.Т. – э.ғ.к, аға оқытушы, Абай атындағы Қазақ Ұлттық педагогикалық университеті, e-mail: issaeva_ainur@mail.ru

** Қосжанова Е.О. – Маркетинг мамандығы, 4 курс, Абай атындағы Қазақ Ұлттық педагогикалық университеті, e-mail: erkenaz2402@mail.ru

ӨНІМНІҢ БӘСЕКЕГЕ ҚАБІЛЕТТІЛІГІ ТҰРАҚТЫ ЭКОНОМИКАЛЫҚ ДАМУДЫҢ НЕГІЗІ

Калманова Н.М.¹, Жармұханбет С.А.²

^{1,2} Каспий Қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

Аннотация. Бәсеке кәсіпорындардың экономикалық күшін бақылай отырып, оны жетілдіруге негізделеді. Өнімнің бәсекеге қабілеттілігін қалыптастыру баға мен сапалылық факторына тікелей бағытталады. Сонымен қатар бәсекенің қосымша факторы ретінде маркетингтік жарнама және өнімнің сыртқы визуалдық көрінісін айта аламыз. Жалпы тауардың бәсекеге қабілетті бағасы нарықты зерделеу, талдау жүргізу арқылы тауарды тұтынушылардың қажеттілігі мен мүмкіндігіне тәуелді болады. Жетілген бәсеке нарығында өніммен қатар экономикадағы ауыспалы жағдайларға кәсіпорынның икемділігі сыналады. Неғұрлым жетілген бәсеке қалыптасқан сайын, соғұрлым әділ баға болмақ.

Кілт сөз: өнім, нарық, бәсекеге қабілеттілік, сапа, маркетинг, монополия.

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРОДУКЦИИ ОСНОВА УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ

Калманова Н.М.¹, Жармұханбет С.А.²

^{1,2} Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация. Конкуренция основана на повышении экономической мощи предприятий. Формирование конкурентоспособности производства непосредственно ориентировано на ценовой и качественный фактор. При этом в качестве дополнительных факторов конкуренции можно отметить маркетинговую рекламу и визуальный вид продукта. В целом, конкурентоспособная цена товара зависит от потребностей и возможностей потребительской корзины посредством исследования и анализа рынка. На рынке зрелой конкуренции наряду с продуктами труда проверяется гибкость предприятия к изменяющимся условиям экономики. Чем более зрелой будет конкурентная среда, тем справедливее будет цена.

Ключевые слова: продукт, рынок, конкурентоспособность, качество, маркетинг, монополия.

COMPETITIVENESS IS BASE OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF ECONOMY

Kalmanova N.M.¹, Zharmukhanbet S.A.²,

^{1,2} Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

Summary. Competition is based on increasing the economic power of enterprises. The formation of competitiveness of production is directly focused on the price and quality factors. At the same time, marketing advertising and the visual appearance of the product can be noted as additional competitive factors. In general, the competitive price of a product depends on the needs and capabilities of the consumer basket through market research and analysis. In a mature competition market, along with labor products, the enterprise's flexibility to changing economic conditions is tested. The more mature the competitive environment, the fairer the price will be.

Keywords. Product, market, competitiveness, quality, marketing, monopoly

Кәсіпорынның бәсекеге қабілеті туралы түсінігін өндірістік әлеуетін, қаржыны тиімді пайдалану есебімен кәсіпорын бәсекеге қабілетті өнімді өндіруге қабілеті.

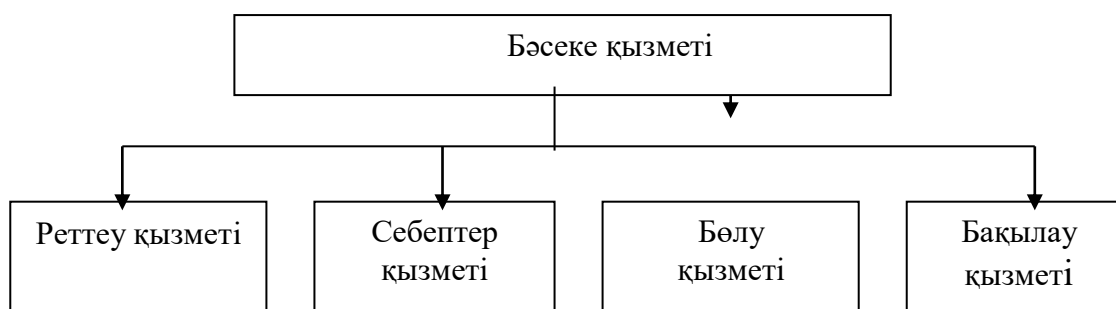
Тауардың бәсекеге қабілеті түсінігі сапалық және құндылық сипатының жиынтығы, өйткені сатып алушының қажеттілігін қанағаттандыруын қамтамасыз етеді және сатып алушы үшін бәсекеге түскен сәйкес тауар айыруға ықпал жасайды.

Бәсеке баға тәртібін анықтайтын фактор, сонымен қатар инновациялық үдерісті ынталандыру (өндірісте жаңа кірістерді: жаңа идеялар, өнертабыстарды енгізу). Ол тиімсіз кәсіпорындарды өндірістен ығыстыруға, ресурстарды ұтымды пайдалану, тұтынушы қатынасы бойынша (монополистер) өндірушілердің өктемдігін болдырмау болып табылады.

Бәсекені шарты түрде ерікті біріккен бәсеке және ерікті бірікпеген бәсеке бөлуге болады [1].

Бәсеке нарығы келесі шекарамен анықталады, олардың шеңберінде нарыққа әсер ететін жеке фирмалар, өзінің өнімін өткізетін шарттары бар, осының барлығы бағаға әсер етеді. Жеке фирмалардың нарыққа әсер етуі аз болса сайын, олар өзінің өнімін қайда өткізетін болса соғұрлым нарық бәсекелі болып саналады. Жеке фирмалар оған мүлде әсер етпегенде ғана бәсеке нарығы жоғары дәрежеге жетеді.

Бәсеке жағдайының өзгермеуіне «жоғары» және «төмен» анықталған күштерден нарық қатынасында тәуелсіз субъекттер бар. Бұл тәуелсіздік көрініс табады біріншіден, өндіріс туралы немесе қызмет пен тауарды сатып алуда мүмкіншілігінше өз бетімен шешім қабылдау, екіншіден нарық серіктестерін таңдау еркіндігі. Бәсеке үдерісінде шаруашылық субъектілері бір-бірін өзара бақылайтын секілді. Бәсеке, сондай-ақ нарық жағдайында жалпы өндіріс тепе-теңдігін реттеудің маңызды құралында бар [2]. Бәсекенің негізгі қызметтің 1-ші суретте ұсынамыз.



1 сурет - Бәсекенің негізгі қызметтері

Реттеу қызметі. Нарыққа қарсы тұру үшін кәсіпкер (тұтынушы егемендігі) тұтынушы қажеттілігі үшін өз бұйымын ұсыну керек. Осыдан бағаға әсер ететін өндірістік факторлар тұтынушылардың кең көлемдегі қызметті қайда болса, сол салаға бағытталады.

Себептер қызметі. Кәсіпкер үшін бәсеке бір уақытта мүмкіндік пен тәуекелді білдіреді:

- кәсіпорын, (оң мақұлдау) өнімнің сапасы бойынша үздік түрін немесе өндірісте өндірістік шығындарын аз мөлшерде болуын, сыйақыны пайда түрінде алуды ұсынады. Бұл техникалық үдерісті ынталандырады;

- кәсіпорын, (теріс мақұлдау) клиенттердің тілектеріне мән бермей немесе нарықта өз қарсыластарының бәсеке ережелерінің бұзылуын, шығын түрінде жазасын алу немесе нарықтан ығыстырылады.

Үйлестіру қызметі. Бәсеке аса жоғары өнімді енгізуді ғана ынталандырмайды, сонымен қатар кәсіпорын арасында пайданы бөлісуге мүмкіндік береді және үй шаруашылығын тиімді салымдарына сәйкестендіреді. Бұл сыйақының нәтижесі бойынша бәсеке күресінде үстемділік ұстанымына жауап береді.

Бақылау қызметі. Бәсеке әр бір кәсіпорынның экономикалық күшін бақылайды және шектейді. Мысалы, монополист бағаны ұсынуы мүмкін. Осы уақыта бәсеке сатып алушыға

сатушының арасынан таңдау жасауды ұсынады. Неғұрлым жетілген бәсеке болған сайын, соғұрлым әділ баға болмақ.

Бәсеке өз қызметін орындау үшін бәсеке саласының саясаты оны қамқорлыққа шақырады. Басқарманың ұстанымы «бәсекенің қарқынының оңтайлығы» бәсеке саласының саясаты ретінде мына мақсаттарды ұсынады:

- техникалық үдерісінде бұйымды және үдерісті тез енгізу қатынасы (бәсекенің инновацияға қысымы);

- ауыспалы жағдайға кәсіпорын икемді бейімделеді (мысалы, тұтынушылардың бейімделуі), (бәсекенің бейімділікке қысымы).

Әр бір экономика нарығында қауіп бар, олар бәсеке күресіне қатысушылар міндетті мөлшер мен тәуекелден жалтаруға, еркін бәсекелеспен байланысты, мысалы, баға жайлы және тауар белгісіне еліктемеге әрекеттеді. Сондықтан да кепілдік пен бәсеке күресінің ережелері реттеуде мемлекет нормативті құжаттарды таратуға міндетті:

- бәсеке сапасы;

- бәсекенің өзінің болуы;

- баға мен бұйым сапасы бәсекенің орталық назарында болуы керек;

- ұсынылған қызмет баға бойынша және басқа да келісілген шарттармен мөлшерленуі тиіс;

- тауар белгісінің құқықтық мөлшерін қорғау және маркалар сатып алушыларға тауарды ажыратуға көмектеседі олардың шыққан жері туралы және өзінетәнділігін, сонымен қатар оның кейбір сапасын бағалайды;

- (20 жылдық) патенттік қорғау уақыт бойынша шектелген және өнеркәсіп үлгілері сонымен қатар эстетикалық өнеркәсіп үлгілері тіркелген.

Тәуелділік ара қатынасын арасында өндірушілер сандарының және тұтынушылар сандары келесі бәсеке құрылым түрлерін ажыратады:

1. Таза бәсеке болып бір жағдайда егерде нарықта дербес өндірушілердің көп саны қатыса кейбір бірдей тауар және осы тауардан өндірушілердің көбісі оқшауланады. Таза немесе еркін бәсекені сонымен қатар жетілген бәсеке деп атайды, ал басқа үш түрінің атауын қосып жетілмеген бәсеке дейміз.

2. Оқшауланған өндірушілер мен саны аз өндірушілер саны өте үлкен, олардың әр қайсысы жалпы сұраныстың мәнді бөлігін қанағаттандыра алады. Мұндай құрылымды өктемдік дейміз және жеңеді, бұны жетілмеген бәсеке деп атаймыз.

3. Шекті жағдай монополия болып табылады. Бұл жағдайда тұтынушылар жиынтығы жалғыз өндірушіге қарсы тұра алады, барлық тұтынушылардың жалпы сұранысын қанағаттандыруға қабілетті. Егер нарықта салыстырмалы үлкен өндірушілердің саны берілген, гетерогендік (әр түрлі халықтардың) өнімі ұсынылған немесе монополистік бәсеке деп айтады.

4. Сонымен қатар таза монополия да бар. Бұл жағдайда нарықта көп тұтынушылар және бір ғана тауар өндіруші қатысады.

Өнімнің бәсекеге қабілеттілік негізін құрушылар.

Өнім - нарықта басты объект. Оның құны бар және тұтынушы құны (немесе бағасы), белгілі сапаға ие, техникалық деңгей және сенімділік, тұтынушыға берілген қасиет, өндірісте және тұтынғанда тиімді көрсеткіштер, басқа күрделі салмақпен сипатталады. Тек сол ғана тауардан барлық ерекшеліктері мен экономикалық нарық қатынастарының дамуының қарама-қайшылығы кескін табады. Өнім - экономикалық күштің нақты индекаторы және өндірушілердің белсендігі. Факторлардың іс-әрекеті, өндірушінің орнын анықтау, нарық механизмінің даму жағдайында қарсылас тауардың бәсеке үдерісін тексеру, осы тауардың өзгешелігін айқындауға рұқсат береді, бәсеке тауарынан дәрежесі бойынша сай нақты жалпы тұтынуға және шығын бойынша оны қанағаттандырады. Бұл үшін тауар белгіленген бәсекеге қабілеттілігіне ие болуы керек [2].

Тауардың бәсекеге қабілеті – бұл сондай деңгей оның экономикалық, техникалық және пайдалану параметрлері нарықта басқа сәйкес тауарлармен (бәсекеге) қарсыластарына шыдауға рұқсат береді. Сонымен қатар, бәсеке қабілетті – тауардың салыстырмалы сипаты,

баға кешенінің ұстаудың барлық жиынтығы өндірістік, коммерциялық, ұйымдастырушылық және экономикалық көрсеткіштерін нарық талаптарымен салыстыруды және тауардың басқа қасиетін анықтау.

Тұтынушылардың талаптарының негізі техникалық көрсеткіштері кескінін ұлттық және халықаралық стандарттан табуға болады.

Техникалық тауардың бәсекеге қабілеті– серпінді және барынша икемділікті көрсеті. Ол бір мезгілде өзгереді сәйкесінше ғылыми- техникалық үдерісін қарқыны, еліміздің ішінде болып жатқан сонымен қатар сол немесе басқа өнімді алдыңғы қатарлы әлемдік өндірушілерді жатқызамыз.

Коммерциялық шарт. Негізгі көрсеткішіне, бәсеке қабілеті тауарды анықтайтын коммерциялық шартқа жататындар:

- Баға көрсеткіші;
- Көрсеткіштер, жеткізу шарттары және жеткізілген тауарларға төлеммен сипатталады;
- Көрсеткіштер, кедендік және салық жүйелерінде өндірушілер мен тұтынушылар нарығында әрекет ететін ерекшелікпен сипатталады;
- Көрсеткіштер, кепілдік пен міндеттерді орындағанда сатушылардың жауапкершілігінің дәрежесінің кескіні.

Бұндай сурет қарастырылған және төлемдер мен жеткізу шарттарын орындау. Бұл шарт икемді болған сайын, ол соғұрлым тұтынушылардың қызықушылығына сәйкес келеді, нарықта басқа сәйкес тауармен бәсекелік қарсыласуда тауар айрықша болады. Біріншіден бұл мерзім мен тауарды жеткізу түрі және сатушымен ұсынған есептің әр алуан түрі және іске асқан жеткізулердің төлеміне қатысты. Сонымен қатар, тауарды кепілмен дайындауды бәсекеге қабілеттілік өзіне қабылдайды және белгіленген уақытқа тауардың жоғары сапасы және сенімділікпен жеткізуі бойынша міндеттің орындалуына жауаптылыққа тікелей әсер етеді [3].

Тұтынушы тауарларын қолдану мен пайдаланудың ұйымдастырушылық шарты коммерциялық көрсеткіштердің оның бәсеке қабілеттілігін шынайы орындалуын қамтамасыз етеді. Оларға жататындар:

- Мүмкіндігінше тауар сатушыларды сатып алушыларға жақындастыру, айналымдағы шығынды төмендету әсері және оның баға деңгейін жоғарлатуды қамтамасыз етеді;
- Тұтынатын орынға тауарды тек ірі көтерме транзитпен емес, сонымен қатар кіші көлемде кәсіпорын қоймалары арқылы да жеткізуге болады. Тауарды экономикалық жеткізу негізінде транспорттық шарттар, кодекстер, тасмалдардың ережелері, транспорттық тарифтер және басқа осы саладағы керекті құжаттар ақылдылықпен сауатты пайдалану керек;
- Сатудан кейінгі сервисті кеңейту, тұтынушыларға ұсынған кепілдік және кепілдіктен кейінгі қызмет көртеу. Қазіргі уақытта сатып алушы сатушыға тауар міндетті талаптарын ұсынады: сервиз тауардың ағымдағы қызмет атқару мерзімін, жұмыс қабілеттің қамтамасыз етуге міндетті. Сатып алушы үміті ақтауы үшін сатушы өз жағынан барынша қабілетті болуы керек сондықтан жоғарғы деңгейдегі сервисті ұйымдастыру және оның тиімді қызметтері болып нарықта табысты тілекпен қатысуға әр түрлі өндірістік фирмалардың бірінші қатарлы уайымы.

Сапа және ұйымдастырушылық деңгейді жарнаманы дамыту мен техникалық ақпаратпен көтеру. Жарнаманың басты элементі, өндірістік тауарларды белгілеу болып ең алдымен жарнама мәнінің мазмұны, оның ақпараты мен анықтығы, жеке тұтыну тауарлары жарнамадан басқа сөзсіз растығы үшін оның тиімділігін анықтауды білу керек. Онда жарнамалық мәтін аса эмоционалды, қабылдау үшін қиын емес, бір бөлігі әрленген, ал тауар «беделі» бейнесіне емес жалпы оның тұтынушылық қасиетіне байланысты. Жарнамалық жұмыстың басты мақсаты- тауарға көп іскер адамдарды тарту және оның бәсекеге қабілетті болуы.

Тауардың (еңбек, қызмет) өзінің маңызы болып пайда алудың жалғыз жолы және оның материалдық негізінде бәсеке күресіндегі басты құралы. Қайда қарсыластардың өрістеуі болса, сол жерде өнім сапасын жоғарлату және пайданы барынша көбейту, өндіріс шығының

төмендету, бәсекеге қабілетті тауардың кешендік бағасы маңызды мәнге ие. Бұл бағаның негізгі факторына келесілер жатады:

- Экономикалық әлеует және экономикалық өсімнің;
- Ғылым мен техниканың даму деңгейі;
- Халықаралық еңбекті бөлуге қатысы;
- Ішкі нарықтың серпіні мен сыйымдылығы;
- Әлеуметтік-экономикалық және ішкі саяси жағдайлар;
- Икемді қаржылық жүйе;
- Экономиканы мемлекеттік реттеу;
- Еңбек пен материалдық ресурстар және еңбек ресурстарының білікті деңгейін

қамтамасыз ету.

Жалпы тауардың бәсекеге қабілетті бағасы нарықты зерделеу, бәсекелестер, тауарды баға параметрі және сатып алушылардың қажеттілігін өзіне қосады. Әлемдік тәжірибеде тауардың бәсекеге қабілетінің сандық бағасы үш кезеңнен ұйқастырылады:

- нарықты талдау және тауардың бәсеке қабілетінің дейгейін анықтау мен база ретінде салыстыру үшін тауардың бәсекеге қабілетті үлгісін ең көп таңдау;
- екі тауардың параметрін салыстыру жиынтығын анықтау;
- тауардың бәсекеге қабілетінің интегралдық көрсеткіштерінің есебі.

Қазақстан, бағдарланған экономикалық нарықты дамытуда сұрақ қойылады – қазіргі әлемде оның орны қаншалықты? Жақандану экономикасында өзінің өмір деңгейінің өсі мен тұрақтылыққа жету мақсатында халықтар бәсекелеседі.

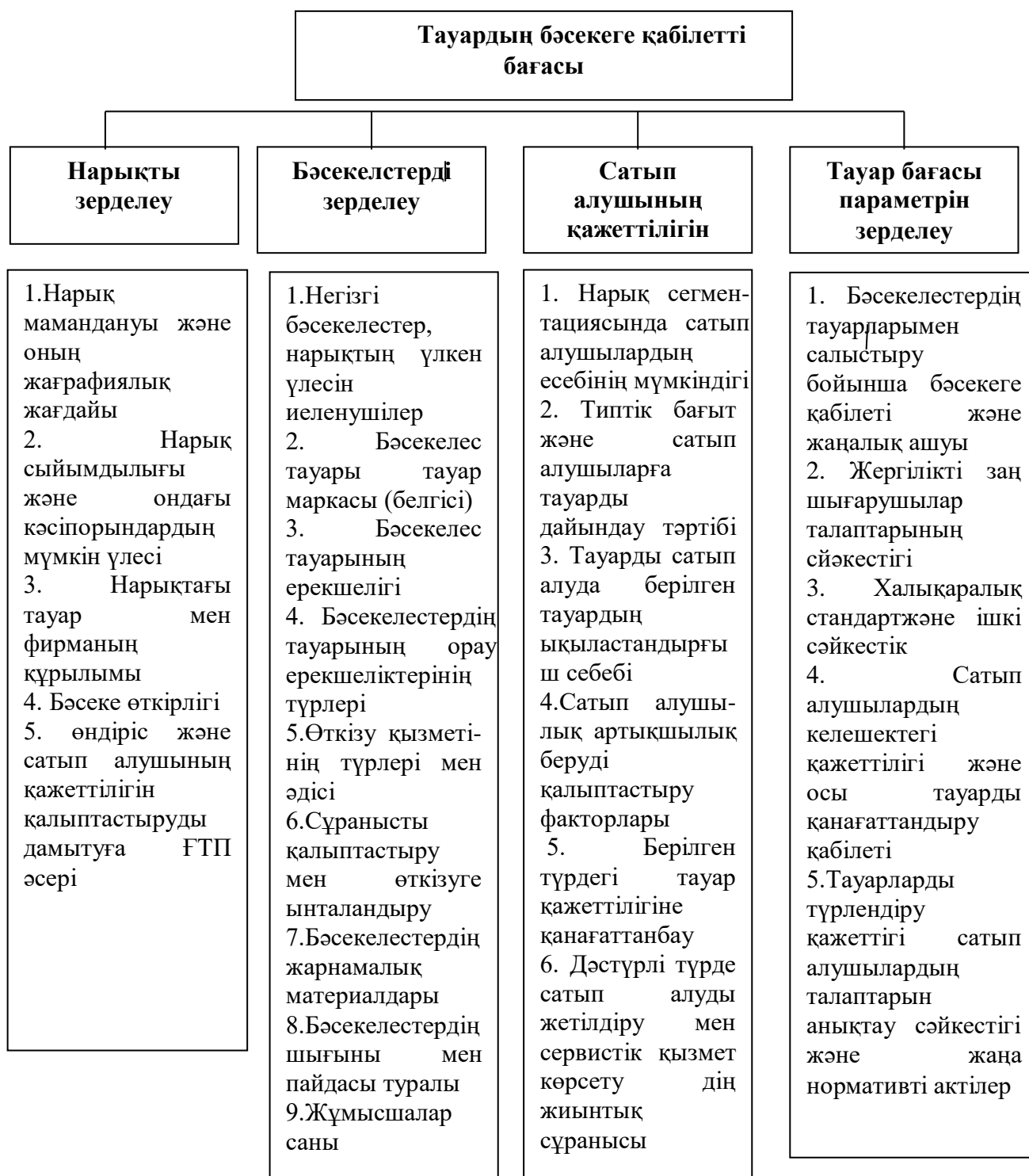
Біздің мемлекетіміз жаңа даму кезеңінде және әлемдік экономикада өзінің орны мен рөлін мойындап отыр. Жалпы, Қазақстанда қажетті базалық шаралар өтуі бойынша өткізіп болды. Осыдан он жыл бұрын, өзінің тәуелсіздігін алған уақытқа қарағанда, қазіргі кезде Қазақстан бәсекеге қабілеті және мемлекеттің келешектегі экономикалық жоспарын атап көрсетсек болады.

Бәсеке қабілетін экономиканың тұрақты өсуі ретінде қарастыру керек. Халықтың биылғы қажеттілігін қанағаттандыру, зиянсыз келе жатқан ұрпақтың қажеттілігін қанағаттандыру мүмкіндігін тұрақты дамытуды ұйғарады. Бұл үш бағыттағы үдерісті ойға асырады – бір-бірімен тығыз байланысты экономикалық, әлеуметтік және экологиялық (сурет 2).

Қазіргі кездегі экономика тауарларды, капиталды, қызметі еркін орналастыруды сипаттайды. Компания қазіргі кезде он жыл бұрынғы уақытқа қарағанда өз өнімдерін әлемнің барлық жерлеріне мүмкіндікінше тиімді және үлкен пайдамен орналастырады. Экономика барынша айқын және ашық болып келе жатыр.

Елдің бәсеке артықшылығының басым бөлігі үкіметтің ойлыстырылған өлшем құралымен құрылады, мысалы, шетел инвестицияларын ең жоғарғы себептермен тарту, салық қаникулы, субсидия және т.б. шаралар арқылы аггрессиялық ынталандыру саясаты жолымен жүргізу. Ұқсас әулеттің жарқын мысалы боп Ирландияны келтіруге болады. Қазір елдің экономикасы (шамамен 9%) ең жоғары қарқынмен өсуде, бұл Еуропа үшін ғана емес және әлем үшінде тамаша көрсеткіш болып отыр.

Ең үлкен салмақтағы дәлел болып елдердің арасындағы бәсекені айтамыз. Бұның негізгі себебі, сөзсіз- физикалық және моралдық құрылғылардың тозуы. Осы салаға негізгі қорлардың тозуының 40% астамы пайдаланады, олардың ішінде: көмір кенін қазушылар, текстилдік, ағаш өңдейтін, ядролық материалдар өндірісі, түсті металлургия, машина жасау, коммуналдық шаруашылық жатады. Бұдан көретініміз, негізгі қорлардың шамамен оларды тарату 7 ретке көтеріледі.



1 сурет - Тауардың бәсекеге қабілеті бағасы

Қазақстанның бәсеке қабілеттілігін айтқанда, мынаны белгілеу керек, экономика қызметінің шарт шектеуін сызда отырып, оның жетістігі тек ғана макроэкономиканың қайта білім алуында ғана болып табылмайды.

Табиғи бай ресурстар түрінде біздің мемлекетте нақты жақсы бастапқы шарттар бар, егер сөз орта және болашақта елдің бәсекеге қабілетін анықтау туралы болса, онда елеулі ұтылуы мүмкін.

Өнімнің бәсекеге қабілеттілігін бағалау дегеніміз - бәсекеге қабілеттілік критерийлерінің номенклатурасын қалыптастыру, олардың нақты мәндерін анықтау және стандарт ретінде

қабылданған өнімнің өлшемдерімен салыстыру жөніндегі әрекеттер жиынтығы. Маркетингтік зерттеулер барысында анықталған тұтынушылардың талғамдары, органолептикалық көрсеткіштер, қаптаманың / этикетканың дизайны және маркалаудың ақпараттық мазмұны тұтынушы өлшемі ретінде қабылданды, өйткені сатып алушыға өнімнің дәмі мен сыртқы түрін визуалды тексеру ғана қол жетімді болды. Бәсекеге қабілеттіліктің экономикалық критерийі ретінде тауарлар бірлігінің бөлшек сауда бағасы қабылданды. Ұсынылған өзгертілген әдістеме өнімнің бәсекеге қабілеттілік дәрежесін ескере отырып, есептеу әдісімен және бәсекеге қабілеттілік сыныбын белгілеу арқылы бәсекеге қабілеттіліктің интегралды көрсеткішін анықтау тәртібін белгілейді.

Әдістеменің өзгерісі (модификациясы) келесідей: 1. Өнімнің нормативті өлшемі бірлікке тең қабылданады, өнімнің этикеткасында сәйкестік белгілері бар, ол сатып алушыларға өнімдердің сертификатталғандығын және нормативтік құжаттардың белгіленген талаптарына сәйкес келетіндігін көрсетеді. 2. Маркетингтік зерттеулер нәтижесінде маңыздылығы анықталған бірінші кезектегі «сауда белгісінің атақты болуы» критерийі енгізілді. 3. Бірінші ретті тұтынушылық кешенді критерийлердің бірыңғай критерийлері ретінде органолептикалық өлшемдерге қосымша ретінде «қаптама/этикетка дизайны» және «ақпараттық таңбалау» өлшемдері енгізілді. 4. Критерийлердің сандық мәндерін алу үшін екі шкаладан тұратын балдық жүйе жасалған: маркетингтік зерттеулер барысында тұтынушылық критерийлерді бағалау шкаласы (кесте 1,2).

1 кесте – Тұтынушылық критерийлерді балдық бағалау шкаласы

Тұтынушылық критерийлер	Балмен бағалау			
	5 – өте жақсы	4- жақсы	3-қанағаттанарлық	2-қанағаттанарлықсыз
1 Айқындылық	Шөгінділер мен қоспаларсыз мөлдір	Жылтырсыз мөлдір, жұқа суспензиялар	Опалентті	Бұлыңғыр
2 Түсі	Ашық түске сәйкес келеді	Таза янтарлы	Янтарлы, ашық түске сәйкес келеді	Ашық түске сәйкес келмейді
3 Аромат	Таза	Жақсы аромат, бірақ жеткілікті білінбейді	Ароматта басқа иістер білінеді	Анық басқа иістер ароматта білінеді
7 Дизайн упаковки/ этикетки	Эргономикалық талаптарды сақтай отырып, жаңалық элементтерімен бірге тартымды дизайн. Этикетканың сапалы полиграфиялық орындалуы, рәсімделуінің түпнұсқалығы	Эргономикалық талаптарды сақтай отырып, жасалған кәдімгі дизайн. Этикетканың сапалы полиграфиялық орындалуы	Тартымдылығы жоқ кәдімгі қаптама дизайны. Этикетканың сапалы полиграфиялық орындалуы сақталмаған: сұр түс немесе түстердің үйлесімсіздігі	Тартымдылығы жоқ кәдімгі қаптама дизайны. Этикетканың анық орындалмау және/немесе зақымдануы

Алынған нәтижелер келесідей қорытынды жасауға мүмкіндік береді:

- зерттелген өнімнің сынамаларын бәсекеге қабілеттілік сыныптары бойынша градациясы ғылыми зерттеулер нәтижелерімен мақұлданады;

- өнімнің бәсекеге қабілеттілігін қалыптастыруда басты рөл тұтынушы өлшемдеріне сәйкес келеді;

- алынған мәліметтер өндірушілерге олардың сапасын жақсарту мақсатында бәсекелес өнімдердің «күшті жақтары» мен меншікті өнімдерінің «әлсіз жақтарына» назар аударуға мүмкіндік береді (тұтынушылық қасиеттері, қаптамасы, маркировкасы және т.б.);

- сауда кәсіпорындары үшін өнімнің бәсекеге қабілеттілігін бағалау нәтижелері өндірушілермен шарттар жасасу кезінде дұрыс коммерциялық шешім табуға, нарықтың жекелеген сегменттерінің қажеттіліктерін қанағаттандыру үшін ұтымды ассортиментті қалыптастыруға, тұтынушы қалауын ескере отырып, сауда алаңында өнімнің жеке ассортименттік ыңғайларды орналастыруға көмектеседі.

Әдебиеттер

1 Александров А.К. Конкурентоспособность предприятия (фирмы). Учебное пособие. М:Инфра, 2016

2 Конкурентоспособность предприятий и производственных систем. Москва: Спб: Питер, 2015

3 Коряков А.Г. Конкурентоспособность и структура потенциала устойчивого развития предприятий химической промышленности. М: Синергия, 2012

4 Сабден О. Ұлттық экономиканың бәсекеге қабілеттілігі: критерийлері бағалау және өсу жолдары, Алматы: Экономика, 2007ж.

Авторлар туралы мәліметтер

* Калманова Набира Майлановна – магистр, сеньор оқытушы, e-mail: nabi241174@mail.ru

** Жармұханбет Сағым Асуланқызы – студент, Каспий Қоғамдық университеті, e-mail: Sagym04@gmail.com@mail.ru

Сведения об авторах

* Калманова Набира Майлановна – магистр, сеньор оқытушы, e-mail: nabi241174@mail.ru

** Жармұханбет Сағым Асуланқызы – студент. Каспий Қоғамдық университеті, e-mail: Sagym04@gmail.com@mail.ru

Information about the authors

* Kalmanova Nabira – senior teacher, Master of Economics and Business Caspian Public University, e-mail: nabi241174@mail.ru

** Zharmukhanbet Sagym Asylankuzu. – student, Caspian Public University, e-mail: Sagym04@gmail.com@mail.ru

БАНК ӨНІМДЕРІ БАНКТІК МАРКЕТИНГ МЕНЕДЖМЕНТІНІҢ ҚҰРАЛЫ РЕТІНДЕ

Калманова Н.М.¹, Жолдыбекова А.Ә.²

^{1,2} Каспий Қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

Аннотация. Мақалада банктік өнімдер мен банк операциялары нарығының негізгі элементтері қарастырылады, яғни нақты банктік өнім мен қызметтерге қатысты туындайтын қатынастар, сондай-ақ осы ұғымдарды анықтаудың әртүрлі тәсілдері. Несие нарығындағы бәсекелестік жағдайында банктік өнімді (қызметті) жасау, енгізу (орналастыру) және қайтарып алу процесінің кезеңдері, сондай-ақ банк өнімділігін қамтамасыз етудің маңызды құралы ретінде жетілдіру және жаңғырту мәселелері көрсетілген. Банктердің қызмет етуінің тұрақтылығы және олардың бәсекеге қабілеттілігі.

Негізгі сөздер: Банк, ЖІӨ, өнім, бәсекелестік, капитал, бәсекеге қабілеттілік

БАНКОВСКИЙ ПРОДУКТ КАК ИНСТРУМЕНТ БАНКОВСКОГО МАРКЕТИНГА И МЕНЕДЖМЕНТА

Калманова Н.М.¹, Жолдыбекова А.Ә.²

^{1,2} Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация. В статье рассмотрены основные элементы рынка банковских продуктов и банковских операций, то есть отношения, возникающие по отношению к конкретным банковским продуктам и услугам, а также различные способы определения этих понятий. В условиях конкуренции на кредитном рынке обозначены этапы процесса создания, внедрения (развертывания) и вывода банковских продуктов (услуг), а также вопросы совершенствования и модернизации как важного средства обеспечения производительности банка. Стабильность банков и их конкурентоспособность.

Ключевые слова: Банк, ВВП, продукт, конкуренция, капитал, конкурентоспособность

BANK PRODUCT AS A TOOL FOR BANKING MARKETING AND MANAGEMENT

Kalmanova N.M.¹, Zholdybekova A.A.²

^{1,2} Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

Annotation. The article examines the main elements of the market for banking products and banking operations, that is, the relationships that arise in relation to specific banking products and services, as well as various ways of defining these concepts. In the conditions of competition in the credit market, the stages of the process of creation, implementation (deployment) and withdrawal of banking products (services), as well as issues of improvement and modernization as an important means of ensuring bank productivity are outlined. Stability of banks and their competitiveness.

Key words: Bank, GDP, product, competition, capital, competitiveness.

Қазақстан Республикасының қазіргі заманғы банк жүйесі несиелік ұйымдар арасындағы бәсекелестіктің күшеюіне және банктер қызметінің барлық салаларына әсер ететін нарықтағы позицияларды нығайту немесе иелену қажеттілігіне байланысты дамудың сапалы жаңа кезеңіне өтуімен сипатталады.

Операциялар көлемінің сандық ұлғаюы және банк қызметінің кірістілігінің артуы несиелік мекемелерден ресурстық саясатты басқарудың тиімділігін арттыруды және оны қалыптастырудың негізінде жатқан үдерісті қайта қарауды талап етеді, бұл жаңа экономикалық жағдайлар мен шаруашылық жүргізуші субъектілердің қажеттіліктерін ескеруі тиіс. .

Қазіргі жағдайда әрбір банк өзінің банктік өнімдерін ұсынуы, тиімді жұмыс істеуі, дамуы және алға қойған мақсаттарына жету үшін практикалық басқару стратегиясын әзірлеуі керек. Клиенттердің банктік өнімге деген қажеттіліктерін қанағаттандыруға бағытталған жұмысы маркетинг деп аталады, ол қызметтерді дамыту және енгізу арқылы тұтынушылық сұранысты болжайды және кеңейтеді. Кез келген несиелік мекеменің басымдығы максималды ақшалай нәтиже алу болып табылады, сондықтан банктік маркетингтің маңыздылығы жоғары.

Банктік қызметтер нарығы қаржы нарығының маңызды және ажырамас бөліктерінің бірі болып табылады. Банктік қызметтер нарығы арқылы капиталды қайта бөлу процесі жүреді, экономикалық және қаржылық ақпарат таратылады. Бұл процестерді белсендіру ұсынылатын банк өнімдерінің (қызметтерінің) саны мен сапасына және оның көлемінің банктік қызметтер нарығындағы сұранысқа сәйкестігіне байланысты. Сондықтан бұл жерде банктік өнім (қызмет) түсінігін және оның ерекшеліктерін нақтылау қажет. Нарықтағы қатынастар жеке немесе қоғамдық қажеттіліктерді қанағаттандыратын нақты өнімге (тауарға) қатысты туындайды. Дегенмен, ғылымда әлі күнге дейін банк қызметі- банк операциясы, банктік өнім, банктік маркетинг әрі қарай жетілдіруді қажет етеді.

Қазіргі уақытта бұл ұғымдарды анықтаудың әртүрлі тәсілдері бар. В.А. Перехожев банк қызметінің мәнін анықтаудың төрт негізгі тобын анықтайды [1, 23-32]

1. Монетарлық тәсіл (О.И.Лаврушин, Н.И. Быкова, Ю.В. Головин және т.б.) Бұл теорияның түйінді мағынасы: ақша түріндегі өнімнің ерекше түрі, төлем құралы – бұл «өндірілген» ресурс.

2. «Лингвистикалық» («немқұрайлы» немесе «маркетинг») (Е.А.Уткин, С.А. Гурьянов, Ю.Г.

Мақсұтов, Р.В. Алехин, А.Н. Иванов, А.В. Романов, В.Д. Маркова және т.б.) «банк қызметі» және «банк өнімі» ұғымдары синоним болып табылады.

«Қызмет» және «өнім» ұғымдарының арасында теңдік белгісі қойылады; «банк қызметі – бұл клиенттердің қажеттіліктерін қанағаттандыратын өнім»

3. «Құқықтық» тәсіл Қалыпты жасалуына және орындалуына қоғам мүдделі болып табылатын мәмілелердің белгілі бір санаты «банктік операцияларға» жатқызылады және олар үшін арнайы құқықтық режим белгіленеді (лицензия негізінде жүзеге асыру). . Банктік операциялар банк қызметі саласындағы қоғамдық мүдделерді ескере отырып ғана өмір сүруге құқылы

4. «Клиент» тәсілі (Ю.И. Коробов, Ю.С. Масленченков, А.П. Мирецкий және т.б.) Тұжырымдамаларды анықтаудың негізгі критерийі клиент болып табылады. Банктік операция деп банк қызметкерлерінің оған қызмет көрсетудің мәлімделген қажеттілігін қанағаттандыру жөніндегі іс-әрекеттерінің реттелген жиынтығы ретінде қарастырылады.

Монетарлық тәсіл осы тұжырымдамаға өз үлесін қосатын көптеген жақтастарды біріктіреді. Дегенмен, бұл топтың зерттеушілеріне ортақ нәрсе - банк қызметінің орталық сипаттамасы ретіндегі ақшалай компонент. Бұл теорияның негізгі мағынасы Ю.В. Головин бұл ақша объективті экономикалық заңдардың талаптарына сәйкес банктер «дайындалатын» ресурс. Бұл тәсілге сәйкес банк материалдық өндіріс сферасындағы өнімнен айтарлықтай айырмашылығы бар өнім шығаратын нақты кәсіпорын ретінде әрекет етеді. Ал бұл өнім «ақша, төлем құралы түріндегі ерекше түрдегі өнім», қызметтердің әртүрлі түрлері, негізінен ақшалай сипаттағы, банктердің белгілі бір уақыт аралығында сататын немесе аударған қаражаттары, ақша шығару, оның ішінде олардың электрондық нысаны «клиентке қызмет көрсету және операцияларды жүргізу үшін банк жасаған нақты банктік құжат (немесе анықтама). Мысалы: чек, есепшот, анықтама, т.б.». Алайда, «ақшалай» тәсілмен оған құндылықтарды сақтау, ақпараттық қызмет көрсету және т.б. сияқты қызметтер кірмейді. Бұл тәсілдің авторлары банк өнімінің «ақшалай» және «ақшалай емес» құрамдас бөліктері арасындағы айырмашылықты

елемейді, өйткені несиелік қызметтерді көрсету мониторингі, бағалауды, олардың мақсатты пайдаланылуын және қайтарылуын бақылауды («ақшалай емес» құрамдас) қамтиды, онсыз банк пен қарыз алушы арасындағы несиелік қатынастардың болуы мүмкін емес.

Лингвистикалық тәсілдің ішінде екі ұғым бар. Бірінші концепцияда тек екі ұғым бар екені айтылады – банктік операция және банктік қызмет;

- банк қызметінің мәнін толық сипаттау. Банктік операция банк қызметінің элементі болып жарияланып, «банк өнімі» түсінігі еленбейді. Екіншісі «банк қызметі» және «банк өнімі» ұғымдарын анықтайды. Мысалы, Е.А. Уткин келесі анықтаманы ұсынады: «Банктік өнім (қызмет) – қаржы нарығындағы әртүрлі әрекеттер, коммерциялық банктердің белгілі бір мерзімге жүзеге асыратын ақшалай операциялары.

В.Д. Маркова банк өнімін «белсенді және пассивті операциялар бойынша банктік қызметтердің жиынтығы» ретінде сипаттайды, ал С.А. Гурьянов «банктік қызмет – бұл тұтынушыларға қызмет көрсетудің қажеттіліктерін қанағаттандыратын өнім», т.б. Бұл тұжырымдаманы жақтаушылар банктік маркетинг теориясына сүйенеді, т.б. олар банк қызметінің түсінігін, біздің ойымызша, банктің ерекшеліктерін ескермей түсіндіреді. Нәтижесінде «банктік өнім», «қызмет», «операция» және «транзакция» ұғымдары арасында нақты бөлу жоқ. «Құқықтық» көзқараста негізгі ережелер заңнамада және құқықтық түсініктемелерде белгіленеді. А.Е. Шерстобитов заң тұрғысынан алғанда «банктік операциялар» категориясы тек банк саласындағы қоғамдық мүдделерді ескере отырып өмір сүруге құқылы екенін атап көрсетеді. Басқаша айтқанда, азаматтық құқық контекстіндегі «банктік операцияның» «азаматтық мәміле» ұғымымен салыстырғанда ерекше ештеңесі жоқ [2].

Банктік операцияларды құқықтық реттеудің ерекшеліктері келесіден көрінеді: жекелеген банктік операцияларға арналған көптеген нормативтік құқықтық актілердің болуы кезінде; банк қызметінің ерекшеліктерін көрсететін банк операцияларының ерекше құқықтық режимінде; банктік операцияларға қатысушыларға – несиелік мекемелерге қойылатын арнайы талаптардан. «Клиент» көзқарасында тұжырымдамаларды анықтаудың негізгі критерийі клиент болып табылады. Сонымен, Ю.И. Коробов банктік нарықта (банк өнімі) сатып алу-сату объектісі ақша емес, «ақшалай» тәсілді ұстанатындар сенетіндей, банктік қызметтер деп санайды. Бұл жағдайда қызметтер өндіруші мен тұтынушы арасындағы қарым-қатынасты, ал операциялар өндіруші банк ішіндегі қарым-қатынасты білдіреді. Қызметтер банктік операциялардың нәтижелерінің бірі болып табылады. Ю.С. Масленченков «банк қызметі» түсінігін түсінеді: банк қызметкерлерінің еңбек, өнімді қызметінің нәтижесі өз клиенттерінің қажеттіліктерін қанағаттандыру процесі ретінде және клиенттерге қызмет көрсету (банк операцияларын орындау) нәтижесінде.

Сонымен қатар, банк өнімінің ерекше немесе ерекше сипаттамалары туралы жалпы және жеткілікті тұрақты идея, оған ерекше сәйкестік беретін және оны бірқатар ұқсас өнімдерден ажырататын идея имидж екенін атап өткен жөн. Өнімнің имиджі келесі факторлардың әсерінен қалыптасады: осы өнімді өткізетін банктің имиджі; өнімнің сапасы және басқа банктердің ұқсас өнімдерінің сипаттамалары; көрсетілген өнімді пайдаланатын тұтынушылардың критерийлері, нормалары және қалауы. Сонымен, банк өнімінің шоғырланған түрдегі бейнесі тауардың аналогтар шеңберінен ерекшеленетін немесе оның тұтынушылық функцияларын ерекше, ерекше қасиеттермен қамтамасыз ететін ерекше белгілерін білдіреді. Ақырында, бағалық тұрғыдан алғанда, банк саласы ақпараттық асимметриямен сипатталатыны өте маңызды. Клиент әрқашан оған көрсетілетін қызметтің сапасы туралы адекватты ақпаратқа ие бола бермейді, сондықтан бағаны немесе пайызды ол сапа көрсеткіші және маңызды нарықтық сигнал ретінде қарастырады. Нарықтық экономика жағдайында коммерциялық банк оның өніміне немесе қызметіне сұраныс болған жағдайда өмір сүреді. Сұранысқа байланысты банк нақты маркетингтік саясатты жасайды және бұл жерде басты назар жаңа банктік өнімдер немесе оларды модернизациялау болып табылады. Банктік өнімдерді жетілдіру және жаңғырту банктердің қызмет етуінің тұрақтылығын және бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз етудің ең маңызды құралы болып табылады.

Осылайша, клиенттерді топтастыру процесін қамтамасыз ету үшін банк нарықты егжей-тегжейлі сегментациялауды жүзеге асырады, соңғысын жекелеген аймақтардың, біртекті сегменттердің жеткілікті маңызды санына бөледі, сұраныстары мен мүдделері ұқсас немесе ұқсас клиенттер тобын анықтайды. Банктік бизнес ауқымының шоғырлану тенденциясы жағдайында кең филиалдық желісі бар коммерциялық банктер унитарлық банктерге қарағанда айтарлықтай артықшылықтарға ие. Филиалдар желісінің болуы банкке жаңа аймақтарға аумақтық кеңею, жаңа клиенттерді тарту, банк өнімдерінің ассортиментін жақсарту және қызметтердің жаңа түрлерін ұсыну үшін қосымша құрал береді.

Қазақстан Республикасының қазіргі заманғы банк жүйесі несиелік ұйымдар арасындағы бәсекелестіктің күшеюіне және банктер қызметінің барлық салаларына әсер ететін нарықтағы позицияларды нығайту немесе иелену қажеттілігіне байланысты дамудың сапалы жаңа кезеңіне өтуімен сипатталады. Осы орайда қазақстандық коммерциялық банк -«Bereke Bank» АҚ қарастыруға болады

2022 жылы «Bereke Bank» АҚ негізгі қаржылық көрсеткіштерінің серпінді өсімін көрсетті: банк активтері 33%-ға, екі жылда екі есеге жуық өсті – 4,2 трлн. теңгені құрады, активтердің өсуі несиелік және депозиттік портфельдің сапалы өсуі есебінен болды. Таза пайда екі есеге артып, рекордтық көрсеткішке жетіп, 130 миллиард теңгені құрады. Банк елдегі екінші қаржы институты болып қала отырып, нарықтағы өз орнын сәтті растады. 2022 жылы банк экономиканы белсенді несиелеуді жалғастырды.

Уақытылы және дұрыс таңдалған цифрлық трансформация стратегиясы банкке ішкі процестерді сапалы түрде жақсартуға және жаңа онлайн өнімдер мен қызметтерді жасауға мүмкіндік берді. 2022 жыл жеке тұлғаларға (Sber KZ) және заңды тұлғаларға (SberBusiness) арналған жаңа мобильді қосымшалардың іске қосылуымен есте қалды. Банктің белсенді клиенттік базасы 35%-ға өсті.

Мысалы: Sber KZ қосымшасында іске қосылған негізгі жаңа қызметтердің ішінде мыналар белсенді түрде қолданылуда: E2E онлайн сенімгерлік несие беру, депозиттер мен ағымдағы шоттарды онлайн ашу/жабу, сенімгерлік қарыздарды қайта қаржыландыру, телефон нөмірі бойынша P2P аударымдары. Ресей және Өзбекстан, Қырғызстан, Тәжікстан, Қытайға трансшекаралық трансфертер. «Bereke Bank» АҚ-ның 2019-2022жж.экономикалық көрсеткіштері кесте 1 көрсетілген [3].

1 кесте - «Bereke Bank» АҚ-ның 2019-2022жж.экономикалық көрсеткіштері, млн. тг.

Көрсеткіштер	жылдар				2021 ж. % -бен 2019
	2019ж.	2020 ж.	2021 ж.	2022ж-ға 9 айға	
Пайыздық кіріс	177830	237757	346812	170770	195,02
Пайыздық шығын	72858	118827	183189	58113	251,43
Операциялық кіріс	136302	132587	232419	219717	170,52
Банк активі	2183591	3152809	4191356	1558513	191,95
Таза пайда	68126	60581	130131	287318	191,02

1-кесте мәліметтерін талдай отырып, келесідей қорытынды жасауға болады.

Банктің пайыздық кірісінің 2019 жылмен салыстырғанда 2021 жылға қарай 95%-ға артуы байқалады. 2021 жылға қарай операциялық кіріс 70,5%-ға өседі. Банк активтері 2021 жылға қарай 91,9%-ға өскен. 2021 жылға қарай таза пайда 91%-ға арқан.

Табыстылықтың төмендеуі жағдайында банктің филиалдық желісі дұрыс басқара отырып, ауқымды үнемдеу, ауқымды кеңейту немесе бірлескен жобаларды жүзеге асыру арқылы банк қызметінің тиімділігін арттыруға көмектесе алады. Филиалдар банктің

табыстылығын арттыруға және аймақтарға жаңа ірі клиенттерді тартуға көмектесе отырып, банктің капиталдандыруының өсуіне ықпал етеді. Көп филиалды банктің жоғарыда аталған барлық артықшылықтары тиімді басқару жүйесін сауатты ұйымдастыруда және банктің филиалдар желісін ұтымды етуде ғана болады.

ҚОЛДАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Перехожев В.А. «Банктік өнім», «банктік қызмет» және «банктік операция» категорияларын түсінудің заманауи тәсілдері / В.А. Перехожев // Қаржы және несие. - 2002. - No 21. - 23-32 б.

2. Шерстобитов А.Е. Банктердің және басқа несиелік ұйымдардың құқықтық жағдайы. /Банк қызметін құқықтық реттеу. М.Юринфор, 1997 ж.

3: https://m.forbes.kz/actual/rejting_bankov_kazahstana_2023_1686752253 forbes журналы

Авторлар туралы мәліметтер

* Калманова Набира Майлановна – магистр, сеньор оқытушы, e-mail: nabi241174@mail.ru il.ru

**Жолдыбекова Алтынай – студент, Каспий Қоғамдық университеті, , e-mail: aityn12345@ma

Сведения об авторах

* Калманова Набира Майлановна – магистр, сеньор оқытушы, e-mail: nabi241174@mail.ru

** Жолдыбекова Алтынай – студент. Каспий Қоғамдық университеті, e-mail: aityn12345@mail.ru

Information about the authors

* Kalmanova Nabira - Caspian Public University, nabi241174@mail.ru

** Zholdybekova Altunai. – student, Caspian Public University, e-mail: e-mail aityn12345@mail.ru

ПРИМЕНЕНИЕ ФИЛОСОФИИ КАЙДЗЕН В ОБРАЗОВАТЕЛЬНО-ВОСПИТАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Касымова А.А.¹

¹ Национальный научно - практический образовательный и оздоровительный центр "Бобек" Гимназия "Бобек", г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация. Стратегическая цель государственной политики Казахстана в области образования - это повышение его доступности, соответствующего требованиям инновационного развития, современным потребностям общества и каждого гражданина. Внедрение в воспитательно-образовательный процесс инструментов системы Кайдзен полностью соответствует данной цели, а также позволяет сделать процессы воспитания и обучения более эффективными и минимизировать ресурсные затраты. Кайдзен – это японский термин, означающий непрерывное совершенствование. В современных условиях система работы Кайдзен является наиболее эффективной для воспитания полноценной всесторонне развитой личности, а также успешной социализации обучающихся. Основная проблема состоит в том, что налицо противоречие между устойчивыми социальными стереотипами и изменениями самой модели образования. Решение её невозможно без поиска и внедрения новых, наиболее эффективных форм и методов работы. Основной целью исследования является изучение инструментов Кайдзен технологии, их адаптации для использования, апробации и внедрения в воспитательно-образовательный процесс.

Ключевые слова: Кайдзен, Кайдзен – технологии, «бережливые технологии», образовательный процесс, 5S, Гемба.

КАЙДЗЕН ФИЛОСОФИЯСЫН ОҚУ ҮРДСІНДЕ ҚОЛДАНУ

Касымова А.А.¹

¹ РМҚК «Бобек» ұлттық ғылыми - практикалық білім беру, сауықтыру орталығы «Өзін - өзі тану» гимназиясы, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

Андатпа. Қазақстанның білім беру саласындағы мемлекеттік саясатының стратегиялық мақсаты – оның қолжетімділігін арттыру, инновациялық даму талаптарына, қоғамның және әрбір азаматтың заманауи қажеттіліктеріне жауап беру. Кайдзен жүйесінің құралдарын тәрбиелеу - оқыту үдерісіне енгізу осы мақсатқа толық сәйкес келеді, сонымен қатар білім беру мен оқыту үдерістерін тиімді етуге және ресурстық шығындарды барынша азайтуға мүмкіндік береді. Кайдзен - үздіксіз жетілдіру дегенді білдіретін жапон термині. Қазіргі жағдайда Кайдзен жұмыс жүйесі толыққанды, жан-жақты дамыған тұлғаны тәрбиелеу, сонымен қатар студенттерді сәтті әлеуметтендіру үшін ең тиімді болып табылады. Негізгі мәселе – тұрақты әлеуметтік көзқарастар мен білім беру моделінің өзгерістері арасында қайшылық бар. Оны шешу үшін жұмыстың жаңа, ең тиімді формалары мен әдістерін іздеу және оны енгізу қажет. Зерттеудің негізгі мақсаты – Кайдзен технологиясының құралдарын зерттеу, оларды оқу үдерісінде қолдануға, сынауға және енгізуге бейімдеу.

Түйін сөздер: Кайдзен, Кайдзен – технологиялар, «үнемді технологиялар», оқу үдерісі, 5S, Гемба.

APPLICATION OF KAIZEN PHILOSOPHY IN THE EDUCATIONAL PROCESS

Summary. The strategic goal of Kazakhstan's state policy in the field of education is to increase its accessibility, to meet the requirements of innovative development and the modern needs of society as well as every citizen. The introduction of Kaizen system tools into the educational process fully corresponds to this goal, and also makes it possible to make the processes of education and training more effective and minimize the costs of resources. Kaizen is a Japanese term meaning continuous improvement. In modern conditions, the Kaizen work system is the most effective for educating a full-fledged, comprehensively developed personality, as well as the successful socialization of students. The main problem is that there is a contradiction between persistent social stereotypes and changes in the education model itself. Solving it is impossible without searching and introducing new, most effective forms and methods of work. The main goal of the study is to learn the tools of Kaizen technology, their adaptation for usage, testing it and implementation of the tools in the educational process.

Key words: Kaizen, Kaizen – technologies, «lean technologies», educational process, 5S, Gemba.

В современном обществе образование является неотъемлемой частью жизни каждого человека. Оно позволяет развиваться, совершенствовать свои навыки и повышать компетенции. Однако, для того чтобы учебный процесс был наиболее эффективным, необходима постоянная оптимизация его составляющих. Процесс постоянного улучшения и оптимизации называется Кайдзен [1].

Создателем производственной философии и президентом Японского Кайдзен института является Масааки Имаи. В японском языке слово «кайдзен» означает «непрерывное совершенствование». Если рассматривать философию Кайдзен как систему совершенствования личности, то она подразумевает планомерное улучшение во всех областях жизнедеятельности человека: трудовой, общественной и личной [2;3].

Данная практика, доказавшая свою эффективность в Японии, базируется на нескольких важных принципах, которые призваны обеспечить успех компании. Приверженцы данной философии судят об интеллектуальных способностях (от которых во многом зависит эффективность труда) по состоянию рабочего места человека. Методика Кайдзен складывается из пяти основных правил грамотной организации рабочего пространства и распределения времени – 5S:

1. Seiri (аккуратность): отсутствие в рабочем пространстве посторонних деталей, процессов и т. п.

2. Seiton (порядок): определенный способ раскладывания необходимых инструментов, которому нужно строго следовать (изменить его можно только тогда, когда этого требует оптимизация).

3. Seiso (чистота): постоянное поддержание гигиены на рабочем месте.

4. Seiketsu (стандартизация): пространство, где люди трудятся, и сам процесс производства организуются в соответствии с четким регламентом.

5. Shitsuke (дисциплина): соблюдение внутренних правил без исключения [4].

Современное поколение отличается от детей и подростков 80-90х гг., которым не интересны готовые ответы на вопросы, стандартные решения и назидания взрослых. Широкие возможности для раскрытия этих творческих возможностей открывает философия Кайдзен.

На наш взгляд, в Казахстане необходимо внедрить Кайдзен в образовательный процесс, закладывать в будущих специалистах ценности восточной модели ведения бизнеса и управления.

Целями внедрения Кайдзен в образовательный процесс или использования этой системы в жизни отдельного обучающегося являются: устойчивое и стабильное развитие; внедрение инноваций; получение максимального успеха; повышение интереса к обучению и устранение потерь времени, сил, ресурсов и средств и т.д. Цели достигаются маленькими шагами, без рывков. Правила Кайдзен предостерегают от крупных и резких изменений и сулят деградацию при взрывных преобразованиях. Лучше изменить сто вещей на один процент, чем попытаться улучшить одну вещь на сто. Такие улучшения менее трудоемки, более устойчивы и эффективны.

В основу Кайдзен включены «Кайдзен технологии», «бережливые технологии» или Гемба, которые помогают выработать «бережливое мышление», под которыми понимается способность принимать верные решения, действовать в условиях многозадачности. Психологическая основа бережливого мышления – качества мышления (скорость, критичность, самостоятельность, гибкость).

Применять данную концепцию к системе образования довольно сложно, но следует понимать, что она обеспечивается решением задачи оптимизации образовательного процесса с получением такого набора индивидуальных образовательных программ обучающихся, которые обеспечили бы наиболее полное раскрытие их способностей и максимальное удовлетворение образовательных потребностей.

Одним из примеров применения Кайдзен технологий в образовании может быть использование метода PDCA (Plan-Do-Check-Act).

- Plan (Планирование) - определить цель и убедиться, что метод обучения подходит для этой цели.

- Do (Действие) - применить метод в практике, в ходе урока/семинара.

- Check (Контроль) - оценить, что сработало, а что не удалось и по каким причинам.

- Act (Действие) - внести изменения в метод обучения, учитывая результаты проверки.

Этот метод позволяет проанализировать учебный процесс и выявить неэффективные действия, затем разработать план улучшения, испытать новые методы на практике и проверить их результаты. Также, Кайдзен технологии могут быть использованы для разработки новых образовательных программ и курсов, которые были бы более эффективными и адаптированными к потребностям современных обучающихся [5].

Для эффективной работы Кайдзен технологии или «бережливой технологии» в образовательном процессе применяются следующие ключевые моменты:

- акцент на обучающихся, использующих Кайдзен;

- непрерывный процесс изменений во всех сферах обучения, отражающий сущность Кайдзен;

- открытое обсуждение проблем образовательного процесса;

- вовлеченность обучающихся в управление проектами;

- хорошие взаимоотношения между обучающимися, образование команд, где каждый становится участником рабочей группы соответствующего окружения по качеству знаний;

- самодисциплина и ее развитие, умение контролировать и уважать как себя, так и других;

- самосовершенствование и решение собственных задач;

- передача отдельных полномочий каждому обучающемуся на основе делегирования;

- планировать, управлять, сравнивать поставленные задачи с результатом;

- предотвращать пробелы в знаниях и устранять основные причины;

- встраивать качество в процесс обучения;

- стандартизация на основе методики по закреплению достигнутого успеха.

Нами предлагается модель внедрения инструментов Кайдзен технологии, как средства совершенствования образовательной среды и процессов воспитания и обучения в Национальном научно - практическом образовательном и оздоровительном центре «Бобек», Гимназия «Бобек» города Алматы на основе следующих блоков.

На начальном этапе разработать следующие направления работы:

- стандартизация ежедневных операций;
- применение визуализации, направленной на повышение безопасности и дисциплины обучающихся, родителей и педагогов;
- организация рабочих мест и пространства.

Блок 1. Работа с педагогами, где разрабатывается система «5S», «Банк идей», совершенствуется проектный инструментарий на базе разработки портфелей и реализации проектов.

Блок 2. Работа с обучающимися на основе реализации проектов, в сформированных командах. Включение их в познавательную-практическую деятельность.

Блок 3. Работа с родителями, включение контингента в систему кайдзен технологий и привлечение их к участию в проектной деятельности. Заимствование элементов кайдзен технологий для внутрисемейного пользования (системы сбережения, организации).

Для успешного внедрения кайдзен технологий в образовательное учреждение, необходимо произвести соответствующую адаптацию культуры на всех уровнях. Это происходит, начиная от высшего руководства и до обучающегося. Руководство должно понимать необходимость изменения устаревших методов и открыто поддерживать введение новых, более эффективных технологий. Педагогическим работникам необходимо дать время и поддержку для освоения новых инструментов и методов обучения. Обучающиеся должны быть включены в процесс изменений и понимать, как они могут внести свой вклад в улучшение образовательного процесса. Факторы, которые могут повысить эффективность Кайдзен технологий в образовании, включают: грамотный планировщик занятий, эффективное использование технологий (например, электронных платформ), разнообразие учебных заданий, регулярная обратная связь, групповая работа и лидерство педагога. Поэтому, для адаптации, апробации и внедрения технологии Кайдзен в воспитательно-образовательный процесс нами предлагается создать рабочую группу, которая вела бы работу в различных направлениях. Большое значение при внедрении «бережливых технологий» имеет позиция руководства образовательной организации, а также рабочей группы, которая должна состоять из заинтересованных сотрудников.

Нужно иметь в виду, что в самом начале 80-95% штатных сотрудников учебного заведения склонны выражать сопротивление вносимым изменениям в деятельность организации и свою работу. Внедрение инструментов и методов бережливого производства не является исключением. Причины сопротивления внедрению бережливого производства в образовательных организациях весьма разнообразны, как и люди, от которых это сопротивление исходит.

Сдерживающим фактором для проведения изменений в образовательных организациях является консервативность сотрудников. Являясь основой, обеспечивающей стабильность организации, она одновременно может противодействовать ее развитию. Выполняя одни и те же процессы определенным образом изо дня в день, сотрудники могут не задумываться над тем, насколько оптимально они организованы. Бережливые технологии позволяют посмотреть на ситуацию «со стороны», проанализировать свои действия, найти проблемы, выявить причины их появления и грамотно их устранить. Более того, реализуя оптимизационные проекты, сотрудники начинают по-другому оценивать свою деятельность, осознавая, что являются не просто пассивными исполнителями, а инициаторами и проводниками перемен. Они начинают понимать, что могут самостоятельно выявлять проблемы в своей работе и успешно решать их. Такое положение способствует повышению уровня мотивации работников и росту их заинтересованности в результатах своего труда, что неизбежно сказывается на качестве образования.

В условиях формирования корпоративной культуры, основанной на общем стремлении к совершенствованию, даже те сотрудники, которые изначально были противниками бережливых технологий, постепенно осознают их преимущества и включаются в оптимизационные процессы.

Таким образом, при внедрении в образовательном учреждении методов и инструментов применения Кайдзен технологии могут привести к следующим основным преимуществам:

- минимизируют финансовые потери, экономят время и ресурсозатраты;
- позволяют формировать у педагогов иной подход к обучению и воспитанию;
- повышают самоорганизацию педагогов на местах, и выводят педагогическую деятельность на совершенно новый уровень;
- формируют основы личности, стремящейся к применению культуры бережливого мышления в жизни и обществе;
- стимулируют нестандартное мышление, способствуют к долгосрочному планированию результатов той или иной деятельности;
- способствуют высокому уровню дисциплины, самоорганизации и творческого мышления;
- повышают качество образовательно-воспитательного процесса.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Иванов И. Кайдзен технологии в образовании: как повысить эффективность учебного процесса [Электронный ресурс]. - 2023. - URL: <https://journalovirus.ru/kaydzen-tehnologii-v-obrazovanii-kak-povysit-effektivnost-uchebnogo-protssessa> (дата обращения: 18.11.2023).

Кокорева О. О. Применение философии Кайдзен для современного управления компаниями [Электронный ресурс] / О. О. Кокорева, В. М. Сасиев // Молодой ученый. – 2016. – №26. – С. 312-315. – URL: <https://moluch.ru/archive/130/36195> (дата обращения: 09.11.2023).

Масааки Имаи. Кайдзен: ключ к успеху японских компаний – М.: Альпина Паблишерз, 2014 г. - 274 с.

Немцов Д.В. Роль внедрения Кайдзен в формировании корпоративной культуры // Инновации и инвестиции, 2020. — № 5. – С. 32.

Кертис С. Понимание Plan-Do-Check-Act (PDCA): ваше полное руководство [Электронный ресурс]. - 2023. - URL: <https://www.twi-institute.com/ru/plan-do-check-act/> (дата обращения: 19.11.2023).

Сведения об авторе

* Касымова Аида Алтаевна; учитель английского языка; Национальный научно - практический образовательный и оздоровительный центр "Бобек" Гимназия "Бобек"; e-mail: kassymova76@inbox.ru

Автор туралы мәліметтер

* Касымова Аида Алтаевна; ағылшын тілі мұғалімі; РМҚК «Бобек» ұлттық ғылыми - практикалық білім беру, сауықтыру орталығы «Өзін - өзі тану» гимназиясы; e-mail: kassymova76@inbox.ru

Information about the author

* Kasymova Aida Altayevna; english teacher; «Bobek» National Scientific Practical Educational and Health - Improving Centre; e-mail: kassymova76@inbox.ru

**ҰЙЫМНЫҢ АҚША ҚАРАЖАТТАРЫНЫҢ ЕСЕБІ МЕН АУДИТІН
ҰЙЫМДАСТЫРУ**

Кумарханова Н.Н.¹, Исмагулова Д.М.²

^{1,2} Каспий Қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

Аңдатпа. Кәсіпорынның ақша қаражаттарының қозғалысы туралы ақпарат қаржылық есептілікті пайдаланушыларға кәсіпорынның ақша қаражаттары мен олардың баламаларын жасау қабілетін және ұйымның осы ақша ағындарын пайдалану қажеттілігін бағалау үшін негізді қамтамасыз ету үшін пайдалы. Пайдаланушылар қабылдайтын экономикалық шешімдер ұйымның ақша қаражаттары мен олардың баламаларын генерациялау мүмкіндігін, сондай-ақ оларды алу мерзімі мен сенімділігін бағалауды талап етеді.

Түйін сөздер: Ақша, пайда, залал, баланс, қаржы, бәсекелестік, экономика.

**ОРГАНИЗАЦИЯ УЧЕТА ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ И АУДИТ В ОРГАНИЗАЦИЯХ
Кумарханова Н.Н.¹, Исмагулова Д.М.²**

^{1,2} Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация. Информация о движении денежных средств предприятия полезна, поскольку предоставляет пользователям финансовой отчетности основу для оценки способности предприятия генерировать денежные средства и их эквиваленты, а также потребности предприятия в использовании этих денежных потоков. Экономические решения, принимаемые пользователями, требуют оценки способности организации генерировать денежные средства и их эквиваленты, а также сроков и надежности их получения.

Ключевые слова: Деньги, прибыль, убыток, баланс, финансы, конкуренция, экономика.

**ORGANIZATION OF ORGANIZATION AND AUDIT OF FUNDS OF THE
ORGANIZATION**

Kumarkhanova N.N.¹, Ismagulova D.M.²

Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

Summary. Information about an entity's cash flows is useful because it provides users of financial statements with a basis for assessing the entity's ability to generate cash and cash equivalents and the entity's need to use those cash flows. Economic decisions made by users require an assessment of the organization's ability to generate cash and cash equivalents, as well as the timing and reliability of their receipt.

Key words: Money, profit, loss, balance, finance, competition, economics.

Ақша қаражаттарының қозғалысы туралы есеп - қаржылық есептілікке енгізілген негізгі есептердің бірі болып табылады. Ақша қаражаттарының қозғалысы туралы есепті қалыптастыру инвесторларға компанияның қалай жұмыс істейтіні, ақшаның қайдан келетіні және қалай жұмсалатыны туралы түсінік береді.

Пайда мен залал туралы есеп, баланс және Ақша қаражаттарының қозғалысы туралы есеп өзара байланысты екенін түсіну маңызды. Операциялық есептер есепті кезеңде активтер мен міндеттемелердің қалай пайдаланылғанын сипаттайды. Ақша қаражаттарының қозғалысы туралы есепті қалыптастыру ақша қаражатының түсуі мен кетуін (бұдан әрі – ағын) анықтайды және, сайып келгенде, кәсіпорынға қолжетімді сома ашылады; бұл сома баланста қосымша көрсетіледі.

Әдетте, базалық сала ағындардың сәйкес деңгейін анықтайды. Компанияның ағынын оның салалық бәсекелестерімен салыстыру оның ағындық жағдайын бағалаудың жақсы тәсілі болып табылады. Бәсекелестерімен бірдей ақша жинамайтын компания сөзсіз жоғалтады. Тіпті бухгалтерлік есеп стандарттары бойынша табысты компанияда шоттарды төлеуге қолма-қол ақша жеткіліксіз болуы мүмкін. Қолданыстағы ақша ағынының коэффициенті деп аталатын қолданыстағы қарызға алынған қолма-қол ақша сомасын салыстыру компанияның қарыздар мен пайыздық төлемдерге қызмет көрсету мүмкіндігін түсінуге мүмкіндік береді. Токсандық ағындар аздап төмендегенде, несиенің дефолт қаупі жоғары ағын деңгейіне қарағанда жоғары болады.

Мәлімделген кірістерге қарамастан, ағын манипуляцияға аз орын қалдырады. Ақша қаражаттарының қозғалысы туралы есеп беруді дайындау әдістемесі операциялық пайда мен баланс техникасынан ерекшеленеді, өйткені несиелеуге байланысты болашақ төлемдер мен түсімдердің сомасын есепке алмайды.

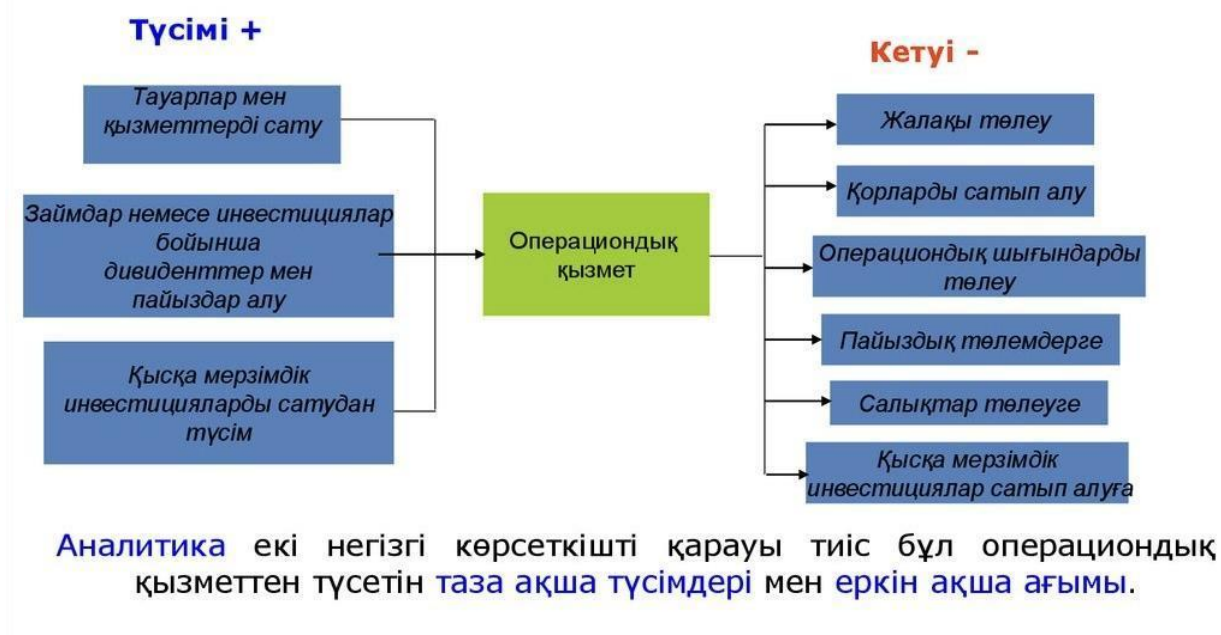
Ақша қаражаттарының қозғалысы туралы есепті құру талдаушылар мен инвесторларға келесі және ұқсас сұрақтарға жауап беруге көмектеседі:

- Таза кіріс пен ағындардың айырмашылығы қандай?
- Қолданыстағы қарыздарды олар туындаған кезде өтеу үшін жеткілікті қолма-қол ақша жинала ма?
- Бизнесті қолдау үшін негізгі/операциялық қызметтен алынған ақша жеткілікті ме?
- Жаңа инвестициялық мүмкіндіктерді пайдалану үшін компанияның қолма-қол ақшасы жеткілікті ме?

Ақша қаражаттарының қозғалысы туралы есеп беруді дайындау ақша қаражаттарының қозғалысын 3 құрамдас бөлікке бөлу арқылы жүзеге асырылады, олар арқылы ақшаны компания қабылдайды және төлейді:

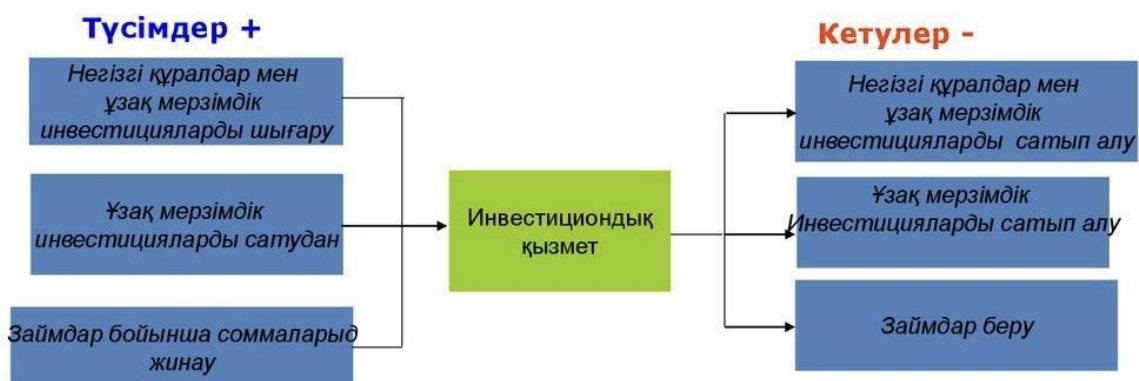
- Операциялық қызмет
- Инвестициялар
- Қаржыландыру

Ақша қаражаттарының түсімдері мен кетуі



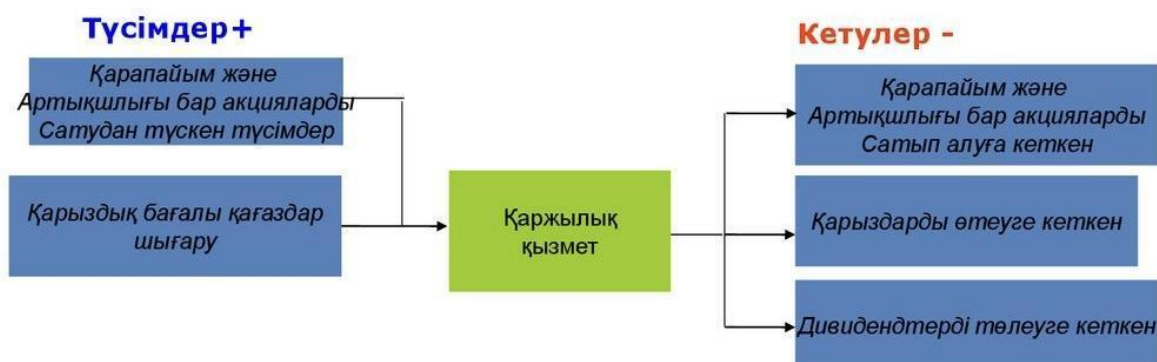
Сурет 1 - (Ақша қаражатының түсімдері мен кетуі)

Ақша қаражаттарының түсімдері мен кетуін жіктеу



Сурет 2 - (Ақша қаражатының түсімдері мен кетуін жіктеу)

Ақша қаражаттарының түсімдері мен кетуін жіктеу



Сурет -3. (Ақша қаражатының түсімдері мен кетуін жіктеу)

Ақша қаражаттарының қозғалысы туралы есеп екі жолмен ұсынылуы мүмкін:

- Тікелей әдіс
- Жанама әдіс

Жанама әдісті компаниялар көбірек таңдайды, себебі ол ақша ағындарын негізгі қызметтен алынған таза кіріспен салыстырады. Ол арнайы мақалада егжей-тегжейлі талқыланады.

Тікелей әдіс ақша қаражатының түсуі мен түсуін есептеу арқылы әртүрлі қызмет түрлерінен ақша ағындарын көрсетеді. Дегенмен, бұл әдісті компаниялардың аз бөлігі таңдайды, өйткені ол дайындау үшін қосымша ақпаратты қажет етеді.

Тікелей әдіс бойынша операциялық қызметтен түскен таза ақша ағыны сатудан түскен ақшалай түсімдерді есептеу, сатып алу үшін ақшалай төлемдерді, операциялық шығындарды, пайыздар мен салықтарды шегеріп, пайыздар мен дивидендтерді қосу арқылы анықталады. Әрі қарай осы компоненттердің әрқайсысын қарастырайық.

Ақша ағыны кірісінің негізгі құрамдас бөлігі сатудан түскен ақша түсімдері болып табылады. Бұл кезең ішінде тұтынушылардан нақты алынған қолма-қол ақша. Олар мына формула бойынша анықталады:

Сатудан түскен ақшалай түсімдер = Сату + Дебиторлық берешектің азаюы (немесе – ұлғаюы)

Сатып алу үшін қолма-қол ақшаны төлеу ОДТҚ-да ақша қаражатының шығуының ең маңызды құрамдас бөлігі болып табылады. Бұл есепті кезеңде жеткізушілерден сатып алуға жұмсалған ақша. Формула бойынша анықталады:

Сатып алуға жұмсалған ақша қаражаты = Сатылған өнімнің өзіндік құны + Тауарлы-материалдық қорларды көбейту (немесе – азайту) + Кредиторлық берешекті азайту (немесе – ұлғайту)

Операциялық шығындарды төлеу – сатумен, ғылыми-зерттеу және тәжірибелік-конструкторлық жұмыстармен және кредиторлық берешек пен жалақы қоры сияқты басқа да міндеттемелермен байланысты ақша қаражатының кетуі. Формула бойынша анықталады:

Операциялық шығындар үшін төлемдер = Операциялық шығындар + Алдын ала төленген шығындардың өсуі (немесе – азаюы) + Есептелген міндеттемелердің азаюы (немесе – ұлғаюы)

Ақшалай сыйақы – қарыз иелеріне төленетін пайыздар. Формула бойынша анықталады:

Төленетін пайыздар = Пайыздық төлемдер - Төлеуге жататын пайыздың өсуі (немесе + төмендеуі) + Облигацияның сыйақысының есептелуі (немесе - Дисконт)

Салықтарды қолма-қол ақшамен төлеу - бұл салық түрінде төленген ақша. Формула бойынша анықталады:

Табыс салығы бойынша ақшалай төлемдер = Табыс салығы + Төлеуге жататын салықты азайту (немесе – ұлғайту).

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ:

1. С.Б. Баймуханова, Ә.Ж. Балапанова. «Қазақ университеті» баспасы: Бухгалтерлік есеп, оқу құралы. Алматы, 2003 ж.
2. Ә.Әбдіманапов: Бухгалтерлік және қаржылық есеп принциптері. Алматы, 2006 ж.
3. Учет основных средств (Нургуль Кабылова, независимый аудитор РК <https://online.zakon.kz>)
4. Қазақстан Республикасы Қаржы министрінің бұйрығымен бекітілген бухгалтерлік есеп шоттарының үлгілік жоспары.
5. Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. «Негізгі құралдардың теңгерімін құрастыру және оның көрсеткіштерін есептеу әдістемесін бекіту туралы». <https://adilet.zan.kz>

Авторлар туралы мәлімет

Исмагулова Данел Мухтарқызы - Каспий Қоғамдық Университеті, e-mail:
Ismagulova_D@mail.ru

Сведения об авторах

Исмагулова Данел Мухтарқызы - Каспийский Общественный Университет, e-mail: Ismagulova_D@mail.ru

Information about the authors

Ismagulova Danel Mukhtarovna - Caspian Public University, e-mail: Ismagulova_D@mail.ru

НЕГІЗГІ ҚҰРАЛДАРДЫ ТҮГЕНДЕУ МЕН ҚАЙТА БАҒАЛАУДЫҢ ЕСЕБІ МЕН АУДИТІ

Кумарханова Н.Н.¹, Мырзаханова А.А.²

^{1,2}Каспий Қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

Аңдатпа. Мақала қазіргі серпінді бизнес жағдайында активтерді басқару ұйымдардың бәсекеге қабілеттілігін қолдау үшін маңыздылығы жайлы. Сонымен қатар, негізгі құралдарды түгендеу, қайта бағалау мен аудиті нақты қаржылық есептілікті, тиімдірек шешім қабылдауды және нормативтік талаптардың сақталуын қамтамасыз ететін іргелі тәжірибе туралы. Бұл мақаланың мақсаты - осы процестерді жүргізудің теориясын, маңыздылығын және әдістерін, сондай-ақ олардың ұйымдарға ұсынатын артықшылықтарын зерттеу. Негізгі құралдарды тиімді басқару, қайта бағалау және аудит процестері ұйымдар үшін негізгі құралдарды басқару үшін өте маңызды.

Түйін сөздер: негізгі құралдар, түгендеу, аудит, қайта бағалау, қаржылық есептілік.

УЧЕТ И АУДИТ ИНВЕНТАРИЗАЦИИ И ПЕРЕОЦЕНКИ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ

Кумарханова Н.Н.¹, Мырзаханова А.А.²

^{1,2} Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация. В статье говорится о важности управления активами для поддержки конкурентоспособности организаций в современной динамичной бизнес-среде. Кроме того, инвентаризация, переоценка и аудит основных средств являются фундаментальной практикой, обеспечивающей достоверную финансовую отчетность, более эффективное принятие решений и соблюдение нормативных требований. Цель этой статьи — изучить теорию, важность и методы проведения этих процессов, а также преимущества, которые они предлагают организациям. Эффективное управление основными средствами, процессы переоценки и аудита необходимы организациям для управления основными средствами.

Ключевые слова: основные средства, инвентаризация, аудит, переоценка, финансовая отчетность.

ACCOUNTING AND AUDIT OF INVENTORY AND REVALUATION OF FIXED ASSETS

Kumarkhanova N.N.¹, Myrzakhanova A.A.²

^{1,2} Caspian Public University, Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

Summary. The article is about the importance of asset management to support the competitiveness of organizations in today's dynamic business environment. In addition, inventory, revaluation and auditing of fixed assets are fundamental practices that ensure accurate financial reporting, more effective decision-making and compliance with regulatory requirements. The purpose of this article is to explore the theory, importance, and methods of conducting these processes, as well as the benefits they offer organizations. Effective fixed asset management, revaluation and audit processes are essential for organizations to manage fixed assets.

Keywords: fixed assets, inventory, audit, revaluation, financial statements.

Бухгалтерлік есеп стандарттарында көрсетілгендей негізгі құралдар деп өндіріс үдерісінде ұзақ уақытқа, яғни бір жылдан артық уақыт пайдаланатын, өзінің бастапқы түрін, көлемін сақтай отырып, құнын шығарылған өнімге, орындалған жұмысқа, көрсетілген қызметке есептелген амортизациялық аударым мөлшері шегінде біртіндеп ауыстырып отыратын еңбек құралдарын, яғни материалдық активтерді айтады. Негізгі құралдар материалдық өндіріс саласында да, өндірістік емес салада да ұзақ уақыт бойы, бір жылдан астам, қызмет етеді.

Негізгі құралдарға — жылжымайтын мүлік, жер учаскелері, үйлер мен ғимараттар, машиналар мен жабдықтар, өлшеуіш және реттеуіш аспаптары және қондырғылар мен лабораториялық жабдықтар, есептеуіш құралдары, көлік тасымалдау құралдары, өндірістік және шаруашылық құрал саймандары, шаруашылық мүлкі, өнім беретін және жұмыс малдары, көп жылдық көшеттер, шаруашылықтың ішкі жолы, тағы да басқалар жатады. [1, б. 79-124]

Өндіріс процесіне қатысу сипатына қарай негізгі құралдар бөлінеді:

- өндірістік – өндіріс процесіне тікелей қатысатын немесе оған жағдай жасайтын негізгі құралдар. Оларға өндірістік ғимараттар мен құрылыстар, машиналар мен жабдықтар, көліктер, өндірістік және шаруашылық құрал-жабдықтар, құрал-саймандар, жұмысшы және өнімді мал және т.б.

- өндірістік емес – тұтынушылық негізде пайдалануға арналған негізгі құралдар. Олар өндіріс процесіне қатыспайды, бірақ кәсіпорын қызметкерлерінің мәдени және тұрмыстық қажеттіліктерін қанағаттандыруға арналған.

Меншік құқығына қарай негізгі құралдар бөлінеді:

- меншікті – субъектіге жататын және оның балансында көрсетілетін негізгі құралдар;

- лизингке алынған – онда көрсетілген мерзімге жалға беру шарты бойынша басқа субъектіден алынған негізгі құралдар.

Негізгі құралдар қолдану сипатына қарай мыналарға бөлінеді:

- операциялық - өндірістік-шаруашылық қызметте қолданылатын негізгі құралдар;

- белсенді емес – уақытша пайдаланылмайтын негізгі құралдар;

- қоймада – бар негізгі құралдарды жөндеу, жою немесе апат жағдайында ауыстыру үшін резервті құрайтын негізгі құралдар.

Материалдық құрамы бойынша негізгі құралдар мыналарға бөлінеді:

- инвентарлық – материалдық мазмұны бар және заттай өлшенетін және есептелетін объектілер;

- инвентарлық емес – жерге, ормандарға және су айдындарына күрделі салымдар, т.б. нақты нысаны жоқ шығындар. [2, б. 371-375]

Әрбір ұйымда, баланста бар негізгі құралдарды түгендеу жүргізіледі. Негізгі құралдардың нақты бар-жоғын анықтау және олардың сақталуына бақылау жасау мақсатында субъекті басшылары нормативтерді, заңдарды және басқа да актілерді, сондай-ақ есеп саясатын басшылыққа ала отырып оқтын-оқтын негізгі құралдарға мүліктік түгендеу жүргізіп отырады.

Негізгі құралдарды түгендеу жылына кемінде бір рет, қараша айында жылдық қаржылық есептілік пен бухгалтерлік балансты жасағанға дейін жүргізіледі. Үйлер, ғимараттар және басқа да жылжымайтын объектілер үш жылда бір рет тексеріледі.

Материалдық құндылықтарды негізгі құралдар ретінде тану кезінде оларды бағалаудың біртұтас тәсілі қажет.

Бастапқы, ағымдағы, баланстық құн, өткізу құны және жою құны бар.

Бастапқы құны - бухгалтерлік есепте негізгі құралдарды салу немесе сатып алу үшін іс жүзінде өндірілген барлық қажетті нормативтерді қамтитын бастапқы құны бойынша капиталдандыру кезінде көрсетіледі, оның ішінде:

1) сатып алу кезінде төленген қайтарылмайтын салықтар мен алымдар (ғимараттар, автомобильдер бойынша ҚҚС; сатып алу шарты бойынша мемлекеттік баж);

- 2) жеткізу, монтаждау, орнату, іске қосу шығындары;
- 3) құрылыс мерзіміне берілген несие бойынша сыйақы;
- 4) активті жұмыс жағдайына келтіруге байланысты өзге де шығыстар.

Ағымдағы құн – активтің белгілі бір күнгі ағымдағы нарықтық бағалардағы құны. Өртүрлі уақытта іске қосылған біртекті негізгі құралдар оларды өндіруге жұмсалатын шығындардың өртүрлі деңгейін көрсетеді. Сондықтан белгілі уақыт өткен кезде оларды ағымдағы құны бойынша бағалау қажеттілігі туындайды.

Баланстық құн – негізгі құралдардың бастапқы немесе ағымдағы құнын шегергендегі жинақталған амортизация сомасы, онда актив бухгалтерлік есепте және есеп беруде көрсетіледі. Бұл өндірілген өнімге, орындалған жұмыстар мен қызметтерге немесе операциялық шығындарға әлі ауыстырылмаған негізгі құралдардың құны. Негізгі құралдар жұмыс істейтін уақыт ұлғайған сайын бұл құнның мәні төмендейді.

Сату бағасы – мәмілені жүзеге асыруға дайын хабардар және тәуелсіз тараптар арасында негізгі құралдарды айырбастауға болатын құн.

Жойылу құны – пайдалану мерзімінің соңында негізгі қорларды жоюдан туындайтын қосалқы бөлшектердің, сынықтардың, қалдықтардың болжамды құны, ықтимал пайдалану бағасы бойынша есептелген шығаруға күтілетін шығындар шегерілген. [3]

Қаржылық есеп беруде, кәсіпорындар 2410 «Негізгі құралдар» шотында негізгі құралдардың есебін жүргізеді. 2520/1 «Өндірістік мал шаруашылығы» 2520 «Мал шаруашылығы» шотында өнімді және жұмыс істейтін малдарды есепке алу ашылады; 2520/2 «Жұмыс жануарлары» актив шоты бойынша, ал көпжылдық көшеттердің шоттары 2510 «Өсімдіктер» 2510/1 «Көпжылдық өсімдіктердің өнімді көшеттері» шотында ашылады; 2510/2 «Көпжылдық қорғаныш алқаптарының көшеттері» және көшеттердің басқа түрлері аралық тіркеуде сақталуы мүмкін. [4]

Бұл бөлімнің бухгалтериясы ұйымның өз пайдалануындағы, басқарушылық немесе жедел басқарудағы және ұзақ мерзімді жалға берудегі негізгі қорлардың, өндірістік және жұмыс жануарларының және көпжылдық көшеттердің нақты бар болуы мен қозғалысы туралы мәліметтерді жинауға арналған.

1 – кесте. Негізгі құралдардың бастапқы құнын алған кезде негізгі құралдар шоттарының дебетімен келесі шоттар корреспонденцияланады

930	«Аяқталмаған құрылыс» ұйымның экономикалық әдіспен салған негізгі құралдарын іске қосу
030	«Ағымдағы банктік шоттардағы ақша» арқылы негізгі құралдарды сатып алу
010	«Қолма-қол ақша» арқылы негізгі құралдарды сатып алу
310	«Жабдықтаушылар мен мердігерлерге қысқа мерзімді кредиторлық берешек» заңды және жеке тұлғалардан негізгі құралдарды бөліп-бөліп сатып алу кезінде;
390	«Өзге де қысқа мерзімді кредиторлық берешек» заңды және жеке тұлғалардан негізгі құралдарды бөліп-бөліп сатып алу кезінде;
110	«Төленбеген капитал» - негізгі құрал объектісін құрушылардың жарғылық капиталға салымдары;
150	Негізгі құралдарды ұзақ мерзімді жалға беру жағдайында «Ұзақ мерзімді жалдау бойынша берешек».
Ескерту - зерттеу негізінде авторлармен құрастырылған.	

Тауарлы-материалдық қорлардың мақсаты мен артықшылықтары:

Инвентарлық қорларды бақылау негізгі қорлардың физикалық болуы мен жай-күйін бақылауды және есепке алуды қамтиды. Тұрақты түгендеудің мақсаты – активтердің жаңартылған есебін жүргізу, нақты қаржылық есептілікті қамтамасыз ету және алаяқтық немесе ұрлық тәуекелін азайту. Дегенмен, негізгі құралдарды түгендеу көп уақытты қажет ететін деректерді жинауды, ресурстарды бөлуді және активтердің тіркелген және нақты құны арасындағы ықтимал сәйкессіздіктерді қоса алғанда, жиі қиындықтар тудыруы мүмкін.

Негізгі құралдарды қайта бағалаудың себептері мен әдістері. 1) Негізгі құралдарды қайта бағалау баланстық құны олардың құнын дәл көрсететініне көз жеткізу үшін олардың ағымдағы нарықтық құнын бағалауды қамтиды. Бұл процесс ұйымның қаржылық жағдайының шынайы бейнесін алу және активтерді басқару шешімдерін жақсарту үшін маңызды. 2) Қайта бағалаудың себептері нарық жағдайындағы өзгерістерді, технологиялық жетістіктерді немесе заң талаптарын қамтуы мүмкін. Сәйкес құнды анықтау үшін сарапшылық бағалаулар, нарықтық салыстырулар және дисконтталған ақша ағындарын талдау сияқты әртүрлі әдістер қолданылады.

Негізгі құралдар аудитінің маңызы мен мақсаты:

Активтердің аудиті қаржылық есептілікті, жазбаларды және физикалық активтерді жан-жақты және жүйелі түрде тексеруді қамтиды. Ол мүдделі тараптар арасында сенімді орнатуда және ақпаратты заңсыз иемденуден немесе бұрмалаудан қорғауда маңызды рөл атқарады. Негізгі құралдар аудитінің мақсаты кез келген бұзушылықтарды, қателерді немесе алаяқтықты анықтау, ішкі бақылаудың тиімділігін бағалау және қаржылық есеп берудің сенімділігі туралы тәуелсіз пікір беру болып табылады. [5]

Есеп беруде негізгі құралдың мәнін ашу. Шаруашылық жүргізуші субъектінің есеп беруінде келесі ақпараттардың мәні ашылуы тиіс: негізгі құралдың әрбір түрі бойынша бастапқы құны; пайдалануға берілген және есептен шыққан кезі; бастапқы құнының өзгеру себептері; амортизацияны есептеу үшін пайдаланатын тәсілі; есептік кезеңнің басына және соңына жинақталған амортизация сомасы; егер де қайта бағалау жүргізілсе: әрбір негізгі құралдардың ағымдағы құны; бағалауды жүргізудің кезеңі және күні, әдісі, сондай-ақ эксперттік бағалауды кімнің жүргізгені, т.б. Әкімшілік – басқарушылық мақсаттар үшін немесе пайдалы қызметтерінің мерзімі оның жылдық есептілік кезеңінен асатын жалға беру үшін қызмет көрсету және тауарларды сату немесе өндірісіне арналған материалдық активтер ретінде ХҚЕС-да (IAS16 "Негізгі құралдар") негізгі құралдар анықталады.

Кәсіпорындар өздерінің дамуы үрдісін тоқтаусыз жалғастыруда, осы процестердің дәлдігін, тиімділігін және тиімділігін арттыру үшін автоматтандырылған қорларды бақылау жүйелері, озық бағалау әдістері және аудит сияқты үрдістерді пайдалану өте маңызды.

Болашаққа көз жүгіртсек, активтерді басқарудағы жаңа тенденциялар технологиялардың интеграциясын арттыруға нұсқайды. Активтерді қауіпсіз қадағалау үшін блокчейн технологиясын пайдалану, активтерді дәлірек бағалау үшін машиналық оқыту алгоритмдері және аудитті жеңілдету үшін роботты процестерді автоматтандыру - бұл бизнестің осы тәжірибелерді одан әрі жақсарта алатынының бірнеше мысалдары ғана. Осы жетістіктерді пайдалана отырып, ұйымдар тиімділікті арттыра алады, шығындарды азайтады және негізгі активтерін басқаруда бәсекелестік артықшылыққа ие болады.

Қорытындылай келе, қорларды тиімді басқару, негізгі құралдарды қайта бағалау және аудит дұрыс қаржылық есептіліктің маңызды құрамдас бөлігі болып табылады. Осы процестерді мұқият енгізу және үнемі жетілдіру арқылы ұйымдар нақты есеп беруді қамтамасыз ете алады, негізделген шешімдер қабылдай алады және мүдделі тараптардың сеніміне ие бола алады. Активтерді басқаруда дамып келе жатқан технологияларды енгізу тәжірибені одан әрі жетілдіреді, бәсекелестік күшейген ортада бизнестің тиімдірек және табысты болуына мүмкіндіктер ашады.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ:

1. С.Б. Баймуханова, Ә.Ж. Балапанова. «Қазақ университеті» баспасы: Бухгалтерлік есеп, оқу құралы. Алматы, 2003 ж.

2. Ә.Әбдіманапов: Бухгалтерлік және қаржылық есеп принциптері. Алматы, 2006 ж.

3. Учет основных средств (Нургуль Кабылова, независимый аудитор РК <https://online.zakon.kz>

4. Қазақстан Республикасы Қаржы министрінің бұйрығымен бекітілген бухгалтерлік есеп шоттарының үлгілік жоспары.

5. Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. «Негізгі құралдардың теңгерімін құрастыру және оның көрсеткіштерін есептеу әдістемесін бекіту туралы». <https://adilet.zan.kz>

Автор туралы мәліметтер:

Мырзаханова Аяулым Аймухамбетқызы – «6В04111-Есеп және аудит» мамандығының 4 курс студенті. Каспий Қоғамдық университеті. e-mail: Ayuka_01_02@mail.ru

Сведения об авторах

Мырзаханова Аяулым Аймухамбетқызы - студент 4 курса специальности «6В04111-Учет и аудит» Каспийский общественный университет. e-mail: Ayuka_01_02@mail.ru

Information about the authors

Myrzakhanova Ayaulym Aimukhambetkyzy - 4th year student of the specialty «6В04111-Accounting and Audit» Caspian Public University. e-mail: Ayuka_01_02@mail.ru

КӘСІПОРЫНДАҒЫ ДЕБИТОРЛЫҚ ҚАРЫЗДАРДЫҢ ЕСЕБІ МЕН ТАЛДАУЫ

Кумарханова Н.Н.¹, Оспанова А.М.²

^{1,2}“Каспий Қоғамдық Университеті” Алматы қ. Қазақстан Республикасы

Аңдатпа. Бұл мақала кәсіпорнының дебиторлық берешегінің теориялық аспектілері зерттелді, кәсіпорын қызметінің негізгі қаржылық көрсеткіштеріне талдау жасалды және дебиторлық берешекті таңдаудағы әдістемелер талданады. Дебиторлық берешекті талдаудың міндеті-ұзақ мерзімді қайтару кезеңімен контрагенттердің дебиторлық берешегінің үлкен мөлшерін азайту. Дебиторлық берешектің кез-келген заманауи ұйымға дамудың жаңа мүмкіндіктерін жіберіп алмауға және оларды осы мақаланың өзектілігіне байланысты нарықтағы қызметті өзгерту және тиімділігін арттыру үшін пайдалануға көмектеседі.

Түйін сөздер: баланс, дебиторлық берешек, өтімділік, қаржылық тұрақтылық, экономикалық қауіпсіздік.

УЧЕТ И АНАЛИЗ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Кумарханова Н.Н.¹, Оспанова А.М.²

^{1,2}“Каспийский Общественный Университет” г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация. В данной статье изучены теоретические аспекты дебиторской задолженности предприятия, проведен анализ основных финансовых показателей деятельности предприятия и проанализированы методики выбора дебиторской задолженности. Задача анализа дебиторской задолженности состоит в том, чтобы уменьшить большую сумму дебиторской задолженности контрагентов с долгосрочным периодом возврата. Дебиторская задолженность помогает любой современной организации не упустить новые возможности развития и использовать их для изменения и повышения эффективности деятельности на рынке в связи с актуальностью данной статьи.

Ключевые слова: баланс, дебиторская задолженность, ликвидность, финансовая стабильность, экономическая безопасность.

ACCOUNTING AND ANALYSIS OF ACCOUNTS RECEIVABLE AT THE ENTERPRISE

Kumarkhanova N.N.¹, Ospanova A.M.²

^{1,2}Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

Summary. In this article, the theoretical aspects of the company's accounts receivable are studied, the analysis of the main financial indicators of the company's activity is carried out and the methods of selecting accounts receivable are analyzed. The task of analyzing accounts receivable is to reduce the large amount of accounts receivable of counterparties with a long-term repayment period. Accounts receivable helps any modern organization not to miss new development opportunities and use them to change and improve the efficiency of activities in the market due to the relevance of this article.

Keywords: balance, accounts receivable, liquidity, financial stability, economic security

Кәсіпорындағы дебиторлық берешекті есепке алу және талдау қаржылық басқарудың маңызды аспектілері болып табылады және клиенттердің төлем қабілеттілігін тиімді бақылауға және мерзімі өткен берешек тәуекелдерін азайтуға мүмкіндік береді.

Дебиторлық берешек кәсіпорынның активтеріне жатады және айналымнан уақытша бөлінген қаражатты білдіреді. Басқаша айтқанда, дебиторлық берешек бұл кәсіпорынға тиесілі және экономикалық қызмет нәтижесінде пайда болған қарыздардың сомасы.

Дебиторлық берешек-бұл компанияның басқа компанияларға, клиенттерге және ұйымдарға ақша алуға, өнімді жеткізуге немесе жұмыстарды орындауға, қызмет көрсетуге қойылатын талаптары.

Дебиторлық берешекті компанияға тиесілі, бірақ әлі алынбаған қаражат немесе клиенттердің (дебиторлардың) фирмаға қызмет немесе тауар ұсынғаны үшін ақша төлеу жөніндегі міндеттемелері деп атауға болады [1, б. 72].

Дебиторлар-белгілі бір фирма алдында қарызы бар жеке және заңды тұлғалар.

Демек, дебиторлық берешек Фирманың айналым капиталының бөлігі болып табылады, сонымен қатар белгілі бір компанияның қаржылық жағдайын белгілейтін негізгі элементтердің бірі болып табылады.

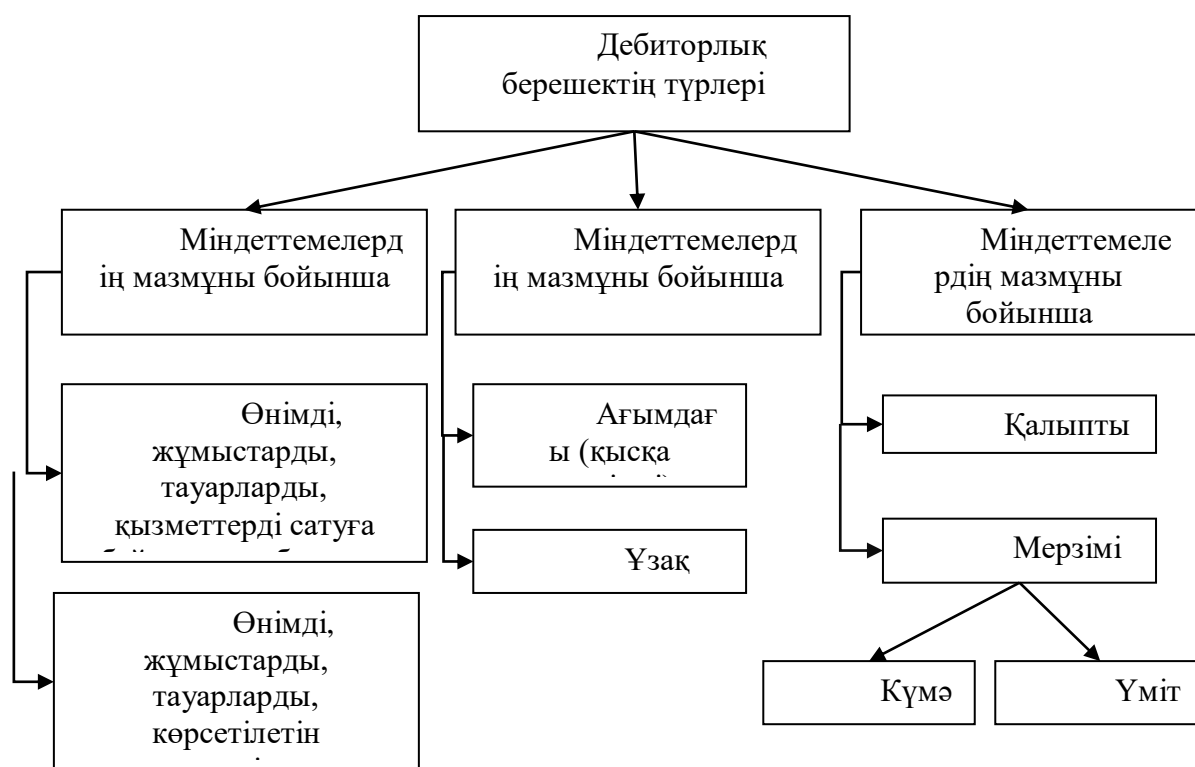
Дебиторлық берешек қолма-қол ақшаның өсуін тікелей немесе жанама түрде жасау мүмкіндігін қамтамасыз ететін болашақ пайданы қамтыса да, әдетте мұндай қаражатты алу мерзімі мен сомасына жүз пайыз сенімділік жоқ. Осыған байланысты дебиторлық берешек бөлінеді:

- ағымдағы;
- мерзімі өткен.

Мерзімі өткен берешек міндеттемелер белгіленген мерзімде төленбеген жағдайда туындайды. Бұл ретте мерзімі өткен берешек:

- қамтамасыз етілген;
- күмәнді;
- үмітсіз.

Мерзімінде өтелмеген және бұл ретте кепілмен, кепілгерлікпен немесе банк кепілдігімен қамтамасыз етілмеген берешек күмәнді болып саналады. Талап қою мерзімі өткен немесе міндеттеме оны орындау мүмкінестігі салдарынан тоқтатылған берешек үмітсіз болып табылады. Дебиторлық берешектің негізгі түрі-тауарлар, жұмыстар мен қызметтер үшін берешек. Дебиторлық берешектің жіктелуі 1-суретте көрсетілген. Әрқашан, әсіресе қазіргі уақытта, алдымен тауарды алу немесе жұмысқа қабылдау, содан кейін төлеу тиімді болды. Осы қағидаға сүйене отырып, нарықтағы ережелерді сатып алушылар мен тапсырыс берушілер белгілейді. "Клиент әрқашан дұрыс" - бұл тіркес кәсіпкерлік қызметтегі аксиома болып табылады. Жеткізушілер мен мердігерлер осы Шартқа бейімделе отырып, коммерциялық несиелеу және төлемдерді кейінге қалдыру сияқты әдістерді қолдана отырып, нарықтағы өз орнын бермеуге тырысып, клиенттердің тілектерін орындайды. Алайда, тауарды (жұмыстарды, қызметтерді) жеткізу уақыты бойынша олар үшін ақшалай қаражат алумен сәйкес келмеуі сирек емес, бұл жағдайда жеткізушіде (мердігерде) дебиторлық берешек қалыптасады.



1 сурет- дебиторлық берешектің жіктелуі

Ескерту: [2, б. 85] әдебиет негізінде автормен құрастырылған

Демек, дебиторлық берешектің пайда болуы тауарларды, жұмыстарды, қызметтерді төлемеген сатып алушыларға немесе тауарларды, қызметтерді, жұмыстарды ұсынбаған жеткізушілерге мүліктік талаптардың қалыптасуынан басқа ештеңе емес. Дебиторлық берешек сомасының дәрежесі мен мөлшеріне әртүрлі ішкі және сыртқы факторлар әсер етеді, ал сыртқы факторларды тек болжауға болады және оларды толығымен жою мүмкін емес. Көптеген экономистер дебиторлық берешекке, инфляция деңгейіне әсер ететін сыртқы факторлардың арасында бірінші орынға шығады. Бұл инфляция, олардың пікірінше, бағаның өсуіне, пайда маржасының жоғарылауына ықпал етеді және бастапқыда конъюнктураның жандануына әкеледі, сондықтан инфляцияны қозғалтқыш деп атауға болады.

Алайда, қозғалтқыш алға жылжыған сайын тежегішке айналады, бұл елдегі әлеуметтік-экономикалық тұрақтылықты күшейтеді, яғни бағалар көтеріле бастайды, ақша құнсызданып, сатып алу қабілетін жоғалтады. Мұның салдары дебиторлық берешектің өсуі болып табылады.

Кәсіпорындағы дебиторлық берешекті тиімді есепке алу үшін әртүрлі әдістер қолданылады. Олардың бірі-әрбір сату немесе қызмет көрсету дебиторлық берешектің арнайы журналына жазылған кезде тікелей жазу әдісі. Бұл журналда клиент туралы мәліметтер, қарыз сомасы, есептеу күні, Төлем мерзімі және басқа ақпарат көрсетіледі.

Есепке алудың тағы бір әдісі-аккумуляторды жазу әдісі. Осы әдіске сәйкес клиенттің берешегі сату немесе қызмет көрсету жүзеге асырылғаннан кейін жазып берілетін шот-фактурада көрсетіледі. Шот-фактурада сату сомасы, Төлем шарттары және басқа мәліметтер туралы ақпарат бар. Шот-фактураға клиент те, кәсіпорын өкілі де қол қояды.

Кәсіпорындағы дебиторлық берешекті талдау оның құрылымын және мерзімі өткен берешектің үлесін бағалауды қамтиды. Дебиторлық берешектің құрылымы қай клиенттердің қарыздың негізгі үлесін құрайтынын анықтауға мүмкіндік береді, ал мерзімі өткен берешектің үлесі клиенттердің қаржылық тұрақтылығы мен кәсіпорын үшін тәуекелдерді көрсетеді.

Дебиторлық берешекті талдаудың негізгі әдістерінің бірі-төлемдерді кешіктіру мерзімі бойынша клиенттерді топтастыру әдісі. Клиенттерді топтарға бөлу Елеулі кешіктірілген

клиенттерді бөліп көрсетуге және сотқа жүгіну немесе қарызды коллекторлық агенттікке беру сияқты қарызды өндіріп алу бойынша тиісті шараларды қабылдауға мүмкіндік береді.

Сондай-ақ, талдаудың маңызды элементі дебиторлық берешектің өтеу мерзімін анықтау және оның Шартта көрсетілген мерзімдерге сәйкестігі болып табылады. Егер клиенттер қарызды мерзімінде төлемесе, кәсіпорын мерзімі өткен соманы өндіріп алу үшін қосымша шаралар қабылдауы керек.

Нәтижесінде, кәсіпорындағы дебиторлық берешекті есепке алу және талдау клиенттердің төлем қабілеттілігін тиімді бақылауға және мерзімі өткен берешек тәуекелдерін азайтуға мүмкіндік береді [3 б. 5].

Дебиторлық берешек қалыптасудан, баланста актив ретінде болуын сақтаудан бастап, ақшалай қаражатпен (не басқа активтермен) өтеуге немесе есептен шығару арқылы таратуға дейінгі белгілі бір өмірлік циклден өтеді.

Кез-келген дебиторлық берешек ақыр соңында өтелуі керек. Қарызды өтеу дегеніміз-қарызды кәсіпорынға қайтару. Бірақ іс жүзінде бұл әрдайым бола бермейді.

Халықтың, бюджеттік және коммерциялық ұйымдардың берешегін басқару мен бақылаудың тиімді жүйесін қалыптастыру су арнасының қаржылық менеджментінің басты міндеті болып табылады. Осыған байланысты дебиторлық берешекті талдау өте маңызды, өйткені оның көлемінің, құрамы мен құрылымының өзгеруі кәсіпорынның қаржылық жағдайына айтарлықтай әсер етеді.

Дебиторлық берешекті талдау негізінен бухгалтерлік баланс деректеріне және бухгалтерлік балансқа қосымшаға, сондай - ақ ішінара қаржылық нәтижелер туралы есеп деректеріне негізделген.

Бүгінгі таңда әдебиетте көптеген авторлар, мысалы, Шеремет А.Д., Ефимова О. В., Максютова А. В., Панфилов А. В., Кулизбаков Б. К. және басқалары дебиторлық берешекті талдаудың көптеген тәсілдерін ұсынады (кесте. 1).

1-кесте-Әр түрлі авторлардың тәсілдеріндегі кәсіпорынның дебиторлық берешегін талдау әдістері

Әдістеменің авторы	Әдістеменің мазмұны
Ефимова О. В.	Коэффициенттік талдау (ағымдағы активтердегі дебиторлық берешектің үлесі, оның құрылымын талдау, дебиторлық берешектің сапалық жай-күйін талдау, күмәнді берешек динамикасын бағалау). Дебиторлық және кредиторлық берешекті талдау нәтижелерін салыстыру
Кулизбаков Б. К.	Пайда болу мерзімі бойынша дебиторлық берешектің сипатын анықтау, олардың динамикасын талдау. Басым үлес салмағын алатын дебиторлардың құрамы бойынша берешекті талдау. Резервтің ықтимал мөлшерін анықтау және дебиторлық берешектің нақты мөлшері мен өлшенген қартаюын бағалау үшін үмітсіз қарыздарды белгілеу. Есептеулерді жеделдету үшін жеңілдіктер беру туралы, талдау нәтижелері негізінде дебиторлық берешекті және басқаларын сату туралы шешім қабылдау.
Панфилов А. В.	Дебиторлық берешекті оны инкассациялау мерзімдері бойынша саралау. Дебиторлық берешекті талдау үшін ABC әдісін қолдану. Дебиторлық берешекті коэффициенттік талдау, сондай-ақ кредиторлық берешектің мөлшерін анықтау, оларды салыстыру.

1-кестенің жалғасы	
Максютов А. А.	Парето әдісі бойынша дебиторлық қарыздарды саралау. Дебиторлар портфелін қалыптастыру және бүкіл портфель бойынша орташа қайтару мерзімін есептеу, осы көрсеткіш бойынша дебиторларды саралау. Дебиторлық қарызға салынған инвестициялардың мөлшерін есептеу. Дебиторлық берешекті коэффициенттік талдау
Шеремет А. Д.	Жалпы және жекелеген баптар бойынша дебиторлық берешек көлемінің динамикасын жалпы бағалау. Коэффициенттік талдау (ағымдағы активтердегі дебиторлық берешектің үлесі, оның құрылымын талдау, дебиторлық берешектің сапалық жай-күйін талдау, күмәнді берешек динамикасын бағалау). Дебиторлық және кредиторлық берешекті талдау нәтижелерін салыстыру
Ескерту: [4, 264б] ақпарат көзінің негізінде автормен құрастырылған	

Жоғарыда келтірілген әдістердің әрқайсысының өз ерекшеліктеріне байланысты өзіндік артықшылықтары мен кемшіліктері бар. Әдістердің жалпы артықшылықтарының ішінде мыналарды атап өтуге болады: қолданудың қарапайымдылығы, кестелермен және иллюстрациялармен жұмыс істеу кезінде көрнекілік және, әдетте, белгілі бір ұйымның талдауын қолдануға қол жетімділік.

Әрбір дерлік әдіс дебиторлық және кредиторлық берешекті талдау нәтижелерін салыстыру қажеттілігіне баса назар аударады.

Еңбек дамуының нәтижесінде өндіріс көлемін ұлғайту оң экономикалық тиімділікке делдал болады. Өндірісті ұйымдастыру және техниканы жаңғырту үшін қолайлы атмосфера қалыптасуда. Экономикалық жағдай тұрақсыз болған кезде тауарды сату, төлемді кейінге қалдыру қызметтерін көрсету кезінде тәуекелдер артады, нәтижесінде дебиторлық берешек өседі. Жоғарыда айтылғандарды қорытындылай келе, дебиторлық берешекке айтарлықтай әсер ететін сыртқы факторлардың бес тобын көрсетеміз:

- компаниялардың қаржылық қатынастарына әсер ете алатын елдегі жалпы экономикалық жағдай;
- елдегі есеп айырысу жағдайы-төлем қабілетсіздігі дебиторлық берешектің өсуіне әкеледі;
- инфляция деңгейі-тікелей үлгі: инфляцияның өсуі қарыздарды өтеудегі құлдыраудың артуына әкеледі, ереже көптеген ұйымдар үшін өзекті болады, қарызды төлеуді неғұрлым кеш жасасаңыз, оның мөлшері соғұрлым аз болады;
- шығарылатын өнім түрлері;
- нарықтың сыйымдылығы және оның қанығу дәрежесі-сату нарығының қанықтылығы маусымдық өнімді сатудың қиындығына әкеліп соғады, бұл қарыз деңгейінің өсуіне әкеледі [5 б. 70б].

Дебиторлық берешекпен жұмыс маркетинг, қаржы, менеджмент саласында білімді қажет етеді. Демек, пайда болу саласына байланысты жоғарыда қарастырылған факторлардың жіктелуі тиісті қызметтердің функционалдық міндеттері мен тиімділігін анықтауға, басқару процесін ұйымдастыруға, сондай-ақ белгілі бір фактордың өзгеруіне жедел жауап беруге мүмкіндік береді. Сыртқы факторларды тек болжауға болады, олардан айырмашылығы, ішкі факторлар толығымен компанияның қаржылық менеджментінің кәсібилігіне, менеджердің дебиторлық берешекті басқару өнерін қалай игергеніне байланысты.

Дебиторлық берешекпен жұмыс кез-келген кәсіпорынның қызметіндегі маңызды сәт болып табылады және басшылар мен менеджерлердің назарын қажет етеді. Дебиторлық берешекті басқарудың тәсілдерін анықтау, кезеңдері мен әдістерін әзірлеу және құру – бұл

нақты шешімі жоқ міндет. Бұл кәсіпорын қызметінің ерекшелігіне және басшылықтың жеке қасиеттеріне байланысты. Дебиторлық берешекті басқара алу үшін кәсіпорын дебиторлар мен олардың төлемдері туралы ақпаратты талдауы керек, қазіргі уақытта төленген, бірақ төленбеген шоттар туралы өзекті мәліметтерге ие болуы керек, әр шот бойынша төлемнің кешіктірілген уақытын қадағалап отыруы керек; контрагенттің несиелік тарихын қадағалау.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ:

1. Афанасьева Т.В., Полуниин А.А. ұйымның қаржылық тұрақтылығын нығайту мақсатында дебиторлық және кредиторлық берешекті реттеу / Т. В. Афанасьева, А. А. Полуниин // МичГАУ хабаршысы. - 2014. - № 8. - 71-78 Б.
2. Болатова А.В. дебиторлық және кредиторлық берешекті есепке алу, талдау, аудит // Actualscience. - 2016. - № 2. - Б. 84-88.
3. Бердникова Л.Ф., Одарич В.В. дебиторлық және кредиторлық берешектің мәні мен құрылымы // Жас ғалым. - 2016. - №9.2. - Б. 5-8.
4. Глушко Е.В., Сергиенко О.В. дебиторлық берешекті есепке алудың теориялық негіздері // Жас ғалым. - 2017. - №13. - 263-268 ББ.
5. Экономикалық қызметті кешенді экономикалық талдау: Оқу құралы / А.И. Алексеева, Ю.В. Васильев, А. В. Малеева, Л.И. Ушвицкий. - Мәскеу: Норус, 2016. - 706 Б.
6. <http://rmebrk.kz/book/1179560>
7. <http://rmebrk.kz/book/1001520>

Авторлар туралы мәліметтер

Оспанова Асема Маратовна- «6B04111-Есеп және аудит» мамандығының 4 курс студенті. Каспий Қоғамдық университеті, е-mail: Ospanovaasema7@gmail.com

Сведения об авторах

Оспанова Асема Маратовна - студент 4 курса специальности "6B04111-Учет и аудит". Каспийский Общественный Университет, е-mail: Ospanovaasema7@gmail.com

Information about the authors

Ospanova Asema Maratovna - 4th year student of the specialty "6B04111- Accounting and audit". Caspian Public University, e-mail: Ospanovaasema7@gmail.com

САҚТАНДЫРУ ЖӘНЕ КӘСІПКЕРЛІКТЕГІ ТӘУЕКЕЛДЕР

Құрмантаева А.Ж.¹, Жанболатқызы А.Ж.²

^{1,2}Абай атындағы Қазақ Ұлттық педагогикалық университеті, Алматы қаласы, Қазақстан Республикасы

Аннотация: Бұл мақала кәсіпкерлік қызмет контекстіндегі сақтандыру мен тәуекелдер арасындағы байланысты зерттеуге арналған. Сақтандырудың негізгі аспектілері, оның бизнестің тұрақтылығын қамтамасыз етудегі және ықтимал шығындардан қорғаудағы рөлі талданған. Қаржылық, операциялық және стратегиялық сияқты кәсіпкерлік тәуекелдердің әртүрлі түрлері және олардың бизнес-процестерге әсері қарастырылады. Кәсіпкерлер үшін сақтандыру қажеттілігі жарияланады, тәуекелдердің белгілі бір түрлерін жеңілдетуге қабілетті сақтандыру түрлері бөлінеді. Тәуекелдерді талдауды, оңтайлы стратегияларды анықтауды және тәуекелдерді басқарудың жалпы стратегиясындағы сақтандырудың рөлін қоса алғанда, қамтуды таңдау процесі талданған.

Аннотация: Данная статья посвящена изучению взаимосвязи между страхованием и рисками в контексте предпринимательской деятельности. Анализируются ключевые аспекты страхования, его роли в обеспечении устойчивости бизнеса и защите от потенциальных убытков. Рассматриваются различные виды предпринимательских рисков, такие как финансовые, операционные и стратегические, и их воздействие на бизнес-процессы. Освещается необходимость страхования для предпринимателей, выделяются виды страхования, способные смягчить определенные виды рисков. Анализируется процесс выбора страхового покрытия, включая анализ рисков, идентификацию оптимальных стратегий и роли страхования в рамках общей стратегии управления рисками. В аннотации также отмечаются текущие тенденции в области страхования предпринимательства, такие как цифровая трансформация, страхование киберрисков и инновации в продуктах. Работа призвана предоставить комплексное понимание важности страхования в предпринимательстве и его роли в современной бизнес-среде.

Annotation: This annotation delves into the interplay between insurance and risks in the context of entrepreneurial activities. Key aspects of insurance are analyzed, highlighting its role in ensuring business resilience and shielding against potential losses. Various types of entrepreneurial risks, such as financial, operational, and strategic, are examined, exploring their impact on business processes. The necessity of insurance for entrepreneurs is elucidated, with a focus on types of insurance capable of mitigating specific risk categories. The process of selecting insurance coverage is scrutinized, encompassing risk analysis, identification of optimal strategies, and the role of insurance within an overarching risk management strategy.

Ключевые слова: страхование, добровольное страхование, риск в бизнесе, финансовая защита, условия страхования, страхование финансовых гарантий, рентабельность предприятия

Түйінді сөздер: сақтандыру, ерікті сақтандыру, кәсіпкерліктегі тәуекел, қаржылық қорғау, сақтандыру шарттары, қаржы кепілдіктерін сақтандыру, кәсіпорынның табыстылығы

Keywords: insurance, voluntary insurance, risk in business, financial protection, insurance conditions, insurance of financial guarantees, profitability of the enterprise

Сақтандыру - сақтандыру ұйымдары мен жеке заңды тұлғалар арасындағы, сондай-ақ сақтандыру ұйымдарының өздерінің арасындағы жеке және заңды тұлғалардың мүлділік мүдделерін қорғау жөніндегі құқықтық қатынастар.

Сақтандыру ерікті және міндетті нысандарда жүзеге асырылады. Ерікті сақтандыру сақтанушы мен сақтандырушы арасындағы шартқа негізделеді. Ерікті сақтандырудың ортақ шарттарын және оның жүргізілу тәртібін айқындайтын ережелерін сақтандырушы дербес айқындайды. Міндетті сақтандыру заңға сәйкес жүзеге асырылады [1, с. 65].

Қарапайым тілмен айтқанда, сақтандыру-бұл сіз компаниямен жасасатын келісімшарт сияқты. Сіз өзіңізді болашақта болуы мүмкін үлкен қаржылық шығындардан қорғау үшін аз мөлшерде ақша төлейсіз. Егер жаман нәрсе орын алса және сіздің өміріңізге, мүлкіңізге немесе денсаулығыңызға әсер етсе, сақтандыру компаниясы сізге қаржылай көмектесуге уәде береді. Мысалы, егер сізде көлік апаты болса, сақтандыру компаниясы Сіздің қалтаңыздан төлеудің орнына сіздің көлігіңізді жөндеуге ақы төлеуі мүмкін.

Осылайша, сақтандыру сізді күтпеген жағдайлар туындаған кезде қаржылық қиындықтардан қорғауға арналған.

Сақтандыру-бұл жеке тұлғалар үшін де, бизнес үшін де қаржылық басқарудың кең және маңызды аспектісі. Ол сақтандырудың көптеген салалары мен түрлерін қамтиды, соның ішінде:

- Мүлікті сақтандыру: Тұрғын үй, автомобильдер, коммерциялық жылжымайтын мүлік сияқты мүліктің бүлінуіне немесе жоғалуына байланысты шығындардан қорғау.

- Жауапкершілікті сақтандыру: Сіздің әрекетіңізден немесе әрекетіңізден туындауы мүмкін зиянды өтеу бойынша үшінші тұлғалардың талаптарынан қорғауды қамтамасыз етеді.

- Өмірді және денсаулықты сақтандыру: Сақтанушы қайтыс болған немесе ауру немесе жарақат алған кезде медициналық шығындарды төлеген жағдайда отбасына қаржылық қолдау көрсетеді.

- Жазатайым оқиғалардан сақтандыру: Жазатайым оқиғадан туындаған жарақат немесе мүгедектік үшін өтемақы береді.

- Бизнесті сақтандыру: Сақтандырудың әртүрлі түрлерін қамтиды, мысалы, пайданы жоғалтудан сақтандыру, бизнесті тоқтатудан сақтандыру, жабдықты сақтандыру және т. б.

- Автоазаматтық жауапкершілікті сақтандыру (ОСАГО): Жол-көлік оқиғасы кезінде үшінші тұлғаларға келтірілген залалды өтеуге арналған автокөлік иелерін міндетті сақтандыру.

- Киберқауіптен сақтандыру: Кибершабуылдар мен деректердің бұзылуына байланысты ықтимал қауіптер мен шығындардан қорғау.

Сақтандырудың қоғамдағы рөлі:

- Қаржылық қауіпсіздік: Адамдарды және ұйымдарды күтпеген шығындардан қаржылық қорғауды қамтамасыз етеді.

- Экономиканы ынталандыру: Сақтандыру экономикалық дамуға әсер ететін бизнестің тұрақтылығына ықпал етеді.

- Тәуекелдерді басқару: Бизнес пен жеке тұлғаларға бизнеске немесе өмірге байланысты тәуекелдерді басқаруға көмектеседі.

- Әлеуметтік қорғау: Мысалы, медициналық сақтандыру арқылы әлеуметтік қорғауды қамтамасыз етеді.

- Инвестицияларға жәрдемдесу: Сақтандыру компаниялары қаржы нарықтарын дамыта отырып, ірі инвесторлар болып табылады.

Енді, кәсіпкерліктегі тәуекел мен оны сақтандыруға тоқтала кетсем. Жалпы кәсіпкерлік тәуекелді сақтандыру - мүліктік сақтандырудың ішкі саласы. Мұнда кәсіпкердің сақтанушы ретінде іс-қимыл жасайтын келісімшарт жасасушы агенттерінің өз міндеттемелерін бұзуы себепті кәсіпкерлік қызметтен болған залалдар тәуекелін немесе кәсіпкерге байланысты емес жағдайлармен осы қызмет шарттарының өзгеруінен болған залалды өтеу көзделеді, соның ішінде күтілген кірісті толық алмай қалу қатері сақтандырылады [2, с. 149].

Кәсіпкерлік тәуекелді сақтандыру шарты бойынша тек сол сақтанушының кәсіпкерлік тәуекелі және тек соның пайдасына ғана сақтандырылуы мүмкін. Кәсіпкерлік тәуекелді сақтандыру түрлері: өндірістегі үзілістен сақтандыру; инвестицияны сақтандыру; депозитті сақтандыру; қаржы кепілдіктерін сақтандыру төлем төлеңбеу қатерін сақтандыру, экспорттық несиені сақтандыру т. б.

Кәсіпкерлікті сақтандыру - тәуекелдерді басқарудың маңызды құралы. Кәсіпкерлер өз бизнесін өрт, ұрлық, үшінші тұлғалар алдындағы жауапкершілік және басқа да тәуекелдер сияқты әртүрлі ықтимал қауіптерден сақтандыруы мүмкін. Бұл апат болған жағдайда компанияның қаржылық мүдделерін қорғауға көмектеседі.

Ұйымдар сақтандырудың әртүрлі түрлерін сатып ала алады, соның ішінде мүлікті сақтандыру, жауапкершілікті сақтандыру, жұмысшыларды сақтандыру және тіпті бизнес үзілістерінен сақтандыру. Сонымен қатар, кәсіпкерлер өз қызметінің сипатына қарай кәсіби жауапкершілікті сақтандыруды, кибер сақтандыруды және сақтандырудың басқа да мамандандырылған түрлерін қарастыра алады.

Кәсіпкерліктегі сақтандырудың рөлі:

- Қаржылық қауіпсіздікті қамтамасыз ету;
- Тәуекелдерді басқару және күтпеген оқиғалардан қорғау;
- Белгісіздік жағдайында бизнестің тұрақтылығын қамтамасыз ету.

Жалпы кәсіпкерліктегі тәуекел-бұл бизнес қызметін жүзеге асыру кезінде жоғалту немесе сәтсіздік мүмкіндігі. Ол белгісіздікпен байланысты және қаржылық шығындар, нарық жағдайындағы күтпеген өзгерістер, бәсекелестік, заңнамадағы өзгерістер, техникалық мәселелер және кәсіпорынның табыстылығына әсер етуі мүмкін басқа факторлар сияқты әртүрлі аспектілерді қамтуы мүмкін.

Кәсіпкерліктегі тәуекел әрқашан теріс қарастырылмайтынын ескеру маңызды. Көптеген кәсіпкерлер үшін тәуекел инновация мен өсуге мүмкіндік береді. Алайда, тәуекелдерді тиімді басқару және жағымсыз салдарды азайту үшін көптеген кәсіпкерлер сақтандыру, бизнес-портфельдің әртүрлілігі, тәуекелдерді талдау және т.б. қоса алғанда, тәуекелдерді басқару стратегияларына жүгінеді [3, с. 79].

Кәсіпкерліктегі тәуекел әр бизнес үшін жеке болуы мүмкін және салалық ерекшеліктер, аймақтық жағдайлар, бәсекелестік орта және тіпті кәсіпкердің жеке сипаттамалары сияқты көптеген факторларға байланысты. Тәуекелдерді түсіну және оларды тиімді басқара білу табысты кәсіпкерліктің негізгі аспектілері болып табылады.

Кәсіпкерлік тәуекелдердің түрлері:

- Қаржылық тәуекелдер: кәсіпорынның қаржылық тұрақтылығымен байланысты.
- Операциялық тәуекелдер: операциялық процестердегі ақауларға байланысты пайда болады.
- Стратегиялық тәуекелдер: дұрыс емес стратегиялық шешіммен байланысты.

Кәсіпкерліктегі тәуекелдерді басқару:

- Тәуекелдерді талдау: тәуекелдердің пайда болу ықтималдығын және олардың бизнеске әсерін бағалау.
- Тәуекелдерді басқару стратегиялары: тәуекелдердің әсерін азайту әдістерін әзірлеу.

Бизнестің алдында тұрған тәуекелдерге талдау жасау және ықтимал шығындарды азайту үшін тиісті сақтандыру өнімдерін таңдау маңызды.

Қазақстанда кәсіпкерлік және бизнес саласында қызмет көрсететін бірнеше сақтандыру компаниялары бар. Олардың кейбіреулері кәсіпкерлерге сақтандырудың әртүрлі түрлерін ұсына алады. Ұсыныстар өзгеруі мүмкін екенін ескеру маңызды, сондықтан нақты ақпарат алу үшін нақты компанияларға хабарласқан жөн. Міне, Қазақстандағы бірнеше ірі сақтандыру компаниялары:

- Nalyk Insurance: қызметтердің кең спектрін ұсынатын Қазақстандағы ірі сақтандыру компанияларының бірі.
- Eurasia Insurance Company: сақтандыру саласында ұзақ тарихы бар, әр түрлі сақтандыру өнімдерін ұсынатын Компания.
- Kazakhinstrakh: бизнес үшін сақтандырудың әртүрлі түрлерін ұсынатын тағы бір ірі сақтандыру компаниясы.
- Nomad Insurance: мүлікті және жауапкершілікті сақтандыруды қоса алғанда, бизнесті сақтандыруға маманданған.
- Kazkom Insurance (Qazaq коммерциялы сақтандыру): сақтандыру қызметтерін ұсынатын Nalyk Bank еншілес кәсіпорындарының бірі.

– ҰҚК (халықтық сақтандыру компаниясы): бизнес пен жеке тұлғаларға сақтандыру қызметтерінің кең спектрін ұсынады.

Сақтандыру компаниясын таңдамас бұрын, салыстырмалы талдау жүргізіп, клиенттердің пікірлеріне, сақтандыру шарттарына және компанияның беделіне назар аударған жөн.

Сақтандыру кәсіпорындар үшін тәуекелдерді басқаруда шешуші рөл атқарады, оларға тәуекелдердің әртүрлі түрлерімен байланысты ықтимал шығындардан қаржылық қорғауды қамтамасыз етеді [4, с. 180]. Кәсіпорындар үшін тәуекелдерді басқарудағы сақтандырудың рөлінің бірнеше негізгі аспектілері:

– Қаржылық қорғау: Сақтандыру кәсіпорынға сақтандыру жағдайы туындаған жағдайда қаржылық қолдау көрсетеді. Бұған өрт, ұрлық, табиғи апаттар және басқалар сияқты әртүрлі оқиғалардан туындаған шығындарды өтеу үшін сақтандыру полисі бойынша төлемдер кіруі мүмкін.

– Қаржылық шығындарды азайту: Сақтандыру компанияға күтпеген оқиғаларға байланысты қаржылық шығындарды азайтуға мүмкіндік береді. Бұл әсіресе кенеттен шығынға ұшырауы мүмкін шағын және орта бизнес үшін өте маңызды.

– Бизнесің тұрақтылығын қамтамасыз ету: Сақтандыру кәсіпорынның тұрақтылығын қамтамасыз етеді, бұл оған жазатайым оқиғадан кейін де жұмысын жалғастыруға мүмкіндік береді. Сақтандырусыз кәсіпорын қаржылық қиындықтарға тап болуы мүмкін, бұл клиенттердің жоғалуына, беделіне және тіпті банкроттыққа әкелуі мүмкін.

– Азаматтық жауапкершіліктен қорғау: Сақтандыру кәсіпорынға азаматтық жауапкершілік талаптарынан қорғауды қамтамасыз етеді. Егер кәсіпорын үшінші тұлғаларға зиян келтірсе, сақтандыру зиянды өтеу шығындарын жабуы мүмкін.

– Заңнаманы сақтау: Кейбір жағдайларда сақтандыру заң бойынша міндетті болып табылады (мысалы, АВТО-азаматтық жауапкершілікті міндетті сақтандыру). Сақтандыру талаптарын сақтау кәсіпорынға айыппұлдар мен заңды мәселелерден аулақ болуға көмектеседі.

– Клиенттер мен серіктестердің сенімін жақсарту: Қамтудың болуы клиенттер мен іскери серіктестердің сенім деңгейін арттыруы мүмкін. Бұл кәсіпорынның жауапты және тұрақты бизнеске дайындығын көрсетеді.

Сақтандыру әртүрлі тәуекелдерді басқарудағы кәсіпорындар үшін маңызды құрал болып табылады, бұл олардың күтпеген оқиғалардан қорғалғанын біле отырып, өз қызметіне шоғырлануға мүмкіндік береді.

Қорытындылай келе, сақтандыру бизнестің қаржылық қорғалуы мен тұрақтылығын қамтамасыз ете отырып, кәсіпкерлік үшін тәуекелдерді басқаруда маңызды рөл атқарады.

Кәсіпкерліктегі тәуекел бизнес-ортаның ажырамас бөлігі болып табылады және осы тәуекелдерді тиімді басқару кәсіпорындардың табысты және тұрақты қызметі үшін маңызды фактор болып табылады.

Сақтандыру кәсіпкерлерге табиғи апаттар, бизнесті тоқтату, жауапкершілік және басқалар сияқты әртүрлі тәуекелдерден туындаған қаржылық шығындарды азайтуға арналған құралдарды ұсынады.

Бұл сонымен қатар бизнестің тұрақтылығының маңызды элементі болып табылатын клиенттер мен серіктестердің сенімін арттыруға ықпал етеді.

Қарастырылатын негізгі аспектілерге тәуекелдерді барабар талдау, сақтандыруды дұрыс таңдау, кәсіпорынның жалпы стратегиясы шеңберінде тәуекелдерді тиімді басқару кіреді.

Тез өзгеретін экономикалық және технологиялық ортаны ескере отырып, кәсіпкерліктегі сақтандыру жаңа сын-қатерлер мен мүмкіндіктерді ескере отырып, дамуын жалғастыруда.

Алайда, сақтандырудың рөліне қарамастан, кәсіпкерлер үшін бизнес портфелін әртараптандыру, инновацияларға инвестициялау және қауіпсіздік мәдениетін қолдау арқылы тәуекелдерді басқарудың басқа әдістерін қолдану маңызды.

Тек кешенді түрде бұл тәсілдер кәсіпорындарға қиындықтарды тиімді жеңуге және динамикалық бизнес ортасында тұрақтылықты сақтауға көмектеседі.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. <https://kaz.inform.kz> сайтындағы мақаладан
2. Улучшение качества продукции, продукции, ресурсов: учеб. пособие / В.В. Ефимов - М.: КНОРУС, 2019. - 240 с.
3. Управление проектами: учеб. пособие / А.Г. Ивасенко, Я.И. Никонова -Ростов н/Д: Феникс, 2020. - 330 с.
4. Рыхтикова Н.А. Анализ и управление рисками организации / Н.А. Рыхтикова - М.: ФОРУМ, 2018. - 240 с.

Сведения об авторах

*Курматаева Айман Жалғасбековна – старший преподаватель, Казахский национальный педагогический университет имени Абая, e-mail: kurmataeva.ayman@mail.ru

**Жанболатқызы Аружан – студентка 3 курса Казахского национального педагогического университета имени Абая специальности «6В04102-Менеджмент», e-mail: zhanbolataruzhan853@gmail.com

Авторлар туралы мәліметтер

*Құрматаева Айман Жалғасбайқызы – аға оқытушы, Абай атындағы Қазақ Ұлттық педагогикалық университеті, e-mail: kurmataeva.ayman@mail.ru

** Жанболатқызы Аружан - Абай атындағы Қазақ Ұлттық педагогикалық университеті 3 курс «6В04102-Менеджмент» мамандығының студенті, e-mail: zhanbolataruzhan853@gmail.com

Information about authors

*Kurmataeva Ayman Zhalgasbakyzy - senior lecturer, Kazakh National Pedagogical University named after Abay, e-mail: kurmataeva.ayman@mail.ru

** Zhanbolatkyzy Aruzhan - 3rd year student of the Kazakh National Pedagogical University named after Abay "6B04102-Management", e-mail: zhanbolataruzhan853@gmail.com

БИЗНЕС-ЖОСПАР БИЗНЕСТІ БАСҚАРУ ҚҰРАЛЫ РЕТІНДЕ

Құрмантаева А.Ж.¹, Тастан Д.Ж.²

^{1,2}Абай атындағы Қазақ Ұлттық педагогикалық университеті, Алматы қаласы, Қазақстан Республикасы

Аннотация. «Бизнес-жоспар бизнесті басқару құралы ретінде» мақаласы бизнес-жоспардың кәсіпті және бизнесті басқарудың негізгі құралы ретіндегі маңыздылығы туралы жан-жақты шолу ретінде ұсынылған. Мақалада стратегиялық жоспарлаудағы, ресурстарды басқарудағы және тәуекелдерді болжаудағы бизнес-жоспардың рөлі қарастырылған. Бизнес-жоспардың компанияның мақсаттарын анықтауға, негізгі нарықтық тенденцияларды көрсетуге және ресурстарды тиімді пайдалануды қамтамасыз етуге қалай көмектесетініне маңызды назар аударылады. Мақалада сондай-ақ бизнес-жоспар тәуекелдерді басқаруға және ұйымдық шешім қабылдауға қалай ықпал ететіні ашып жазылған.

Түйінді сөздер: кәсіпорын ресурстарын басқару, бизнес-жоспар, ықтимал тәуекелдер, бәсекелестік орта, объективті бағалау, нарық сегменті, ресми құжат

Аннотация. Статья «Бизнес-план как инструмент управления бизнесом» предлагает всесторонний обзор важности бизнес-плана как основного инструмента управления в бизнесе и в предпринимательстве. Статья рассматривает роль бизнес-плана в стратегическом планировании, управлении ресурсами и прогнозировании рисков. Значительный акцент делается на том, как бизнес-план помогает определить цели компании, выделить ключевые рыночные тенденции и обеспечить эффективное использование ресурсов. Статья также обсуждает, как бизнес-план способствует управлению рисками и принятию организационных решений.

Ключевые слова: управление ресурсами предприятия, бизнес-план, потенциальные риски, конкурентная среда, объективная оценка, сегмент рынка, официальный документ

Annotation. The article «Business Plan as a Business Management Tool» offers a comprehensive overview of the importance of a business plan as a key management tool in business. The article examines the role of a business plan in strategic planning, resource management and risk forecasting. Significant emphasis is placed on how the business plan helps define the company's goals, highlight key market trends, and ensure the efficient use of resources. The article also discusses how a business plan contributes to risk management and organizational decision making. With its help, readers will gain a complete understanding of the value of a business plan as an integral element of successful business management.

Keywords: enterprise resource management, business plan, potential risks, competitive environment, objective assessment, market segment, official document

Бизнес-жоспар бизнесті табысты басқаруда шешуші рөл атқарады, басқарудың стратегияларының егжей-тегжейлі сипаттамасын ғана емес, сонымен бірге ықтимал тәуекелдері мен мүмкіндіктерін ашады. Бұл мақалада бизнес-жоспардың басқару құралы ретіндегі маңыздылығы және оның кәсіпкерлік қызметтің әртүрлі аспектілеріне әсері қарастырылады.

Негізінен, бизнес-жоспар кәсіпорынның миссиясын, мақсаттарын және бәсекелестік артықшылықтарын анықтауға көмектесетін стратегиялық жоспарлауға арналған нұсқаулық ретінде қызмет етеді. Ол сондай-ақ негізгі табыс факторларына назар аударуға мүмкіндік

беретін бизнесті дамыту және өсу стратегияларын әзірлеуге арналған нұсқаулық ретінде әрекет етеді. Бұған қоса, кәсіпорын ресурстарын басқару үшін бизнес-жоспар белсенді түрде қолданылады. Бизнес-жоспар ықтимал мәселелерді белсенді түрде бағалау және олардың алдын алу стратегияларын әзірлеу арқылы тәуекелдерді басқаруда маңызды рөл атқарады. Ол сондай-ақ сыртқы ортадағы өзгерістерге дайындықты қамтамасыз ететін резервтік жоспарлар мен балама сценарийлерге назар аударады.

Бизнес-жоспар - бұл кәсіпорынды жоспарлау, іске қосу және дамыту процесінде қолданылатын бизнесті басқарудың негізгі құралдарының бірі. Ол нарықта табысқа жету үшін қажетті мақсаттардың, стратегиялардың және әрекеттердің егжей-тегжейлі сипаттамасын ұсынады. Бизнес-жоспардың маңыздылығы - бұл бизнес иелері мен басшыларына табысқа жету жолын нақты анықтауға, ықтимал проблемалар мен тәуекелдерді анықтауға және оларды жеңу жолдарын қарастыруға көмектесуінде [1, с. 147].

Ең алдымен бизнес-жоспар стратегиялық жоспарлаудың негізі болып табылады. Ол кәсіпорынның миссиясы мен мақсаттарын анықтауға, негізгі нарықтық тенденцияларды және бәсекелестік артықшылықтарды көрсетуге, бизнесті дамыту мен өсу стратегиясын әзірлеуге мүмкіндік беретінін атап өткен жөн. Бизнес-жоспарсыз бизнес өз мақсаттары мен стратегиялық бағыты туралы нақты көзқарасын жоғалтуы мүмкін, бұл ақыр соңында ресурстарды нашар басқаруға және бизнес шешімдерінің дұрыс қабылданбауына алып келеді.

Сонымен қатар, бизнес-жоспар кәсіпорын ресурстарын басқарудың негізгі құралы ретінде қарастырылады. Ол кәсіпкердің немесе кәсіпорынның мақсаттарына жету және тапсырмаларды орындау үшін қажетті қаржылық, материалдық және адам ресурстарын бағалауға мүмкіндік береді. Бюджеттерді әзірлеу, сатып алу жоспарларын жасау және қызметкерлерді жалдау арқылы бизнес-жоспар ресурстарды ұтымды және тиімді пайдалануға ықпал етеді, бұл қаржылық тұрақтылыққа қол жеткізу және пайданы арттыру үшін маңызды. Бизнес-жоспар тәуекелдерді болжау және басқарудың да негізгі құралы болып табылады. Нарықтың, бәсекелестік ортаның, тұтынушылардың қалауы мен экономикалық үрдістердің талдауын жүргізу бизнес үшін ықтимал қауіптер мен мүмкіндіктерді анықтауға, сондай-ақ оларды басқару шараларын әзірлеуге мүмкіндік береді. Бизнес-жоспардың көмегімен кәсіпорындар ықтимал тәуекелдерді болжай отырып, оларды азайту немесе болдырмау шараларын қолдана алады.

Егер сыртқы қаржыландыру талап етілсе, шебер және мұқият құрастырылған бизнес-жоспар, жобаны объективті бағалауға қызығушы адамдарды қажетті ақпараттармен қамтамасыз етеді. Оны көптеген кредиторларды қанағаттандыратын қаржы өтінішіне тез айналдыруға болады.

Бизнес – жоспардың құндылықтары ретінде:

- бәсеке жағдайында болашақ кәсіпорының өмір сүруін анықтау мүмкіндігін беруі;
- кәсіпорынды құру кезеңінде бизнесмен сәйкес әрекет ететін бағыттарды көрсетуі;
- сыртқы инвесторлардан қаржылық көмек алудың маңызды құралы бола

алатындығы қарастырылады [2, с. 103].

Бизнес-жоспар әдетте 3-5 жылға арналып құрылады. Бизнес-жоспар жасау кәсіпкерлерге мыналарды білу үшін қажет:

Біріншіден, бизнес-жоспар жасау кәсіпорындарға қызмет барысында барлық ұсақ-түйекке дейін есепке алуға, күшті және әлсіз жақтарын анықтауға, сөйтіп тиімді бағыт таңдауға мүмкіндік береді.

Екіншіден, бизнес-жоспар кәсіпорынның қызметін басқару құралы болып табылады. Сонымен бірге жоспарланған нәтижеге жетуге, туындаған мәселелерді айқындап, оларды шешудің кешенді шараларын анықтауға көмектеседі. Сөйтіп, ол «Нені, кім үшін өндіру қажет» деген сұраққа жауап табады.

Үшіншіден, бизнес-идеяны жүзеге асыруға қажетті қаражат кәсіпкерде барлық уақытта бола бермейді. Әріптестерін қызықтыру үшін, керекті несиені алу үшін немесе инвесторларды тарту үшін – оларға толық бизнес-жоспарды ұсыну қажет. Ал, іскер әріптес қашанда шынайы негізделген нақты есепті талап етеді.

Шаруашылық салаларының ерекшеліктеріне байланысты және нақты жағдайларға қарай (өндіріс көлемі, өнім және қызмет түрлері) жоспардың құрамы мен құрылымында айырмашылықтар болуы мүмкін, бірақ мазмұны бір тектес болуы керек.

Бизнес-жоспар құрудан бұрын, жоспардың мақсаты ашық болуы тиіс. Атап айтқанда:

1) Сіз өнім өндіруді қалай ұйымдастырмақшысыз және оны жан-жақты таңдадыңыз ба?

2) Несие алмай-ақ өндірісті жүргізе аласыз ба?

Егер банктен несие алмақ болсаңыз, онда мыналар қажет:

– Қанша ақша аласыз?

– Ол ақша не үшін қажет? Ол ақшаны қашан, қалай қайтарасыз?

Бизнес-жоспарды кәсіпкердің өздері құру керек десекте, осы жұмыс барысында, бухгалтерлік, кеңесшілердің кәсіби білімін пайдаланса, сондай-ақ, осы үдеріске тікелей қатыспайтындардың да ескертпелерін есепке алса пайдалы жағы өте көп болған болар еді. Өйткені, кәсіпкерлердің ұсақ-түйек деп қараған мәселелерінің өзі, кәсіби мамандар көзімен кең көлемді мәселе болуы мүмкін. Мүдделі тұлғалар (инвесторлар, банктер) жобаны іске асыруға ақша жұмсаудан бұрын бизнес-жоспарды шын пейілмен оқып, зерттейді. Сондықтан, жоспар жасаушылар шынайы бағытты ұстау керек те, ал кәсіби мамандар осы үдерістің дәнекері бола алады. Сонымен бірге, мүдделі тұтынушылардан түсетін сұрақтарға нақты жауаптар дайындау керек, егер ол жауаптар бизнес жоспардың өзінде көрініп тұрса тіпті жақсы. Егер кәсіпкер өз жұмысын жақсы талдай білсе, бизнес-жоспар жазу өте қиын шаруа емес. Дегенімен, жинақталған ақпараттарды салыстырмалы бағалау бойынша анықтауда қиындықтар кездеседі. Осындай жағдайларда да кәсіби мамандардың көмегі тиеді.

Мақалада бизнес-жоспар жайлы толық қамтып өту үшін, бизнес-жоспарды құрастыру мен дайындаудың технологиясына көңіл бөліп, бизнес-жоспар құрылымы жайлы айтып өткен жөн.

Бизнес-жоспардың негізгі элементері: мұқаб, кіріспе білім (жобаның түйіні), аналитикалық білім, мазмұнды білім (жобаның мәні) және фирма ішіндегі жоспарлау білімдері болып табылады.

Бизнес-жоспарлаудың негізі кезеңі – бұл жобаны бастаушының бағалауы:

– өнім (қызмет көрсету) мүмкіндігі, қажеттігі және көлемі;

– әлеуетті тұтынушылар;

– сыртқы және ішкі нарықтағы өнімнің бәсекелестік қабілеті;

– өз нарық сегменті;

– тиімділіктің (коммерциялық, аймақтық, бюджеттік) әр түрлерінің көрсеткіштері;

– бизнес идеяны бастаушыда капиталдың және қаржыландырудың мүмкіндік көздерінің жеткіліктілігі.

Бизнес-жоспардың ең айқын үлгілерінің бірі Горфинкель В.Я., Поляк Г.Б., Швандар В. А., көзқарасы бойынша жасалған бизнес-жоспар болып саналады. Құрамына жеті бөлім енетін бизнес-жоспар нұсқасы [3, с. 287]:

Бөлім 1. «Кәсіпкерлік келісім мақсаттары және міндеттері». Кәсіпкерлік бизнестің басты мақсаты – пайда алу. Ойдағы келісімді жоспарланғанда, алдымен қандай сомадағы алуға болатынын анықтап, жобаның қалаулы пайда әкелу қабілетіне көз жеткізу керек.

Бөлім 2. «Бизнес-жоспардың жалпылама түйіні, негізгі параметрлері және көрсеткіштері жиынтық болып табылады және жоспардың негізгі идеяларын және мазмұнын кішігірім түрде ұсынады».

Бөлім 3. «Кәсіпкердің тұтынушыға ұсынатын өнім, тауар, қызмет көрсету сипаттамасы».

Бөлім 4. «Өткізу нарығының конъюктурасын, сұранымды, сату көлемін талдау және бағалау» - қажеттілікті зерттеу және бағаны болжаудың тікелей жалғасы.

Бөлім 5. «Әрекеттер жоспары (бағдарламасы) және ұйымдастырушы шаралары» көбінесе Кәсіпкерлік қызмет (өндірістік, коммерциялық, қаржылық) түріне байланысты.

Бөлім 6. «Келісімді ресурспен қамтамасыз ету» Кәсіпкерлік жобаны жүзеге асыру үшін қажет ресурс түрлері мен көлемдері туралы, ресурстарды алу көздері мен әдістері туралы туралы мәліметтер болады.

Бөлім 7. «Келісім тиімділігі» бизнес-жоспарды аяқтайтын білім. Кәсіпкерлік келісім тиімділігінің жиынтық сипаттамасы келтіріледі. Тиімділіктің жиынтық көрсеткішінді – алдымен келісімнің пайда және рентабельдік көрсеткіштері. Одан басқа әлеуметтік және ғылыми-техникалық тиімділік (жаңа ғылыми нәтижелерді алу) ескеріледі. Бұл бөлімде кәсіпкерлік келісімінің ұзақ мерзімді әсерін талдау орынды.

Бизнес-жоспар – бұл ресми құжат. Оны жазуға үлкен сұрақтар шеңбері бойынша біршама сенімді ақпараттар жинау керек. Бұл ақпараттардың көлемі сіздің бизнеске кіру шамасы мен оның дамуы бойынша үнемі өседі. Сондықтан бір бизнес-жоспардың екі түрі болған орынды.

Бизнес – жоспардың бірінші түрі – ресми қысқа (50 бетке дейін) болады. Онда қағазда сіздің бизнесіңіздің өткені, қазіргісі және болашағы баяндалады. Ол жалпы мақсат болу үшін фирма болашақ әріптестеріне, инвесторларына, менеджерлеріне және акционерлеріне қажет. Онда әдетте есептеулердің мынадай нұсқалары бар: оптимистік, пессимистік және шынайы.

Бизнес – жоспардың екінші түрі кәсіпорының бірінші тұлғасы үшін жоспарды жасаушылар және кеңес берушілер үшін күнделікті жұмыс құжаты. Онда жұмыс ақпараттық материал жиналады. Ол жұмыс бизнес-жоспары деп аталады және мүмкіндік береді:

- Ресми бизнес-жоспардың маңыздылығын көтеруге;
- Жаңа іс шынайы басталғанға дейін әрекеттер бағдарламасын құруға;
- Пайда болатын мәселелерді шешудің мүмкін нұсқаларын бөлшектеп қарау осылайша сіз оларды болашақта жеңе алатын жағдайда боласыз, ресми бизнес-жоспардағы қателіктерден құтылу үшін, дұрыс шешім қабылдауға дайын боласыз;
- Алдын – ала бизнестегі екі негізгі тәуекел түрін танып бағалауға: ішкі тәуекел (персонал, материалдардың сақтандыру қоры) оны сіз бақылай аласыз және сыртқы тәуекел (экономика, жаңа заңдылық), яғни сіз оны өзгерте алмайсыз;
- Мониторинг негізінде сыртқы және ішкі ортадағы тұрақты өзгерістерді есепке алып, істің жағдайын мұқият бақылауды жүзеге асыруға;
- Қажет шамада ресми бизнес-жоспарды жетілдіру, түзету кезінде анықтама ретінде қызмет етуге.

Бизнес-жоспар құрау көптеген кәсіпкерлерге күрделі процесс және олар бұл процесте әртүрлі қателіктер жіберуі мүмкін. Бизнес-жоспарларды құру кезінде жиі жіберілетін кейбір қателіктер және оларды шешу жолдарын қарастырып өтсек:

1. Бәсекелестікті дұрыс бағаламау беру: Кейбір бизнес-жоспарлар бәсекелестік ландшафтты ескермеуі мүмкін, бұл бәсекелестік қауіптерді дұрыс бағаламауға және өнімді немесе қызметті орналастыруда дәлдіктің болмауына әкелуі мүмкін. Бұл мәселенің шешімі: мақсатты аудиторияны, бәсекелестерді, сұранысты және трендтерді талдауды қамтитын нарықты мұқият зерттеу. Сенімді ақпаратты алу үшін әртүрлі дерек көздерін пайдалану қажет.

2. Мақсаттар мен стратегияның айқын анықтамасының болмауы: Кейбір кәсіпкерлер өздерінің мақсаттары мен бизнес стратегияларын түсінбеуі немесе нақты ұғынбауы мүмкін, бұл мақсаттарғы назар аудару мен олардың орындалуын тежейді. Шешім ретінде: мақсаттарды, тактикаларды, маркетинг және сату жоспарларын қамтитын нақты және бизнесті тура дамыту стратегиясын анықтауды қарастыруға болады. Табыс факторлары мен тәуекелдерін анықтау үшін «SWOT талдауын» жүргізу де тиімді.

3. Толық емес қаржылық жоспарлау: Кейбір бизнес-жоспарлар толық емес немесе негізсіз қаржылық болжамдарды қамтуы мүмкін, сондай-ақ бастапқы капиталға қойылатын талаптар, операциялық шығындар және ақша ағыны сияқты маңызды аспектілерді елемейді. Шешім: Бизнес-жоспарыңызға барлық операциялық шығындарды, бастапқы капиталды, ақша ағынын және басқа да қаржылық аспектілерді ескере отырып, нақты қаржылық болжамдарды қосыңыз. Қаржылық деректеріңіз бен болжамдарыңыздың дәлдігін қамтамасыз ету үшін мамандарды тарту да оң әсерін тигізеді.

4. Шамадан тыс оптимизм: Кейбір бизнес-жоспарлар компанияның болжанған сатылымы, пайдасы және өсуі туралы тым оптимистік болуы мүмкін. Бұл тәуекелдерді және ықтимал кедергілерді жете бағаламауға әкелуі мүмкін. Шешім: Болжамдарыңыз бен бағалауларыңызда шынайы болыңыз. Бірнеше сценарийді, соның ішінде оптимистік, пессимистік және негізгі жағдайларды елестетіп көріңіз, осылайша сіз әртүрлі жағдайларға дайын бола аласыз.

5. Нарықтық зерттеулердің жеткіліксіздігі: Негізгі қателіктердің бірі – мақсатты аудиторияны, бәсекелестерді, әлеуетті сұранысты және нарықтық ортаның басқа аспектілерін жеткіліксіз зерттеу. Бұл нарық әлеуетін жете бағаламауға немесе асыра бағалауға әкелуі мүмкін.

Қорытындылай келе, бизнес-жоспар мақсаттар мен стратегияларды нақты анықтауды, ресурстар мен тәуекелдерді басқаруды қамтамасыз ететін бизнесті басқарудың ажырамас құралы болып табылады деу қате болмас. Ұзақ мерзімді перспективада кәсіпорынды табысты басқаруды қамтамасыз ету үшін бизнес-жоспарды құруға, жаңартуға және пайдалануға тиісті назар аудару маңызды. Сонымен, бизнес-жоспар – бұл кәсіпкерлердің мақсаттарына жетіп, пайда табуы үшін стратегия мен іс-қимыл жоспарын жасауға, ресурстарды тиімді пайдалануға, тәуекелдерді болжауға және басқаруға мүмкіндік беретін бизнесті басқарудың маңызды құралы. Ол кәсіпорынға нарықтағы өзгерістерге дайын болуға көмектеседі және негізделген басқару шешімдерін қабылдауға негіз береді.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі

1. Бизнес-план на 100%. стратегия и тактика эффективного бизнеса. Ронда Абрамс, Альпина-Паблицер, М., 560 б. - 2020.

2. Бизнес-планирование в предпринимательской деятельности. В.Е.Шкурко, Н.Ю.Никитина, Изд. – Уральский университет, Екатеринбург, 172 б. - 2016.

3. Предпринимательство. Учебник для студентов ВУЗов - Горфинкель В. Я., Швандар В. А., Поляк Г. Б. Юнити-Дана, М., 689 б. - 2017.

Сведения об авторах

*Курматаева Айман Жалғасбековна – старший преподаватель, Казахский национальный педагогический университет имени Абая, e-mail: kurmantaeva.ayman@mail.ru

**Тастан Дана Жомартовна – студентка 3 курса Казахского национального педагогического университета имени Абая специальности «6В04102-Менеджмент», e-mail: tastand99@gmail.com

Авторлар туралы мәліметтер

*Курматаева Айман Жалғасбайқызы – аға оқытушы, Абай атындағы Қазақ Ұлттық педагогикалық университеті, e-mail: kurmantaeva.ayman@mail.ru

**Тастан Дана Жомартқызы - Абай атындағы Қазақ Ұлттық педагогикалық университеті 3 курс «6В04102-Менеджмент» мамандығының студенті, e-mail: tastand99@gmail.com

Information about authors

*Kurmataeva Ayman Zhalgasbakyzы - senior lecturer, Kazakh National Pedagogical University named after Abay, e-mail: kurmantaeva.ayman@mail.ru

**Tastan Dana Zhomartovna - 3rd year student of the Kazakh National Pedagogical University named after Abay "6B04102-Management", e-mail: tastand99@gmail.com

**ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДАҒЫ БАҒАЛЫ ҚАҒАЗДАР
НАРЫҒЫ: АҒЫМДАҒЫ ЖАҒДАЙЫ ЖӘНЕ ДАМУ БОЛАШАҒЫ**

Сапарбаева А.М.¹, Асарбаева А.М.²

^{1,2}Абай атындағы ҚазҰПУ, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

Аңдатпа. Бағалы қағаздар нарығы-бұл нарықта айналымға түсетін және мүлкітік қатынастарды көрсететін ерекше тауар. Бағалы қағаздарды сатып алуға, сатуға, беруге, кепілге қоюға, сақтауға, мұраға қалдыруға, беруге, айырбастауға болады. Олар акшаның жеке функцияларын орындай алады (төлем құралы, есеп айырысу). Бірақ акшадан айырмашылығы олар жалпыға бірдей балама бола алмайды.

Бұл мақалада Қазақстан Республикасындағы бағалы қағаздар нарығының ағымдағы жай-күйіне шолу жасалды және оның дамуына әсер ететін факторларға талдау жүргізілді. Сондай-ақ бағалы қағаздар эмитенттері сияқты нарық қатысушылары қарастырылады, сондай-ақ мемлекеттің рөлі бағаланады. Жұмыста әлеуетті сын-қатерлер мен мүмкіндіктерді қоса алғанда, нарықты дамыту перспективаларына баса назар аударылады

Түйін сөздер: бағалы қағаздар, акция, облигация, биржа, АҚ, қор нарығы

**РЫНОК ЦЕННЫХ БУМАГ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН: ТЕКУЩЕЕ
СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

Сапарбаева А. М.¹, Асарбаева А.М.²

^{1,2}ҚазНПУ имени Абая, г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация. Рынок ценных бумаг-это особый товар, который циркулирует на рынке и отражает отношения собственности. Ценные бумаги могут быть куплены, проданы, заложены, сохранены, завещаны, обменены. Они могут выполнять отдельные функции денег (платежные, расчетные средства). Но в отличие от денег, они не могут быть универсальной альтернативой.

В данной статье дается обзор текущего состояния рынка ценных бумаг в Республике Казахстан и анализируются факторы, влияющие на его развитие. Как и эмитенты ценных бумаг, рассматриваются участники рынка и оценивается роль государства. Работа сосредоточена на перспективах развития рынка, включая потенциальные проблемы и возможности

Ключевые слова: ценные бумаги, акции, облигации, биржа, АО, фондовый рынок.

**SECURITIES MARKET IN THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN: CURRENT STATE AND
PROSPECTS OF DEVELOPMENT**

Saparbayeva A.M.¹, Asarbayeva A.M.²

^{1,2} Abai KazNPU, Almaty, Republic of Kazakhstan

Annotation. The securities market is a special commodity that circulates in the market and reflects ownership relations. Securities can be bought, sold, mortgaged, preserved, bequeathed, bequeathed, exchanged. They can perform separate functions of money (payment, settlement funds). But unlike money, they cannot be a universal alternative

This article provides an overview of the current state of the securities market in the Republic of Kazakhstan and analyzes the factors affecting its development. Like issuers of securities, market

participants are considered and the role of the state is evaluated. The work focuses on the prospects of market development, including potential problems and opportunities

Keywords: securities, stocks, bonds, stock exchange, JSC, stock market.

Бағалы қағаздар нарығы бүгінде ел экономикасын дамытудың маңызды бағыттарының бірі болып табылады. Бағалы қағаздар нарығының дамуы оң тенденциялармен сипатталады және ұзақ мерзімді базалық факторлар жүйесінің тепе-теңдік жағдайы аясында жүреді, оның ішінде валюта бағамының тұрақты динамикасы және инфляцияның салыстырмалы түрде төмен деңгейі жатады. Сонымен, бағалы қағаз-бұл экономикалық қызметте қолдануға арналған көптеген құжаттар. Сонымен бірге, олар өздеріне ортақ бір белгімен біріктіріледі - оларда көрсетілген мүлктік құқықты іске асыру үшін оларды ұсыну қажеттілігі. Қазақстан Республикасында бағалы қағаздарды орналастыру әдетте ҚР Қаржы министрлігі немесе ҚР Ұлттық Банкі арқылы жүзеге асырылады [1].

Бағалы қағаздардың негізгі түрлерін қарастырып, олардың қысқаша анықтамаларын берейік. Бағалы қағаздар бірнеше түрге бөлінеді:

1) кірісті төлеу бойынша қарыз және үлестік бағалы қағаздар. Бағалы қағаздар бойынша кірістер қарызды нақты пайызбен, ал қарыздың күрделі негізгі бөлігін болашақта белгіленген уақытта өтеуді көздейді. Үлестік бағалы қағаздар немесе акциялар деп аталады. Акциялар оның иесінің корпорация меншігіндегі үлесін көрсетеді және иесіне шексіз дивиденд түрінде табыс әкеледі. Ал бағалы қағаздардың басқа түрлері борыштық және үлестік түрлерден туындайды.

2) Бағалы қағаздар эмитенті. Олардың эмитенттері мемлекеттік, жергілікті әкімшіліктер, корпорациялар, қаржы институттары және басқа да заңды тұлғалар болуы мүмкін. Эмитенттерге байланысты үлестік және борыштық бағалы қағаздар мынадай түрлерге бөлінеді:

1) қазынашылық немесе Қаржы министрлігі Үкімет атынан шығаратын бағалы қағаздар. Бұл қағаздар ең сенімді болып табылады. Себебі оның төлемін мемлекеттік бюджет қаражаты қамтамасыз етеді. Бұл бағалы қағаздардың ең көп таралған түрлері - қазынашылық вексельдер мен қазынашылық облигациялар. Мемлекеттік меншіктегі кәсіпорындар көбінесе облигациялар түрінде бағалы қағаздар шығарады.

2) жергілікті әкімшіліктер мен олардың меншігіндегі кәсіпорындардың бағалы қағаздары. Оларды төлеуді қамтамасыз ететін жергілікті салықтар және Үкіметтің белгілі бір іс жобасына берген субсидиялары.

3) қаржы институттары мен корпорацияларының, яғни акциялар мен облигациялар түріндегі ашық үлгідегі акционерлік қоғамдардың бағалы қағаздары. Оларды өндірістік, құрылыс, сауда, жол қатынасы кәсіпорындары және олардың жанында коммерциялық банктер, сақтандыру және инвестициялық компаниялар, зейнетақы қорлары шығарады.

4) банктердің бағалы қағаздары – депозиттік сертификаттар, чектер және банктің басқа да қарыз міндеттемелері.

5) кәсіпкерлердің бағалы қағаздары-коммерциялық вексельдер, фьючерстік шарттар және капитал арасындағы қағаздар.

Мақаланың *мақсаты*-ҚР бағалы қағаздар нарығының қазіргі жағдайын талдау және даму факторларын талқылау.

Зерттеудің теориялық, статистикалық және ақпараттық негізі ретінде отандық бағалы қағаздар нарығын дамытуға арналған ғылыми еңбектер жұмыстары, ҚР-ның бағалы қағаздар нарығы туралы мемлекеттік реттеу туралы заңнамалық актілері мен нормативтік құжаттары, ҚР-ның статистика жөніндегі Агенттігінің анықтамалық материалдары мен ҚР ҰБ статистикалық деректері және бүгінгі күнгі бағалы қағаздар нарығы жүйесінің дамуы жайлы сұрақтарды қамтитын баспасөз басылымдарындағы мақалалар қарастырылады.

Мақаланы жазу барысында статистикалық, аналитикалық, әдеби деректер қолданылды. Келесі әдістер қолданылды: аналогия, синтез, экономикалық және статистикалық

Қазақстандағы бағалы қағаздар нарығы тәуелсіздік және нарықтық экономиканы құру кезеңінде белсенді дамымаған және сарапшылар бастапқыда болжаған әлеуетті іске

асырған жоқ. Негізінен отандық нарықта мемлекеттің, квазимемлекеттік және жеке сектордың борыштық бағалы қағаздары эмиссияланады және айналысқа түседі. Мәселен, 2018-2022 жылдары KASE-де сауда-саттықтың жалпы көлеміндегі бағалы қағаздар нарығының жиынтық үлесі (МБҚ-мен мәмілелерді және корпоративтік облигацияларды ескере отырып) орта есеппен 4,3%-ды құрады. Сонымен қатар, бағалы қағаздардың жалпы көлемінде акциялардың үлесі шамалы. Мәселен, 2022 жылдың қорытындысы бойынша МБҚ сауда – саттық көлемі 6,0 трлн теңгені, корпоративтік облигациялар – 2,5 трлн теңгені, ал акциялар нарығы-0,3 трлн теңгені құрады [2].

Мемлекет тарапынан акциялар нарығының дамуына серпін беру үшін мерзімді түрде ауқымды шаралар қабылданды, мысалы, 2005 жылы Алматы өңірлік қаржы орталығын (АӨҚО) іске қосу, 2018 жылы АХҚО (Астана халықаралық қаржы орталығы) болып қайта құрылды, 2011 жылы жарияланған "Халықтық IPO" (Initial Public Offering) бағдарламасы. Осыған қарамастан, әзірленген тұжырымдамаға сәйкес АӨҚО әлеуетін толық көлемде пайдалану мүмкін болмады, өйткені орталықтың ұсынылған жұмыс форматы – мемлекеттік органдарға қарамастан, инвесторлар үшін кең мүмкіндіктері бар және халықаралық құқыққа сәйкес, ағылшын тілінде жұмыс істейтін жеке сотпен – іс жүзінде жүзеге асырылмады. Осылайша, инвесторлардың АӨҚО-ға деген сенімін төмендеткен негізгі факторлардың бірі ағылшын континенттік құқығы негізінде жұмыс істейтін соттың орнына жергілікті аудандық соттың мәмілелерге қатысушылар арасындағы дауларды қарауы болды. Болашақта бұл кемшілік АХҚО іске қосу кезінде ескерілді, алайда шетелдік инвесторлар үшін қазақстандық қор нарығының тартымдылығын төмендететін жекелеген аспектілер әлі де бар.

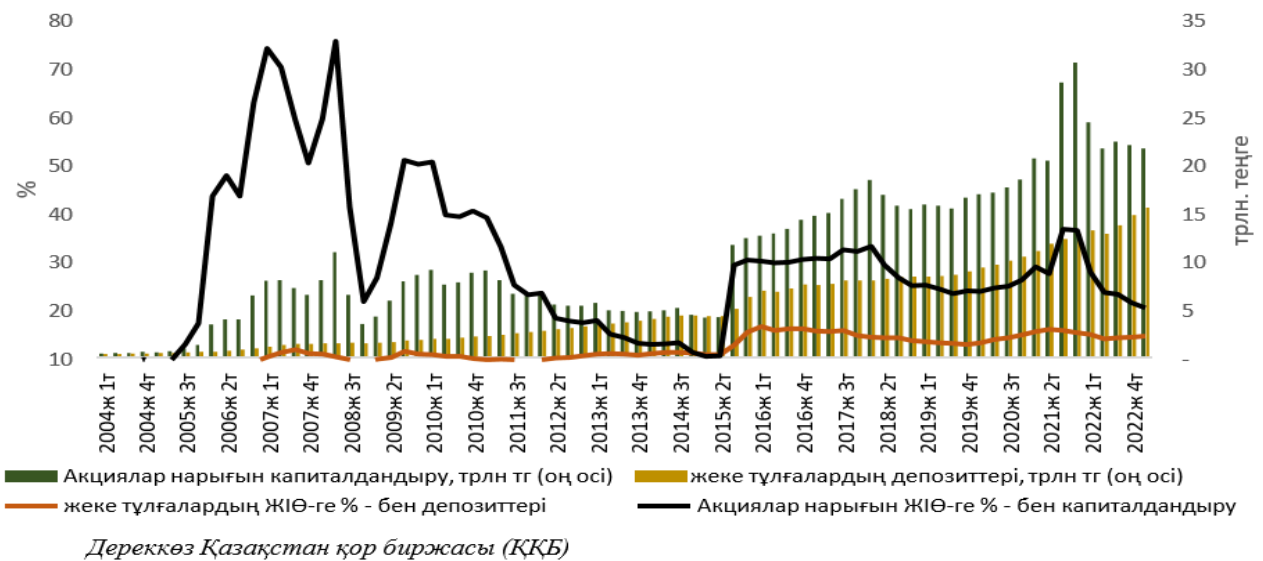
Елдегі акцияларды ұстаушылардың кең тобын қалыптастыру, мемлекеттің экономикадағы үлесін төмендету және квазимемлекеттік сектор субъектілеріне ашықтық пен қоғамдық бақылау дәрежесін арттыру үшін мемлекеттің тағы бір шарасы "Халықтық IPO" іске асыру болды. 2018 жылға дейін жүргізілген "ҚазМұнайГаз" Барлау Өндіру" АҚ, "Қазақтелеком" АҚ, "ҚазТрансОйл" АҚ алғашқы жария орналастыруларының қорытындыларын талдай отырып, сарапшылар олардың барлығы шынымен де "халықтық" емес екенін атап өтті. Бұдан басқа, жаңа акционерлердің күтулері жоғары болды (мысалы, 2006 жылы IPO-ға шыққан "Қазақтелеком" АҚ акциялары 2007 жылғы 4 тоқсаннан бастап орналастыру бағасынан төмен түсті, тек 2018 жылы компанияның баға белгілеулері биржаға шығу деңгейінен асып түсті). Жалпы, жоғарыда аталған "Халықтық IPO" міндеттері шешілмеген және Қазақстан үшін өзекті болып қала береді.

Сонымен қатар, Бірыңғай жинақтаушы зейнетақы қорын құру туралы шешім қабылдау "Халықтық IPO" бағдарланған қаржы нарығына қатысушылардың тұтас тобын алып тастады. Бұған дейін жеке жинақтаушы зейнетақы қорлары (бұдан әрі – ЖЗҚ) қайталама бағалы қағаздар нарығы өтімділігін қолдады, орналастырылғаннан кейін акциялардың неғұрлым барабар нарықтық құнын белгілеуге және акциялар бағасының құбылмалылығын төмендетуге ықпал етті. Жеке ЖЗҚ нарығынан кетуімен биржа мүшелерінің саны азайды және ішкі қор нарығындағы белсенділіктің біртіндеп төмендеуі байқалды.

IPO-ны бірқатар ірі ұлттық компаниялар өткізуі жоспарланған болатын, бірақ бұл процесті олардың бірнешеуі ғана жүзеге асырды. Тіпті ең дайын компанияларды IPO-ға шығарудың мүмкін болмауы нақты сектордағы компанияларда келесілер болуы мүмкін деп болжайды: активтердің сапасына қатысты мәселелер, корпоративтік басқарудың әлсіз деңгейі, әлеуетті эмитенттердің акционерлерінің мөлдір емес құрылымы. Осыған қарамастан, 2022 жылғы желтоқсанда "ҚазМұнайГаз" ҰК АҚ IPO өткізу цифрлық технологияларды белсенді пайдалану жағдайында айтарлықтай табысты болды. Компания орналастырылған жай акциялардың жалпы санының тек 3% сата отырып, 153 млрд теңгеден астам қаражат тартты, бұл ретте жеке және заңды тұлғалар ұсынылған акциялардың көлемін іс жүзінде тең дәрежеде сатып алды (тиісінше 48,5% және 47,2%).

Қор нарығының құралдарымен салыстырғанда елдегі банктік өнімдер кең таралған, ал жинақтау құралы ретінде депозит дәстүрлі түрде орташа табысы бар бөлшек инвесторлардың көпшілігіне түсінікті және қол жетімді, қорғалған және соңғы жылдары өте жоғары

(инфляцияға қатысты) кірістілікке байланысты таңдалады (1-сурет).



1-сурет. Жеке тұлғалардың депозиттері және акциялар нарығын капиталдандыру, трлн теңгеге (оң ось) және ЖІӨ-ге %

Акциялар нарығын капиталдандыру абсолютті түрде жоғары болса да, депозиттердің динамикасы жеке тұлғалардың акциялар нарығын капиталдандырумен салыстырғанда аз құбылмалы және тұрақты өсу тенденциясына ие. 2021 жылдың екінші жартысында акциялар нарығын капиталдандырудың жеделдетілген өсуі байқалды, алайда кейіннен депозиттер көлемінің өрлемелі динамикасын сақтай отырып, көрсеткіштің төмендеу үрдісі болды [3].

2018 жылы листинг рәсімінен 18 эмитенттің 21 акция шығарылымы өтті (2017 жылы 11 жаңа листинг), оның ішінде 13 жаңа эмитенттің 14 шығарылымы ("Әскер Мұнай Эксплорэйшн" АҚ, "БанкЦентрКредит" АҚ, "Қазатомөнеркәсіп" Ұлттық атом компаниясы" АҚ, "Шұбаркөл Көмір" АҚ және т.б.).

Бөлшек инвесторлар санының өсуінің басты себебі цифрландыру болды. Осылайша, Ұлттық Банк пен Қаржы нарығын реттеу және дамыту агенттігінің бірлескен жұмысының нәтижесінде биометриялық деректер бойынша қашықтан сәйкестендірудің техникалық мүмкіндігі мен құқықтық негізі құрылды. Өз кезегінде брокерлер бұл құралды белсенді қолданды және Орталық депозитарийдің мәліметтері бойынша бөлшек сегментті дамытумен айналысатын брокерлер саны 1-2-ден 5-ке дейін өсті, олардың әрқайсысында жүйеде 20 мыңнан астам клиенттердің шоттары ашылды.

Жекелеген жылдардағы елеулі шындықтар біржолғы Оқиғалармен түсіндіріледі: 2015 жылы өсудің негізгі факторы "ҚазМұнайГаз" ҰК АҚ-ның жай акцияларын KASE ресми тізіміне енгізу болды. Мәміленің нәтижесі акциялар нарығын капиталдандырудың бір мезгілде үш есе өсуі және сауда- саттықтың жылдық көлемінің 750 млрд теңгеге ұлғаюы болды (2-сурет).

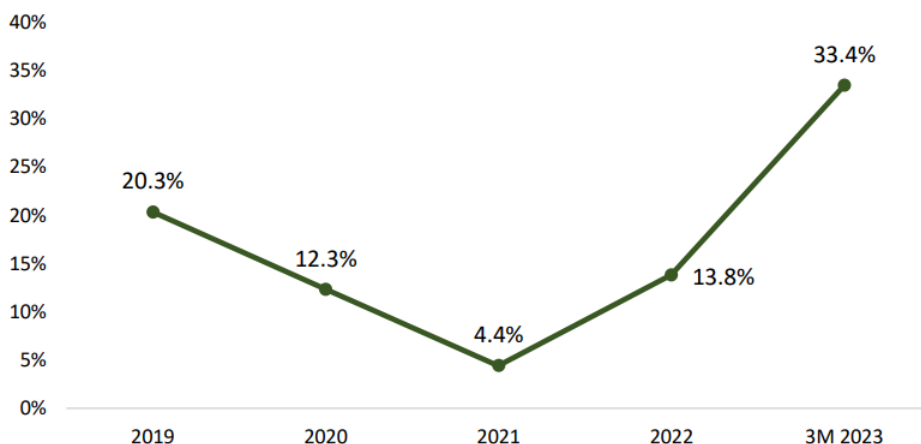


Дереккөз: Қазақстан қор биржасы (КҚБ)

2-сурет. Акциялар нарығындағы мәмілелер көлемі, млрд тг.

Сарапшылардың болжамына сәйкес Қазақстандағы бөлшек инвесторлар саны бойынша нақты сандар жоғары болуы мүмкін, өйткені азаматтардың шетелдік юрисдикцияларда шот ашуға және шетелде сауда жасауға мүмкіндігі бар [4].

2022 жылы Ресей қаржы нарығына қатаң санкциялар енгізілгеннен кейін инвесторлар қауіпсіз және тиімді нарықтарды іздей бастады, сәйкесінше брокерлерде оларға ерді (3-сурет). Шағын көлеміне қарамастан, қазақстандық бағалы қағаздар нарығы ресейлік ойыншылар үшін қызығушылық тудырады, сонымен бірге, ынтымақтастық мәселелеріне қазақстандық тарап санкциялық режимді бұзу тәуекелдерін ескере отырып келеді [5].



Дереккөз: Қазақстан қор биржасы (КҚБ)

3-сурет. Акциялармен сауда-саттықтың брутто айналымындағы бейрезиденттердің үлесі (ірі мәмілелерді есепке алмағанда сауда-саттыққа қатысушылардың сатып алу және сату көлемдерінің жалпы сомасы), %

2022 жылдың қорытындысы тұтастай алғанда Қазақстанның бағалы қағаздар нарығы үшін де, атап айтқанда акциялар нарығы үшін де айтарлықтай төмен болды – 2015 жылдан бері алғаш рет KASE индексі жылды 11,5% - ға төмендеумен аяқтады, акциялар нарығы 26%-ға төмендеді. Геосаяси себептер, пайыздық мөлшерлемелердің өсуі және дивидендтік саясатты қайта қарау 2022 жылы инвесторлардың мүмкіндіктері мен тәуекелге бейімділігін төмендететін негізгі факторлар болды. Соған қарамастан, 2023 жылы сауда- саттық белсенділіктің қалпына келуін көрсетті: бірінші тоқсанда өткен жылдың сәйкес кезеңімен салыстырғанда бағалы қағаздар нарығы 47%-ға өсті, бұл ретте акциялар нарығы – 2,2 есе өсті.

Осылайша, Қазақстандағы акциялар нарығының даму динамикасы мен үрдістерін талдай отырып, нарықтың жеткілікті көлемінің және оның даму дәрежесінің, оған қатардағы үй шаруашылықтары тарапынан жаппай инвестициялардың, яғни осы нарықты орталық

банктің трансмиссиясында пайдалануға мүмкіндік беретін негізгі алғышарттардың болмауы туралы қорытынды жасауға болады.

Халықтың инвестициялық сауаттылығының төмен деңгейі, халықтың әл-ауқатының жеткіліксіз деңгейі және қор нарығында жинақтарды инвестициялауға ниет білдірген азаматтар саны, сондай-ақ қазақстандықтардың тәуекелге бейімділігінің төмендігі бағалы қағаздар нарықта бөлшек инвестициялаудың жаппай таралуына кедергі келтіреді

Соған қарамастан, соңғы жылдары бағалы қағаздар нарығы дамуында оң өзгерістер мен жаңа импульстар байқалады, оның ішінде процестерді цифрландыруды енгізу, халықаралық сауданың кедергілерін жою, инвесторлардың мүдделерін қорғауды жақсарту. Мәселен, жоғарыда қарастырылған бөлшек инвесторлар санының өсуі мобильді банк қосымшалары арқылы қор нарығының операцияларына оңай қол жеткізу есебінен қамтамасыз етілді.

2023 жылы KASE бағалы қағаздармен мәмілелерді төлеуге кепілдік беретін, қор нарығының сенімділігін арттыратын және инвесторлар ағынын тартатын орталық контрагенттің функцияларын жүзеге асыру үшін техникалық шешімдерді масштабтауды және еншілес компанияны құруды жоспарлап отыр. Бұл сондай-ақ қор нарығын ғана емес, басқа да сауда алаңдарын, тауар биржаларын және биржадан тыс нарықты қосу есебінен қызметтер спектрін кеңейтуге мүмкіндік береді.

Қаржы нарығын реттеу және дамыту агенттігі инвесторлық базаны нығайту, сапалы қаржы құралдарының санын ұлғайту және нарыққа жаңа эмитенттерді шығару жөніндегі міндеттерді шешу шеңберінде соңғы екі жылда жоспарлы жұмыс жүргізуде. Инвесторларды қор нарығы арқылы ШОБ субъектілерін қаржыландыруға тарту үшін облигациялар бойынша сыйақы мөлшерлемесін (эмитент үшін қамтамасыз етудің қажеттілігінсіз түпкілікті мөлшерлеме 6% құрайды), сондай-ақ "Даму" кәсіпкерлікті дамыту Қоры тарапынан 2,5 млрд теңгеге дейінгі сомаға негізгі борыштың 50% – гарант кепілдіктерді субсидиялау көзделген. Қаржы ұйымдарына осы облигацияларды портфельден сатып алуға рұқсат етіледі. Нарықтық кедергілерді азайту және бәсекелестікті арттыру үшін брокерлердің капиталына сараланған талаптар енгізілді.

Осылайша, қор нарығының операцияларына инвесторлардың кең ауқымының қатысуы үшін қолжетімділікті жеңілдету, мәмілелерді жүзеге асырудағы ашықтық пен кепілдіктерді арттыру, инфрақұрылымды жетілдіру БҚ бағалы қағаздар нарықты дамыту үшін бар кедергілерді жояды және оның қарқынды өсуіне негіз болады деп күтуге болады.

Қазіргі уақытта Қазақстан Республикасының экономикасы маңыздылығы бойынша түбегейлі және іске асыру бойынша аса күрделі экономиканы құрылымдық жаңғырту алдында тұр. Қазақстан экономикасын нығайтудың қазіргі кезеңінің негізгі міндеттерінің бірі бағалы қағаздар нарығын дамыту болып табылады, өйткені ол инвестицияларды жұмылдыруда маңызды рөл атқарады. Қазақстан бағалы қағаздар нарығының жұмыс істеуі шиеленіс геосаяси және қолайсыз экономикалық жағдайда орын алады. Экономиканың қазіргі жағдайы сыртқы факторлармен, яғни теңге бағамының тұрақсыздығы, жоғары инфляция, шикізат бағасының төмендеуі және ішкі факторлармен: мұнай бағасына тәуелділік, қолайсыз инвестициялық ахуал, дамымаған қаржы нарығы мен институттар, инновацияның болмауымен қамтылған.

Алынған нәтижелер негізінде отандық экономикада өндіріс көлеміне және инфляцияға әсер ету мақсатында акциялардың кірістілігін пайдалану үшін қажетті экономикалық алғышарттар біртіндеп қалыптасады деп қорытынды жасауға болады.

Сонымен қатар, қазіргі уақытта Қазақстандағы акциялар нарығының көлемі салыстырмалы түрде аз, акциялармен сауда-саттық көлемі мемлекеттік және корпоративтік облигациялардан едәуір төмен. Қор нарығының инфрақұрылымын және акциялар нарығының көлемін дамыта отырып, оны тиімді ақша-кредит саясатын жүргізу үшін пайдалану Ұлттық Банктің трансмиссиялық тетігінің перспективалы бағыты бола алады.

Қолданылған әдебиеттер

1. <https://www.nationalbank.kz>

2. Қазақстандық бағалы қағаздар нарығының ағымдағы жағдайы мен даму үрдістері
<https://www.nationalbank.kz>
3. <https://www.gov.kz/memleket/entities/ardfm/press/news/details/646915?lang=kk>
4. <https://kz.kursiv.media/kk/2023-11-13/gbvg-kase-3/>
5. <https://kase.kz/kz/>

References

1. <https://www.nationalbank.kz>
2. Қазақстандық бағалы қағаздар нарығының ағымдағы жағдайы мен даму үрдістері
<https://www.nationalbank.kz>
3. <https://www.gov.kz/memleket/entities/ardfm/press/news/details/646915?lang=kk>
4. <https://kz.kursiv.media/kk/2023-11-13/gbvg-kase-3/>
5. <https://kase.kz/kz/>

Information about the authors

* Saparbayeva Aigul Maksutovna-master of Economics, Abai Kaznpu, e-mail: ASaparbaeva80@list.ru

**Assarbayeva Aiyimzhan Muratkyzy-4th year student, Abai Kaznpu, e-mail:assarbayeva.a@bk.ru

Авторлар туралы мәліметтер

*Сапарбаева Айгуль Максұтовна – экономика магистрі, Абай атындағы ҚазҰПУ, e-mail: ASaparbaeva80@list.ru

**Асарбаева Айымжан Муратқызы– 4-курс студенті, Абай атындағы ҚазҰПУ, e-mail: assarbayeva.a@bk.ru

Сведения об авторах

* Сапарбаева Айгуль Максұтовна-магистр экономики, КазНПУ им. Абая, e-mail: ASaparbaeva80@list.ru

**Асарбаева Айымжан Муратқызы -студентка 4 курса, КазНПУ им. Абая, e-mail: assarbayeva.a@bk.ru

ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ БАНК ҚЫЗМЕТІНІҢ ҚАЗІРГІ ЖАҒДАЙЫ

Сапарбаева А.М.¹, Нұрпейіс А.Н.²

^{1,2} Абай атындағы ҚазҰПУ, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

Андатпа. Қазіргі қазақстандық банк нарығының дамуы бәсекелестіктің күшеюіне, қашықтан қызметтер көрсету арналарының таралуына және цифрлық банкінгтің жоғары қарқынына байланысты цифрлық технологияларды қолдану негізінде жаңа банктік қызмет көрсету стратегияларын құруды талап етеді деген болжамға негізделген. Сондықтан банк бизнесінің бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз ету үшін клиентке бағдарланған қаржылық және қаржылық емес қызметтер көрсетуді, клиенттік базаны ұлғайтуды қамтамасыз ететін банк экожүйесін құру қажет, бұл банк пайдасын арттыруға әкеп соғады. Бұл мақалада «банк қызметі» түсінігінің экономикалық мәнін зерттеу арқылы Қазақстандағы банк қызметінің қазіргі жағдайын талдау және анықталған мәселелерді шешу жолдарын ұсыну болып табылады.

Түйін сөздер: банк, активтер, қызмет көрсету, банктік жүйе, қаржы, несие.

ТЕКУЩАЯ СИТУАЦИЯ БАНКОВСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В КАЗАХСТАНЕ

Сапарбаева А. М.¹, Нурпейс А.Н.²

¹ КазНПУ имени Абая, г. Алматы, Республика Казахстан

² КазНПУ имени Абая, г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация. Развитие современного казахстанского банковского рынка основывается на предположении, что в связи с усилением конкуренции, распространением каналов дистанционного обслуживания и высокими темпами цифрового банкинга требует создания новых стратегий банковского обслуживания на основе применения цифровых технологий. Поэтому для обеспечения конкурентоспособности банковского бизнеса необходимо создать банковскую экосистему, обеспечивающую клиентоориентированное предоставление финансовых и нефинансовых услуг, увеличение клиентской базы, что приведет к увеличению прибыли банка. Данная статья представляет собой анализ современного состояния банковской деятельности в Казахстане путем изучения экономической сущности понятия "банковская деятельность" и предоставления путей решения выявленных проблем.

Ключевые слова: банк, активы, услуга, банковская система, финансы, кредит.

CURRENT SITUATION OF BANKING ACTIVITY IN KAZAKHSTAN

Saparbayeva A.M.¹, Nurpeiis A.N.²

¹ Abai KazNPU, Almaty, Republic of Kazakhstan

² Abai KazNPU, Almaty, Republic of Kazakhstan

Annotation. The development of the modern Kazakhstan banking market is based on the assumption that due to increased competition, the spread of remote service channels and high rates of digital banking requires the creation of new banking strategies based on the use of digital technologies. Therefore, in order to ensure the competitiveness of the banking business, it is necessary to create a banking ecosystem that provides customer-oriented provision of financial and non-financial services, an increase in the customer base, which will lead to an increase in the bank's profits. This article is an analysis of the current state of banking activity in Kazakhstan by studying the economic essence of the concept of "banking activity" and providing ways to solve the identified problems.

Keywords: electronic money, digital, mobile, platform, wallet, transfer, digital tenge.

Бүгінгі таңда ақпараттық технологиялар экономикалық процестердің, соның ішінде банктік қызметтердің дамуына серпін берді. Цифрлық банктік бизнес банктік қызметтің жетекші бағытына ие болды, ол технологиялардың дамуына және клиенттердің қажеттіліктерінің артуына байланысты қаржылық және қаржылық емес өнімдер мен қызметтерді қоса алғанда, банк қызметтерін кеңейтуді талап етеді. Сондықтан бүгінгі таңда банктердің алдында бәсекеге қабілетті экожүйені құруға бағытталған банктік бизнесті ұйымдастыру моделін өзгерту бойынша күрделі міндет тұр, бұл өз кезегінде клиенттік сервистерді жетілдіруге, өнім ұсыныстарын әртараптандыруға және кірістерді әртараптандыруға мүмкіндік береді. Қазақстандық цифрлық банкингтің серпінді дамуының стратегиялық маңызды міндеті - сұранысқа ие дәстүрлі банктік қызметтерді сақтай отырып, озық инфокоммуникациялық технологияларды қолдану негізінде іске асыру әдістерін жеңілдеті отырып, бәсекеге қабілетті кешенді банктік өнім ұсынысын әзірлеу [1].

Сонымен қатар, Қазақстан банк жүйесінде цифрландыруды белсенді түрде дамыта бастады. Банк секторында цифрлық технологияларды енгізу және дамыту банктерге транзакциялық шығындарды азайтуға, клиенттерге қызмет көрсету сапасын жақсартуға және жаңа өнімдер мен қызметтерді ұсынуға мүмкіндік береді. Мәселен, мобильді банктік қосымшалар мен электронды әмияндар халық арасында танымал болып, қаржылық қызметтерге қолжетімділікті жеңілдеті түсті. Дегенмен, Қазақстандағы банктер де белгілі бір қиындықтарға тап болады. Соның бірі – нарықтағы бәсекелестіктің күшеюі. Елімізде көптеген банктер жұмыс істейді, бұл бәсекелестіктің күшеюіне әкеледі, әсіресе клиенттерді тарту және несиелеу саласында. Цифрлық технологиялардың дамуымен және финтех стартаптары мен онлайн платформалар сияқты жаңа бәсекелестердің пайда болуымен банктер инновациялар енгізуге және клиенттердің заманауи қажеттіліктеріне сәйкес келетін қызметтерді ұсынуға мәжбүр. Қазақстандағы банктер үшін де көптеген мүмкіндіктер бар. Бұған халықаралық қатынастарды дамыту және шетелдік капиталды тарту, көрсетілетін қызметтердің географиясын кеңейту және әртүрлі салалардағы клиенттермен ынтымақтастықты тереңдету кіреді.

Мақаланың *мақсаты*-банктердің қазіргі жағдайын ашып көрсету, талдау.

Әдеби шолу. Зерттеудің теориялық, статистикалық және ақпараттық негізі ретінде отандық банк нарығын дамытуға арналған ғылыми еңбектер жұмыстары, ҚР-ның банк жүйесі туралы мемлекеттік реттеу туралы заңнамалық актілері мен нормативтік құжаттары, ҚР-ның статистика жөніндегі Агенттігінің анықтамалық материалдары мен ҚР ҰБ статистикалық деректері және бүгінгі күнгі банк жүйесінің дамуы жайлы сұрақтарды қамтитын баспасөз басылымдарындағы мақалалар қарастырылады.

Әдістеме. Мақаланы жазу барысында статистикалық, аналитикалық, әдеби деректер қолданылды. Келесі әдістер қолданылды: аналогия, синтез, экономикалық және статистикалық әдістер.

Нәтижелер. Қазақстан Республикасында екі деңгейлі банк жүйесі бар. Ұлттық банк мемлекеттің орталық банкі болып табылады және банк жүйесінің жоғарғы (бірінші) деңгейін білдіреді. Барлық қалған банктер банк жүйесінің төменгі (екінші) деңгейін білдіреді [2].

Екінші деңгейдегі банктер қызметінің тиімділігіне банк нарығының сандық факторының әсерін талдайық.

Соңғы 3 жылда банк секторының шоғырлануы байқалады, егер 01-01-2021 жылда банк секторында 26 коммерциялық банк болса, онда 01-01-2023 жылдағы саны 21 болған, яғни 19,2%-ға сандық төмендеуін байқауға болады бар. ҚР банк секторының құрылымында болған өзгерістерді 1-кестеден көруге болады.

Кесте 1- Қазақстан Республикасы банк секторының құрылымы

Банк секторының құрылымы	01.01.2021	01.01.2022	01.01.2023
--------------------------	------------	------------	------------

Екінші деңгейдегі банктердің саны, оның ішінде:	26	22	21
- жарғылық капиталда мемлекеттің 100% қатысуы бар банктер	1	1	2
- шетелдік қатысуы бар екінші деңгейдегі банктер	13	14	12
- екінші деңгейдегі еншілес банктер	12	11	8
Ескерту – кестені [3] дереккөз мәліметтері негізінде автор құрастырған			

2023 жылғы 1 қаңтардағы жағдай бойынша Қазақстан Республикасында 21 банк жұмыс істейді, оның ішінде шетелдік қатысумен 12 банк, оның ішінде 8 еншілес банк, 100% мемлекет қатысатын 2 банк. Енді 01.01.2023 ж. жағдай бойынша екінші деңгейдегі банктердің қаржылық көрсеткіштеріне талдау жасайық.

Кесте 2 - ҚР ЕДБ қаржылық көрсеткіштері, млн. теңге

№	Банк атауы	Активтер	Қарыздық портфель	Міндеттемелер	Меншікті капитал
1	"Қазақстан Халық жинақ банкі" АҚ	13 658 469 443	8 086 394 314	11 710 841 328	1 947 628 115
2	"KASPI BANK" АҚ	5 190 043 530	3 393 001 034	4 615 612 761	574 430 769
3	"Банк ЦентрКредит" АҚ	4 363 689 178	2 135 082 535	4 082 046 163	281 643 015
4	"Отбасы банк" АҚ	3 423 217 191	3 008 302 162	2 953 746 149	469 471 042
5	"ForteBank" АҚ	2 974 145 334	1 244 745 080	2 639 386 314	334 759 020
6	"First Heartland Jusan Bank" АҚ	2 732 557 378	1 160 036 082	2 195 746 650	536 810 728
7	"Евразийский Банк" АҚ	2 329 314 161	1 149 483 900	2 117 232 923	212 081 239
8	"Банк "Bank RBK" АҚ	1 936 109 098	875 067 049	1 811 497 770	124 611 328
9	"Bereke Bank" АҚ	1 569 398 439	1 323 056 616	1 438 037 695	131 360 745
10	"Ситибанк Казахстан" АҚ	1 195 981 409	109 422 819	1 054 499 777	141 481 633
11	"Банк Фридом Финанс Казахстан" АҚ	1 297 670 852	337 131 073	1 224 203 297	73 467 555
12	"Altyn Bank" (ЕБ China Citic Bank Corporation Ltd) АҚ	984 293 196	324 059 938	885 861 120	98 432 076
13	"Home Credit Bank" АҚ	535 603 443	452 944 641	405 257 372	130 346 071
14	ЕБ "Банк Китая в Казахстане" АҚ	473 064 441	26 419 981	391 406 552	81 657 889
15	"Нурбанк" АҚ	458 532 607	262 807 782	407 755 582	50 777 025
16	"Торгово-промышленный Банк Китая в г. Алматы" АҚ	327 210 552	6 373 447	276 897 304	50 313 248
17	ЕБ Банк ВТБ (Казахстан) АҚ	186 377 035	98 818 104	141 124 570	45 252 465
18	"ЕБ "Казахстан-Зираат Интернешнл Банк" АҚ	183 880 520	76 840 610	123 829 258	60 051 262

19	"Шинхан Банк Казахстан" АҚ	116 195 112	22 590 478	95 632 274	20 562 839
20	"Исламский банк "Al Hilal" АҚ	63 289 761	30 653 881	41 741 861	21 547 900
21	"Исламский банк "Заман-Банк" АҚ	22 003 393	18 180 655	9 886 319	12 117 074
	Жиыны:	44 021 046 075	24 141 412 180	38 622 243 037	5 398 803 038
Ескерту - кестені [4] дереккөз мәліметтері негізінде автор құрастырған					

Кестеде көрсетілген мәліметтерден көріп отырғанымыздай, ҚР коммерциялық банктерінің активтері 2023 жылғы 1 қаңтардағы жағдай бойынша 44 562,3 млрд. теңге болған. Бұл көрсеткіш 2022 жылдың басында – 37 622,0 млрд. теңгені құраған. Яғни, 2022 жыл басынан ұлғаю – 18,4% болды. Активтер құрылымындағы ең көп үлесті (жиынтық активтердің 52,3%) 24 254,7 млрд. теңге сомда несие портфелі (негізгі қарыз) алады (2022 жылдың басында – 20 200 млрд. теңге), 2022 жылдың басынан ұлғаю 20,1% болды. 2019 жылғы несие портфелінің көрсеткішіне қарағанда несие портфелінің өсімі – 64,5% құраған. ҚР екінші деңгейдегі банктерінің міндеттемелері 39 334,6 млрд. теңге (2022 жылдың басында – 33 087,1 млрд. теңге), 2022 жыл басынан ұлғаю – 18,9% болды. Екінші деңгейдегі банктердің жиынтық міндеттемелеріндегі ең көп үлесті клиенттердің салымдары – 80,3% алады. ҚР екінші деңгейдегі банктерінің ҚР бейрезиденттері алдындағы міндеттемелері 3 215,4 млрд. теңге немесе жиынтық міндеттемелердің 8,2%-ы болды. Клиенттердің салымдары 31 598,5 млрд. теңге немесе жиынтық міндеттемелердің 80,3%-ы (2022 жылдың басында – 26 014,8 млрд. теңге немесе жиынтық міндеттемелердің 78,6%-ы), 2022 жыл басынан ұлғаю – 21,5% болды.

Негізгі көрсеткіштердің ұлғаюына қарамастан, ҚР экономикасын дамытудағы банктердің ролі аса жоғары болмай отыр. Оны келесі кесте мәліметтерінен көруге болады.

Кесте 3 - Банк секторының ҚР экономикасындағы рөлі

Көрсеткіштің атауы / күні	01.01.2022	01.01.2023
ЖІӨ млрд.теңге	81 269,2	96 410,0
Активтердің ЖІӨ-ге қатынасы, %	46,3%	46,2%
Несие портфелінің ЖІӨ-ге қатынасы, %	24,9%	25,2%
Клиенттер салымдарының ЖІӨ-ге қатынасы, %	32,0%	32,8%
Ескерту - кестені [4] дереккөз мәліметтері негізінде автор құрастырған		

Банк секторы активтерінің ЖІӨ-дегі үлесі – 46,2%; Несие портфелінің ЖІӨ-дегі үлесі – 25,2%; Клиенттер салымдарының ЖІӨ-дегі үлесі – 32,8%. 2021 жылы банк секторының ЖІӨ-ге қатысты несие портфелінің үлесі 24,9% құраса, 2022 жылы 25,2% құрап, тек 0,3% ғана жоғарылаған. Біздің ойымызша, бұл жағдай экономикадағы құрылымдық проблемалардың сақталуы, ШОБ сегментінің әлсіздігімен шикізат секторының үстемдігі, банк жүйесінің жинақталған ішкі проблемалары, экономикада мемлекеттің айтарлықтай басым болуы нәтижесінде қалыптасады. Енді банктердің жеке және заңды тұлғаларға ұсынатын негізгі дәстүрлі қызметтерінің даму динамикасына талдау жасайық.

Кесте 4 - ҚР банк секторы несие портфелінің құрылымы

Көрсеткіштің атауы / күні	01.01.2022		01.01.2023		Өсімі, %-бен
	Сомасы, млрд. теңге	жиынты ғына %- бен	Сомасы, млрд. теңге	жиынт ығына %-бен	
Несие портфелі (негізгі борыш), оның ішінде:	20 200,4	100,0%	24 254,7	100,0%	20,1%

Банктерге және банк операцияларының түрлерін жүзеге асыратын ұйымдарға қарыздар	114,3	0,6%	109,9	0,5%	-3,9%
Заңды тұлғаларға қарыздар	3 709,6	18,4%	4 354,0	18,0%	17,4%
Жеке тұлғаларға қарыздар	10 038,7	49,7%	13 182,5	54,4%	31,3%
Ескерту - кестені [5] дереккөз мәліметтері негізінде автор құрастырған					

Заңды тұлғаларға қарыздар несиелік портфелінің 18,0% үлесімен 4 354,0 млрд. теңге (2022 жылдың басында 3 709,6 млрд. теңге немесе несиелік портфелінің 18,4%-ы), 2022 жыл басынан ұлғаю – 17,4% болды. Жеке тұлғаларға қарыздар несиелік портфелінің 54,4% үлесімен 13 182,5 млрд. теңге (2022 жылдың басында 10 038,7 млрд. теңге немесе несиелік портфелінің 49,7%-ы), 2022 жыл басынан ұлғаю – 31,3% болды. Тұтынушылық қарыздар несиелік портфелінің 31,7% үлесімен 7 686,8 млрд. теңге (2022 жылдың басында – 6 060,9 млрд. теңге немесе несиелік портфелінің 30,0%-ы), 2022 жыл басынан ұлғаю – 25,1% болды. ШОБ-қа қарыздар несиелік портфелінің 26,3% үлесімен 6 380,5 млрд. теңге (2022 жылдың басында – 5 487,6 млрд. теңге немесе несиелік портфелінің 27,2%-ы), 2022 жыл басынан ұлғаю – 16,3% болды. Мерзімі өткен берешегі бар қарыздар 1 005,0 млрд. теңге немесе несиелік портфелінің 4,1% (2022 жылдың басында – 1 063,8 млрд. теңге немесе несиелік портфелінің 5,3%-ы) болды. Несиелік портфелі бойынша провизиялар 1 639,2 млрд. теңге немесе несиелік портфелінің 6,8%-ы мөлшерде (2022 жылдың басында – 1 406,8 млрд. теңге немесе несиелік портфелінің 7,0%-ы) қалыптасты. Келесі кезекте депозиттік қызметтерге зерттеу жүргізейік.

Кесте 5 - ҚР банк секторы клиенттерінің салымдары

Көрсеткіштің атауы / күні	01.01.2022			01.01.2023		
	барлығы	оның ішінде шетел валютасында	үлесі, барлығына %-бен	барлығы	оның ішінде шетел валютасында	үлесі, барлығына %-бен
Клиенттер салымдарының барлығы, оның ішінде:	26 014,8	9 678,0	37,2%	31 598,5	11 612,0	36,7%
Заңды тұлғалардың салымдары	12 580,8	5 003,8	39,8%	14 677,2	5 854,2	39,9%
Жеке тұлғалардың салымдары	13 434,1	4 674,2	34,8%	16 921,3	5 757,8	34,0%
Ескерту - кестені [5] дереккөз мәліметтері негізінде автор құрастырған						

Заңды тұлғалардың салымдары 14 677,2 млрд. теңге немесе клиенттер салымдарының 46,4%-ы (2022 жылдың басында – 12 580,8 млрд. теңге немесе клиенттер салымдарының 48,4%-ы), 2022 жыл басынан ұлғаю – 16,7% болды. Заңды тұлғалардың шетел валютасындағы салымдарының үлесі жылдың басындағы 39,8%-дан есепті күнгі 39,9% -ға дейін ұлғайды.

Жеке тұлғалардың салымдары 16 921,3 млрд. теңге немесе клиенттер салымдарының 53,6%-ы (2022 жылдың басында – 13 434,1 млрд. теңге немесе клиенттер салымдарының 51,6%-ы), 2022 жыл басынан ұлғаю – 26,0% болды. Жеке тұлғалардың шетел валютасындағы салымдарының үлесі жылдың басындағы 34,8%-дан есепті күнгі 34,0% дейін төмендеді. Енді еліміздегі банк дердің ұсынып отырған қызметтерінің кірістілігіне талдау жасайық.

Кесте 6.- ҚР банк секторының кірістілігі, млрд, теңге

ҚР банк секторының кірістері мен шығыстары	01.01.2022	01.01.2023
Сыйақы алуға байланысты кірістер	2 967,0	4 033,1
Сыйақы төлеуге байланысты шығыстар	1 425,0	1 953,5
Сыйақы алуға байланысты таза кіріс	1 542,0	2 079,7
Сыйақы алуға байланысты емес кірістер	27 758,0	112 449,4
Сыйақы төлеуге байланысты емес шығыстар	27 812,0	112 801,8
Сыйақы алумен байланысты емес таза кіріс (шығын)	-54,0	-352,3
Табыс салығы төленгенге дейінгі таза кіріс (шығын)	1 489,0	1 727,3
Табыс салығын төлеу жөніндегі шығыстар	199,0	260,8
Табыс салығы төленгеннен кейінгі таза кіріс (шығын)	1 289,0	1 466,5
ҚР банк секторы кірістілігінің көрсеткіштері		
Табыс салығы төленгенге дейінгі таза кірістің жиынтық активтерге қатынасы (ROA)	3,78%	3,68%
Табыс салығы төленгенге дейінгі таза кірістің баланс бойынша меншікті капиталға қатынасы (ROE)	30,64%	30,42%
Сыйақы (мүдде) алуға байланысты кірістердің жиынтық активтерге қатынасы	8,67%	10,13%
Кредиттер бойынша сыйақы (мүдде) алуға байланысты кірістердің жиынтық несие портфеліне қатынасы	12,55%	13,87%
Сыйақы (мүдде) төлеуге байланысты шығыстардың жиынтық міндеттемелерге қатынасы	4,75%	5,58%
Таза пайыздық маржа	5,06%	5,75%
Таза пайыздық спрэд	3,98%	4,53%
Ескерту - кестені [5] дереккөз мәліметтері негізінде автор құрастырған		

Кестедегі деректерден көріп отырғанымыздай, банк секторының шығыны 1 466,5 млрд. теңге, таза кірістің жиынтық активтерге қатынасы (ROA) – 3,68% (өткен жылдың сәйкес күнінде 3,78%), таза кірістің баланс бойынша меншікті капиталға қатынасы (ROE) – 30,42% (өткен жылдың сәйкес күнінде 30,58%) болды. Сонымен, жалпы алғанда, Қазақстан Республикасының банк секторындағы қалыптасқан ахуал өзгермелі макроэкономикалық жағдайға интеграциялануға бағытталуымен, сондай-ақ Екінші деңгейдегі банктердің макроэкономикалық немесе саяси сипаттағы ықтимал теріс әсерлерге стресске төзімділігін арттыру мүмкіндігімен сипатталады.

Қорытынды. Банктердің қаржылық мүмкіндіктері инновацияға айтарлықтай инвестиция салуға мүмкіндік береді. Егер соңғы уақытқа дейін банктердің IT-бөлімшелерінің негізгі міндеті басшылық қойған бизнес мақсаттарды цифрлық технологияларды пайдалана отырып іске асыру болса, онда цифрлық трансформация дәуірінде бизнес-идеяны толық қайта қарау міндеттері туындайды. Осылайша, біз ең алдымен инновациялық ақпараттық технологияларды пайдалануға мүмкіндік беретін банктердің IT -архитектурасының трансформациясы жүріп жатқанын көреміз. Олар:

- Бұлтты технологиялар және үлкен деректер (Big Data). Бұлтты технологиялар құрылғыға арнайы қолданбаларды орнатпай-ақ деректерге қол жеткізуді қамтамасыз етеді, бұл банктерге желідегі қызметтерді орталықтандыру арқылы өз өнімдерін әлемнің кез келген жерінде ұсынуға мүмкіндік береді. Үлкен деректер, өз кезегінде, клиенттерге Интернет, Корпоративтік құжаттар мұрағаты және т. б. көздері болып табылатын гетерогенді және жылдам өзгертін цифрлық ақпаратты талдауға негізделген жеке мақсатты ұсыныстарды ұсынады.

- Клиенттермен өзара әрекеттесу жүйелеріне біріктірілген API (Application Programming Interface, яғни қолданбалы бағдарламалау интерфейсі). Бір API-бұл сыртқы бағдарламалық өнімдерде пайдалану үшін қолданба, қызмет немесе операциялық жүйе ұсынатын дайындалған процедуралар, функциялар, құрылымдар жиынтығы.

- Арнайы қосымшамен ұялы байланыс. Банктік бизнесті әлеуметтік желілермен біріктіру клиенттердің қалауы туралы ақпарат беруге мүмкіндік береді.

- Төлемдер мен аударымдар: онлайн төлемдер қызметі, онлайн аударымдар қызметі, валюта айырбастау қызметтері, төлемдері мен аударымдары, цифрлық әмиян.

- Қаржыландыру: тұтынушылық несиелеу, бизнес несиелеу.

Клиенттер банктермен өзара әрекеттесу тәжірибесін қандай да бір қызметті алу қаншалықты оңай және ыңғайлы болғанына қарай бағалайды, сондықтан банк секторы клиенттермен қарым-қатынас тәжірибесін үнемі зерттеп, өз жұмысындағы кемшіліктерді анықтауы керек, өйткені жаңа клиенттер одан да заманауи технологияларды қолдануды талап етеді. Бұрын банк қызметінің тиімділігі өнімдер мен қызметтердің мақсатты сатылымын ұлғайту бойынша бағаланған, бірақ цифрлық экономика дәуірінде банктер қазіргі цифрлық сын-қатерлермен санасуға мәжбүр: қазір банктер өзекті қажеттіліктері бар клиенттерге көбірек көңіл бөлуде. Банк саласында цифрлық трансформация кезінде экономикалық және ақпараттық қауіпсіздікті жүзеге асыру басты міндет болуы тиіс, өйткені әртүрлі электрондық платформалар кибершабуылдар үшін ортаға айналады. Банк қызметінің тиімділігі мен бәсекеге қабілеттілігі дәл осы процестерге және цифрлық арналар мен жаңа Қызметтер арқылы өз клиентінің сапалы қызмет көрсетуіне байланысты.

Қазақстанның банк жүйесі валютаның тұрақтылығы мен экономикалық өсудің арқасында шетелдік инвесторларды тартуды жалғастыруда. Елімізде жергілікті клиенттерге де, шетелдік инвесторларға да өз қызметтерін ұсына отырып, халықаралық банктер мен қаржы ұйымдары белсенді жұмыс істейді. Дегенмен, тұтастай алғанда Қазақстанның банк жүйесі тұрақты түрде дамып, жұмысын жалғастыруда.

Қолданылған әдебиеттер:

1. ҚР Банктер және банктік қызмет туралы: Заң
2. <https://www.nationalbank.kz/>
3. ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ БАНК СЕКТОРЫНЫҢ АҒЫМДАҒЫ ЖАҒДАЙЫ 2023 ЖЫЛҒЫ 1 ҚАҢТАРДАҒЫ ЖАҒДАЙ БОЙЫНША // <https://www.nationalbank.kz>
4. <https://www.gov.kz/memleket/entities/ardfm/activities/789?lang=kk>
5. ҚР ҰБ СТАТИСТИКАЛЫҚ БЮЛЛЕТЕНЬ, N01 (338) қаңтар 2023

References

1. ҚР Банктер және банктік қызмет туралы Заң
2. <https://www.nationalbank.kz/>
3. ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ БАНК СЕКТОРЫНЫҢ АҒЫМДАҒЫ ЖАҒДАЙЫ 2023 ЖЫЛҒЫ 1 ҚАҢТАРДАҒЫ ЖАҒДАЙ БОЙЫНША // <https://www.nationalbank.kz>
4. <https://www.gov.kz/memleket/entities/ardfm/activities/789?lang=kk>
5. ҚР ҰБ СТАТИСТИКАЛЫҚ БЮЛЛЕТЕНЬ, N01 (338) қаңтар 2023

Information about the authors

* Saparbayeva Aigul Maksutovna-master of Economics, Abai Kaznpu, e-mail: ASaparbaeva80@list.ru

**Nurpeiis Assemay Nurdauletkyzy-4th year student, Abai Kaznpu, e-mail:assemay2002@mail.ru

Авторлар туралы мәліметтер

*Сапарбаева Айгуль Максұтовна – экономика магистрі, Абай атындағы ҚазҰПУ, e-mail: ASaparbaeva80@list.ru

**Нурпейіс Әсемай Нурдәулетқызы– 4-курс студенті, Абай атындағы ҚазҰПУ, e-mail: assemay2002@mail.ru

Сведения об авторах

* Сапарбаева Айгуль Максұтовна-магистр экономики, КазНПУ им. Абая, e-mail: ASaparbaeva80@list.ru

**Нурпейс Асемай Нурдаулеткызы -студентка 4 курса, КазНПУ им. Абая, e-mail:
assemay2002@mail.ru

ЦИФРЛЫҚ ЭКОНОМИКА: АРТЫҚШЫЛЫҚТАРЫ МЕН КЕМШІЛІКТЕРІ

Сапарбаева А.М.¹, Темірханқызы А.²

^{1,2} Абай атындағы ҚазҰПУ, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

Андатпа. Белгілі бір уақытқа дейін цифрлық термині елімізде аса маңызға ие бола қоймағаны жасырын емес, және адамдар да оның мән мағынасын жете түсінбеді. Ал соңғы жылдардағы цифрлық операциялар тек экономика саласында ғана емес сонымен қатар барлық күнделікті әрекетімізбен тығыз байланысты. Цифрлы экономика қазіргі уақытта көпшілікті таң қалдыратын нәрсе емес. Заманауи жетілдірілген технологиялардың көмегімен көптеген компаниялар өндірістік күштер мен бизнес-процестердің тиімділігін арттырады. Жақын болашақта жаңа цифрлық технологияларды тиімді пайдалану цифрландыру үшін инфрақұрылым мен құқықтық ортаны қалыптастыратын жекелеген компаниялардың да, тұтас елдердің де халықаралық бәсекеге қабілеттілігін айқындайтын болады.

Түйін сөздер: цифрлық экономика, цифрлық ақпарат, интернет, платформа, цифрлық қызмет.

ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА: ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ

Сапарбаева А. М.¹, Темирханқызы А.²

^{1,2} КазНПУ имени Абая, г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация. Не секрет, что термин «цифра» до некоторых лет не приобретал большого значения в нашей стране, и люди не до конца понимали его значение. А цифровые операции в последние годы тесно связаны не только в сфере экономики, но и со всей нашей повседневной деятельностью. Сегодня цифровая экономика не является чем-то, что удивляет многих людей. С помощью современных передовых технологий многие компании повышают эффективность производственных сил и бизнес-процессов. В ближайшем будущем эффективное использование новых цифровых технологий будет определять международную конкурентоспособность как отдельных компаний, так и целых стран, создающих инфраструктурную и правовую среду для цифровизации.

Ключевые слова: цифровая экономика, цифровая информация, интернет, платформа, цифровой сервис.

Saparbayeva A. M.¹, Temirkhankyzy A.²

^{1,2} KazNPU named after Abay, Almaty, Republic of Kazakhstan

Summary. It is no secret that the term “digital” did not acquire much meaning in our country until some years, and people did not fully understand its meaning. And digital operations in recent years have been closely connected not only in the economic sphere, but also with all our daily activities. Today, the digital economy is not something that surprises many people. With the help of today's advanced technologies, many companies are increasing the efficiency of their production forces and business processes. In the near future, the effective use of new digital technologies will determine the international competitiveness of both individual companies and entire countries creating the infrastructure and legal environment for digitalization.

Keywords: digital economy, digital information, Internet, platform, digital service.

Кіріспе. Цифрлық экономика - бұл тауарлар мен қызметтерді өндіру, тарату және тұтыну үшін цифрлық технологиялар мен желілік инфрақұрылымдарды пайдалануға негізделген экономика. Ол интернет, компьютерлік бағдарламалар, Сандық құрылғылар, жасанды интеллект және үлкен деректер сияқты көптеген технологияларды қамтиды.

Интернет 1982 жылы пайда болды. Виртуалды әлем осы сәттен бастап қалыптаса басталды деп есептеуге болады. Осыдан бастап ол белсенді түрде дамыды, форумдар, online компьютерлік ойындар, әлеуметтік желілер және т.б. секілді барлық жаңа құрамдастар мен қосымшаланып дамып келеді. Осылардың әрбір блоктары бірігей виртуалды әлемнің құрылымдық бөлшегі болып табылады, сонымен қатар оны шынайы әлеммен біріктіретін көпір болып табылады.

Қазіргі таңда цифрлендіру экономика дамуының негізгі трендтерінің біріне айналды. Цифрлық технологиялардың дамуы бүкіл Еуразиялық экономикалық кеңістіктің басымдығы ретінде көрінеді. Қазақстанда «Цифрлық Қазақстан» бағдарламасы әзірленді, ол республикадағы технологиялардың қарқынды өсуінің және қызметтер көрсету мен жұмыстар өндірісінің электронды форматына қайта бағдарлануының негізіне айналуы тиіс. Концепцияны әзірлеушілер атап өткендей, «Цифрлық Қазақстан» мемлекеттік бағдарламасының мақсаттары – экономиканың даму қарқынын жеделдету және орта мерзімді перспективада цифрлық технологияларды пайдалану есебінен халықтың өмір сүру сапасын жақсарту; сондай-ақ экономиканың ұзақ мерзімді перспективада болашақтың цифрлық экономикасын құруды қамтамасыз ететін түбегейлі жаңа даму траекториясына көшуіне жағдай жасау. Осыдан келіп экономиканы цифрландырумен байланысты тенденцияларды талдау ел экономикасы, оның ішінде аграрлық сектор дамуының қазіргі кезеңінде маңызды және өзекті мәселе болып табылады деп қорытынды жасауға болады.

Қазіргі экономиканың дамудың жаңа инновациялық кезеңіне енуіне байланысты және оның әлеуеті, білімі, шығармашылық ойлау қабілеті мен тәжірибесі бар адам барған сайын маңызды бола түсуде. Бұл цифрландыру үдерісінің өзектілігі мен қажеттілігін растады, бұл цифрлық экономика жағдайында түрлендірудің қажеттілігі мен қайтымсыздығына байланысты, қазіргі заманғы цифрлық технологияларды енгізу арқылы, соның арқасында тұтастай алғанда экономиканың тиімділігі артады. Сондықтан да ұлттық экономика салаларын цифрландыру еліміздің тұрақты дамуының бөлінбес бөлшегі.

Осы тұрғыдан қарағанда бүгінгі күні бұл өте *өзекті* тақырып болып табылады.

Мақаланың *мақсаты*-цифрлық экономикаға тоқталып, цифрлық экономиканың мүмкіншіліктері мен осал тұстарын көрсету.

Әдеби шолу. Зерттеудің теориялық, әдістемелік және ақпараттық негізі ретінде отандық және шетелдік экономист-ғалымдардың экономиканы дамытуға арналған ғылыми еңбектері мен монографиялық жұмыстары, ҚР-ның статистика жөніндегі Агенттігінің анықтамалық материалдары мен "Цифрлық Қазақстан" мемлекеттік бағдарламасын басылымы және Қазақстандық ғалымдардың цифрлық экономиканың өзектілігі жөніндегі сұхбаттары қарастырылады.

Әдістеме. Мақаланы жазу барысында статистикалық, әдеби деректер қолданылды. Келесі әдістер қолданылды: салыстыру, экономикалық және статистикалық әдістер.

Нәтижелер. Цифрлық экономика деректерді құру, өңдеу және беру үшін ақпараттық технологияларды пайдаланатын әртүрлі салалар мен секторларды қамтиды. Цифрлық экономиканың кейбір негізгі компоненттеріне мыналар жатады:

Ақпараттық технологиялар (IT) - бұл деректерді өңдеу және беру үшін технологиялар мен бағдарламалық жасақтаманы құратын және дамытатын сектор. Бұл әлемдік ЖІӨ-нің шамамен 5-6% құрайды.

Электрондық коммерция-бұл тауарлар мен қызметтердің саудасы интернет арқылы жүзеге асырылатын сектор. Бұл әлемдік сауданың шамамен 15-20% құрайды.

Цифрлық медиа - бұл интернет арқылы мазмұн мен ойын-сауық өнімдерін құратын және тарататын сектор. Бұл әлемдік ЖІӨ-нің шамамен 5-6% құрайды.

Телекоммуникация - бұл байланыс және деректер қызметтерін ұсынатын сектор. Бұл әлемдік ЖІӨ-нің шамамен 2-3% құрайды.

Цифрлық қызметтер - бұл онлайн білім беру, денсаулық сақтау, қаржы және т.б. сияқты әртүрлі қызметтерді ұсынатын сектор. Бұл сектор қарқынды дамып келеді және қазірдің өзінде әлемдік экономиканың айтарлықтай үлесін құрайды.

Цифрлық экономиканың дамуы елдің қазіргі әлемдегі экономикалық өсуі мен бәсекеге қабілеттілігін айқындайтын негізгі факторлардың бірі болып табылады. Цифрлық технологиялар өндіріс шығындарын қысқартуға, өнім сапасын жақсартуға, кәсіпорындар жұмысының тиімділігін арттыруға және кәсіпорындар, мемлекет және халық арасындағы байланысты жақсартуға мүмкіндік береді. Бұл тезірек және тиімді экономикалық өсуге ықпал етуі мүмкін. Өз кезегінде цифрлық экономиканың экожүйесі көптеген компоненттерден тұрады, оларды келесі диаграммадан көруге болады (1 сурет).



Сурет 1 - Цифрлық экономиканың экожүйесі

Цифрландыру саласының ерекшелігі-ақпараттық-коммуникациялық технологиялар ұлттық экономиканың басқа салалары үшін нәтижелерге және оң экономикалық көрсеткіштерге қол жеткізуге өз үлесін қоса отырып, қазіргі заманғы бизнестің маңызды бөлігін құрап отыр. Екінші жағынан, ақпараттық технологияларды енгізу киберқауіпсіздікті қамтамасыз ету бойынша тиімді шаралар қабылдауды талап етеді.

Цифрландыру барлық секторларға ықпал ете отырып, шикізаттық емес салалардың әлеуетін әртараптандыру және ашу, стартап - белсенділікті ынталандыру және жаңа салаларды ашу арқылы тұтастай алғанда Қазақстан экономикасы құрылымының өзгеруіне алып келеді.

Бүгінгі күні цифрлық экономиканың қажеттілігі және оған деген сұраныс артуда. Себебі шұғыл өзгертін нарықта инновация тез бейімделеді және әлемдік интеграцияға оңтайлана кіре алады. Сондықтан қазір ұлттық экономика салаларындағы кәсіпорындар Дүниежүзілік сауда ұйымының қатаң талаптарына сәйкес келетін, бәсекеге қабілетті заманауи өнімді шығаруға талпынып келеді.

Талқылау. Бүгінде цифрландыру экономика дамуының негізгінің біріне айналып отыр. Біріккен Ұлттар Ұйымы мен Халықаралық еңбек ұйымының мәліметтеріне сәйкес, 2025 жылға қарай 85 млн жұмыс орны жоғалады. Сонымен бірге роботтарды автоматтандыру және революциялау есебінен 97 млн жаңа жұмыс орны пайда болады деп жоспарлануда. Қазіргі мектеп оқушыларының 65 пайызы 20 жылдан кейін әлі жоқ индустрияларда жұмыс істейтін болады. Демек, ХХІ ғасырдың сын-қатері мен еңбек нарығындағы заманауи сұранысқа сәйкес, «Цифрлық экономика» білім беру бағдарламасының өзектілігі уақыт өткен сайын арта түседі. Цифрлық экономиканың қазіргі уақытта 9 компания оның пайдасы мен кірісінің 90%-ын құрайды – Apple, Google, Facebook және Amazon («төрт шабандоз» деп аталады), Microsoft және

Қытайдың төрт сандық алыптары. Барлығы, мысалы: Yahoo, Twitter, eBay, Snapchat, Pinterest, Uber немесе басқалары – бұл экономиканың 10%-дан астамы.

Цифрлық дәуір бәрін өзгертеді: нарықтар мен өнімдердің табиғаты, өндіріс әдістері, жеткізу және төлеу әдістері, жаһандық қызмет үшін капитал ауқымы және адами капиталға қойылатын талаптар. Ол сондай-ақ өнімділікті арттыруға ықпал етеді, компанияларды жаңа технологиялар мен идеялармен, бизнесті жүргізумен және басқарудың жаңа үлгілерімен таныстырады, нарықтарға қол жеткізудің жаңа арналарын жасайды. Мұның бәрі салыстырмалы түрде арзан бағамен. Фирмалар негізгі процедуралар үшін, сондай-ақ күрделі міндеттер үшін жасанды интеллектіге көбірек сенім артады деп болжау артық болмайды. Цифрландыру процесі прогрессивті. Ол қоғамдағы қарым-қатынастардың дамуына оң әсерін тигізеді және барлық қатысушылар: қарапайым азаматтар, шағын бизнес, орта және ірі компаниялар, мемлекеттік органдар үшін мәмілелердің қолайлылығын арттырады. Интернет арқылы көптеген тауарлар мен қызметтерді тауып, олардың ақысын онлайн төлеп, ыңғайлы жерде алуға болады. Бұл уақыт пен күш-жігерді үнемдейді. Екі есепшіге бірдей тапсырма берілсе, бірақ біреуін компьютердің алдына қажетті бағдарламалары бар, екіншісіне счеттар берсе, біріншісі тезірек бос болады. Бұл цифрлық экономиканың мәні.

Цифрлық экономика - бұл компьютерлер күнделікті жұмысты қабылдау немесе оны жеңілдету. Осылайша адам басқа істермен айналысып, өнімділігін арттыра алады. Адамдар күнделікті жұмысты тоқтатып, тек маңызды жұмыстарды жасайды. Цифрландырудың басқа да артықшылықтары бар:

-Еңбек өнімділігі артып келеді. Компьютерлер адамның көп уақытын алатын монотонды жұмысты қабылдайды. Мысалы, 90-шы жылдардағы бухгалтерлер жалақыны есептеуге қанша уақыт кеткенін есіне алады, содан кейін есептерді жасап, басып шығарады. Оларды жөндеуге тура келмесе, бірнеше күн қажет болды. Қазір әрбір бухгалтерде 1С орнатылған компьютер бар, ол өзі жалақыны есептеп, бонустарды есептеп, ережеге сәйкес автоматты түрде есеп береді. Бірнеше күндік қиын есептердің орнына есепші бірнеше сағат жұмсайды.

-Шығындар азаяды. Онлайн бизнестің шығындарын азайту – өзгерістерді қабылдап, электронды форматқа көшкен компаниялар өркендеп келеді. Тікелей сату өсуде, сатуға, маркетингке, көлікке және логистикаға шығындар азаюда.

- Электрондық ақша. 2009 жылы банктік картадағы ақшамен сатып алу үшін сізге банкомат тауып, шотыңыздан ақша алу керек болды. Бірақ Интернет арқылы сатып алу немесе салық төлеу мүмкін емес еді. 10 жылда бәрі өзгерді. Қазір тіпті шағын азық-түлік дүкендерінде де карталарды қабылдайтын терминал бар. Интернет-дүкендердегі тапсырыстарды карта нөмірі мен CWW коды арқылы немесе электронды әмиян арқылы төлеуге болады. Коммуналдық төлемдер онлайн банкинг арқылы төленеді. Ақша енді тек материалдық нәрсе емес. Олар абстрактілі, цифрлық әлемде де пайда болды.

- Фрилансинг дамыды. Әрбір аяқталған тапсырыс үшін фрилансер электрондық пошта арқылы ақы алады. Оған ақшаны беру үшін клиентпен қосымша кездесу ұйымдастырудың қажеті жоқ. Ыңғайлы ақша аударымы фрилансті қараңғы кәсіптен тиімді жұмысқа айналдырды. Адамдар енді өздерін бір қала немесе аймақпен шектемейді, өйткені олар ақы жинауға уақыттарын жоғалтпау керек. Ақша фрилансердің шотына жіберіледі. Шекараларды алып тастау тапсырыстар санын көбейтті.

- Жаңа жұмыс орындары пайда болады. Жабдық адамның жұмыс орнын басып алған кезде әлемде жаңа жұмыс орындары пайда болады. Яндекс.Такси тапсырыстарды өз бетінше қабылдайтын, содан кейін жүргізушіге беретін қосымша жасады. Алғашында олардың штатында 6000 такси жүргізушісі болған. 2 жылдан кейін 60 000 такси жүргізушісі болды.

Десе де мүмкіндіктердің кеңеюімен тәуекелдің өсуі сөзсіз.

- Цифрлық экономиканың қазіргі уақыттағы ең өзекті мәселелерінің бірі. Алаяқтық үшін жаңа мүмкіндіктер. Хакерлер тұтынушылардың жеке мәліметтерін ұрлауы мүмкін. Қазір барлық дерлік дүкендерде терминал арқылы немесе электронды әмиян арқылы картамен төлеуге болады. Хакерлер көбінесе басқа адамдардың ақшасымен бірге осы мәліметтерді ұрлау

үшін шабуылдар жасайды. Банктік деректерден басқа хакерлер электрондық пошта мен элеуметтік желілерден фотосуреттерді, хат-хабарларды, парольдерді ұрлайды.

- Мамандықтардың бірте бірте жойылуы. Әрбір бесінші адам жұмыстан босатылмау үшін жалақысын қысқартуға дайын. Олардың орнын жасанды интеллект басады.

- Технологиялық алшақтық. Кейде қажетті әзірлемелердің жоқтығынан цифрлық технологияларға толық көшуге қол жеткізу мүмкін емес.

- Сандық бөліну. Кез келген адам Интернетке тұрақты қол жеткізе алмаса, тіпті мемлекеттік қызметтерді алу үшін аккаунт ашу да мәселеге айналады.

- Сандық құлдық – пайдаланушы Интернетте белсенді әрекеттесе бастағанда, оның еркіндігі азаяды.

- Хакерлердің ақпаратты іздеуге және сатуға арналған өз мекендеу ортасы бар - darknet. Онда заңсыз нәрселердің барлығын табуға болады. Darknet туралы хакерлер туралы фильмдерде жиі айтылады, кітаптар жазылады. қауіпті, себебі алаяқтар адамдардың жеке ақпаратын сатып алады. Тіпті тым жеке ақпараттарын да.

Цифрлық экономика келесі техникалық революцияның бір бөлігі болып табылады. Бұл өзекті болған сайын әлем дамиды: жаңа мамандықтар пайда болады және ескілері жойылады, ақша электронды болады, компьютерлер мен роботтар адамдардың көптеген тапсырмаларын орындайды. Сондықтан да заман талабына сай барлығын уақытылы үйреніп, дұрыс пайдалана білуіміз тиіс.

Қорытынды. Қорытындылай келе, цифрлық экономика - бұл экономикалық өсуді жеделдету, бәсекеге қабілеттілікті арттыру және бүкіл әлемдегі адамдардың өмір сүру сапасын жақсарту үшін үлкен әлеуетке ие дамудың жаңа парадигмасы. Бұл жаңа бизнес-модельдерге, инновациялық өнімдер мен қызметтерге әкелуі мүмкін, сонымен қатар мемлекеттік басқару мен цифрлық қызметтерге қол жетімділікті қамтамасыз етеді.

Цифрлық технологияларды дұрыс пайдалана білуіміз тұрақты, бәсекеге қабілетті және инновациялық экономиканы құрудың негізгі факторы болуы мүмкін, бұл адамдардың ұзақ мерзімді әл-ауқатына және жалпы қоғамның дамуына ықпал етеді.

Қолданылған әдебиеттер

1. Экономиканы цифрландыру – өзекті мәселе// [Электрон. ресурс] – URL: <https://egemen.kz/amp/article/282914-ekonomikany-tsifrlandyru-%E2%80%93-ozekti-masele>
2. Маркова В.Д. — М.: Цифровая экономика: Учебник ИНФРА-М, 2020. — 186 с
3. Эра цифровой экономики // [Электрон.ресурс]–URL: <https://www.hocktraining.com/blog/era-cifrovoy-ekonomiki>
4. Что ждет «Цифровой Казахстан»? Новый тренд в развитии экономики. Аскар Муминов, 03.04.2019. [Электрон. ресурс] – URL: <https://kapital.kz/tehnology/77003/chto-zhdet-tsifrovoy-kazakhstan.html>
5. Плюсы и минусы цифровой экономики//[Электрон. ресурс] – URL: <https://plusimiusi.ru/plyusy-i-minusy-cifrovoy-ekonomiki/>

References

1. Digitization of the economy is an urgent problem// [Electron. resource] – URL: <https://egemen.kz/amp/article/282914-ekonomikany-tsifrlandyru-%E2%80%93-ozekti-masele>
2. Markova V.D. — M. : Digital economy : textbook INFRA-M, 2020. — 186 p
3. Era of digital economy// [Electron. resource] – URL: <https://www.hocktraining.com/blog/era-cifrovoy-ekonomiki>.
4. What's next for "Digital Kazakhstan"? A new trend in economic development. Askar Muminov, 04/03/2019. [Electronic. resource] – URL: <https://kapital.kz/tehnology/77003/chto-zhdet-tsifrovoy-kazakhstan.html>
5. Pros and cons of the digital economy//[Electron. resource] – URL: <https://plusimiusi.ru/plyusy-i-minusy-cifrovoy-ekonomiki/>

Information about the authors

* Saparbayeva Aigul Maksutovna-master of Economics, Abai Kaznpu, e-mail: ASaparbaeva80@list.ru

** Temirkhankyzy Aizhanym-3rd year student, Abai Kaznpu, e-mail: aizhanymt@mail.ru

Авторлар туралы мәліметтер

* Сапарбаева Айгуль Максұтовна – экономика магистрі, Абай атындағы ҚазҰПУ, e-mail: ASaparbaeva80@list.ru

**Темірханқызы Айжаным– 3-курс студенті, Абай атындағы ҚазҰПУ, e-mail: aizhanymt@mail.ru

Сведения об авторах

* Сапарбаева Айгуль Максұтовна-магистр экономика, КазНПУ им. Абая, e-mail: ASaparbaeva80@list.ru

** Темирханқызы Айжаным-студентка 3 курса, КазНПУ им. Абая, e-mail: aizhanymt@mail.ru

УДК 338:004; 330.47; 338:002.6

ИТ-ТЕХНОЛОГИИ КАК ИНТЕГРАЛЬНАЯ ЧАСТЬ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ

Яковлев А.А.¹, Мищенко Т. Л.²

¹менеджер по продажам, ООО «ЕТС», Россия, г. Москва

²Кандидат экономических наук, доцент

Московский университет имени А.С. Грибоедова, Россия, г. Москва

ИТ ТЕХНОЛОГИЯСЫ ҰЙЫМДАРДЫҢ ҚЫЗМЕТІНІҢ ҚҰРАМДЫ БӨЛІГІ РЕТІНДЕ

Яковлев А.А.¹, Мищенко Т.Л.²

¹«ETS» ЖШС сату жөніндегі менеджері, Ресей, Мәскеу

²Экономика ғылымдарының кандидаты, доцент

атындағы Мәскеу университеті. А.С. Грибоедова, Ресей, Мәскеу

APPLICATION OF IT TECHNOLOGIES TO OPTIMIZE BUSINESS PROCESSES

Yakovlev A.A.¹, Mishchenko T. L.²

¹Sales Manager, ООО "ETS", Russia, Moscow

²Candidate of Economics, Associate Professor

Moscow State University named after A.S. Griboyedov, Russia, Moscow

Аннотация. В статье рассматривается сущность и значение информационных технологий в современном бизнесе. Раскрываются виды и функции ИТ-технологий. Показана взаимосвязь операционных процессов с новыми технологиями для оптимизации бизнеса, приводятся примеры. Представлены критерии использования ИТ-технологий для внедрения инноваций. Описываются эффективные методы работы над проектами: система «канбан-доска», «диаграмма Ганта», «искусственный интеллект».

Аннотация. Мақалада қазіргі бизнестегі ақпараттық технологиялардың мәні мен маңызы қарастырылады. ИТ технологиялардың түрлері мен қызметтері ашылды. Операциялық процестер мен бизнесті оңтайландырудың жаңа технологиялары арасындағы байланыс көрсетіліп, мысалдар келтірілген. Инновацияларды енгізу үшін ИТ-технологияларды қолдану критерийлері ұсынылған. Жобалармен жұмыс істеудің тиімді әдістері сипатталған: Канбан тақта жүйесі, Гант диаграммасы, жасанды интеллект.

Annotation. The article examines the essence and importance of information technology in modern business. The types and functions of IT technologies are revealed. The interrelation of operational processes with new technologies for business optimization is shown, examples are given. The criteria for the use of IT technologies for the introduction of innovations are presented. Effective methods of working on projects are described: the "kanban board" system, "Gantt chart", "artificial intelligence".

Ключевые слова: ИТ-технологии, оптимизация бизнеса, интернет вещей, умные города, электронная коммуникация.

Түйін сөздер: ИТ-технологиялар, бизнесті оңтайландыру, заттар интернеті, смарт қалалар, электронды байланыс.

Keywords: IT technologies, business optimization, Internet of things, smart cities, electronic communication.

Современная экономика переходит активно на рельсы цифровизации, в связи с чем основным вопросом является внедрение во всех отраслях IT-технологии. Сокращенное словосочетание расшифровывается как Information Technology, что в переводе с английского означает «информационные технологии» (ИТ или IT).

IT – технологии характеризуют процессы создания, хранения, обмена информации, а также способы реализации этих процессов. Информационные технологии — это использование компьютерных систем или устройств для передачи информации. Такими технологиями пользуются не только работники IT-сферы, но и все люди на планете — от CEO в корпорациях до продавцов на индийских рынках. Крупные компании управляют данными и создают высокотехнологичные продукты, а торговые компании тапочками и специями принимают оплату через мобильные считыватели банковских карт.

Информационные технологии помогают строить «Умные города», налаживать эффективные коммуникации и другое. Например, технологию IoT или «Интернет вещей» используют для создания умных городов. Разработанные алгоритмы анализируют и управляют данными о внешней среде для того, чтобы город был успешным как для муниципалитетов, предприятий, так и граждан. Или при помощи специальных датчиков регулируют частоту и время светового сигнала, чтобы уменьшить заторы на дорогах создавая «Умные светофоры».

А умные мусорные баки автоматически отправляют информацию, что они переполнены. В итоге, операторы, которые вывозят мусор, планируют сбор по мере необходимости, а не по графику. Примером IT – технологий являются так же и «Облачные технологии», так как компании, которая работает с интернет-магазином нужна IT-инфраструктура. Облачные технологии сокращают затраты на приобретение специального оборудования и помогают бизнесу хранить документы, истории сделок с клиентами.

В настоящее время информационные технологии (ИТ) стали интегральной и неотъемлемой частью функционирования организаций, независимо от их масштабов и сферы деятельности. Они приобрели центральное значение в контексте улучшения продуктивности, оптимизации бизнес-процессов, стимулирования инноваций и создания новых продуктов и услуг, что в конечном итоге способствует росту прибыли и снижению затрат.

Современные бизнес-технологии обеспечивают организациям мощные инструменты для оптимизации и улучшения их операций. Эти технологии включают в себя системы управления ресурсами предприятия (ERP), системы управления отношениями с клиентами (CRM), аналитические платформы и облачные вычисления. Они позволяют автоматизировать процессы, снижать риски и улучшать взаимодействие с клиентами. [1]

ИТ играют критическую роль в стимулировании инноваций и разработке новых продуктов и услуг. Анализ больших данных (Big Data) и машинное обучение позволяют организациям выявлять потребительские тренды, прогнозировать спрос и создавать продукты, которые более точно соответствуют ожиданиям клиентов. Интернет вещей (IoT) открывает новые возможности для создания смарт-продуктов и услуг, что усиливает конкурентоспособность компаний. [2]

Практика доказывает, что рост производительности и эффективности бизнес-процессов достигается путем их оптимизации. Оптимизация бизнес-процессов с использованием IT позволяет сотрудникам компании фокусироваться на выгодных альтернативных проектах развития бизнеса, эффективных стратегических задачах, сокращении временных затрат и точности принимаемых решений.

Оптимизация производственных процессов за счет IT-технологий позволяет максимизировать результат деятельности, снижать операционные затраты, экономить на использовании бумажных носителей, эффективно управлять запасами, снижать накладные расходы. Точность операционных программ способствует успешному прогнозированию,

планированию, комплексной диагностике данных для эффективного управления ресурсами, что в конечном итоге увеличивает прибыль компании.

Современные организации активно применяют специализированные программные решения для автоматизации своих бизнес-процессов. Эти решения могут варьироваться от систем управления ресурсами предприятия (ERP) до платформ для управления процессами и рабочими потоками (BPM), создавая модели бизнес-процессов, определяя автоматизированные шаги и правила выполнения, что ускоряет и стандартизирует выполнение задач. Внедрение современных программных решений является преимуществом для повышения конкурентоспособности бизнеса, улучшения коммуникаций и совместной работы. [3]

С помощью электронной почты, видеоконференций и других средств связи можно быстро и эффективно общаться с партнерами, клиентами и сотрудниками. Выбор коммуникационного средства представляет собой важный этап в решении поставленных целей и задач, которые должны выполняться в корпоративном контексте. В современном мире электронной коммуникации, традиционная электронная почта становится менее релевантной, особенно в контексте молодого поколения сотрудников и стажеров. Вместо этого они предпочитают такие мессенджеры, как WhatsApp, Viber, Telegram и Skype, для оперативного обмена информацией и быстрого решения рабочих вопросов.

Один из наиболее привлекательных аспектов использования мессенджеров, таких как Telegram, заключается в их способности сохранять историю переписки, что позволяет новым сотрудникам просматривать предыдущие сообщения и знакомиться с общими правилами и ресурсами чата. Этот аспект считается удобным и эффективным для коллективов среднего размера (15-20 человек), позволяя им организовать мини-чаты и общаться по конкретным проектам и задачам.

Выбор оптимального мессенджера в корпоративном контексте следует проводить с учетом размера организации и ее специфических потребностей в коммуникации и совместной работе. Каждый из мессенджеров имеет свои сильные и слабые стороны, и выбор зависит от конкретных потребностей и характеристик компании. [4]

Также одним из главных вопросов для бизнеса является увеличение эффективности работы за счёт использования информационных технологий. Одним из наиболее эффективных методов работы над проектами является система «канбан-доска», «диаграмма Ганта», «искусственный интеллект» и другие.

Канбан-доска - инструмент визуализации и управления рабочими задачами и процессами, широко используемая в управлении проектами, разработке программного обеспечения и других областях бизнеса. Она представляет собой горизонтальную или вертикальную доску, разделенную на колонки, которые отображают различные этапы выполнения задачи или процесса.

Каждая задача или задание представлена карточкой, которая перемещается по колонкам от начала до завершения выполнения. Этот процесс перемещения карточек по доске позволяет членам команды и управленцам наглядно видеть текущее состояние всех задач, определять бутылочные горлышки и оптимизировать рабочий процесс. К основным принципам данной системы следует отнести:

- 1) визуализация процесса, представляющая каждую задачу видимой, что облегчает отслеживание ее состояния;
- 2) ограничение рабочего объема по количеству задач, которые могут находиться в каждой колонке, что способствует управлению равномерным потоком работы;
- 3) оптимизация процессов и увеличение эффективности работы;
- 4) гибкость системы, так как канбан-доска легко настраивается под конкретные потребности команды.

Использование Канбан-доски помогает управлять задачами, минимизировать задержки, увеличивать производительность и улучшать качество работы. Этот методологический инструмент становится все более популярным в различных отраслях благодаря своей простоте и эффективности в управлении проектами и процессами.

«Диаграмма Ганта» - инструмент визуализации и управления проектом, который используется для планирования, отслеживания и управления временными и задачами аспектами проекта. Она представляет горизонтальную бар-диаграмму, где ось X отображает временные, а ось Y представляет собой список задач или заданий, необходимых для завершения проекта.

Каждая задача представлена горизонтальной полосой или баром на диаграмме, который начинается и заканчивается в соответствии с запланированными датами начала и завершения задачи. Длина бара обычно соответствует продолжительности задачи. Этот метод визуализации позволяет четко видеть, какие задачи должны быть выполнены, в каком порядке и в какие сроки. Основные элементы диаграммы Ганта включают:

- 1) задачи и подзадачи, каждая из которых разбивается на более мелкие подзадачи;
- 2) длительность задач, характеризующаяся продолжительностью длиной соответствующего бара на временной шкале;

- 3) зависимость задач;

- 4) майлстоуны, этапы проекта;

- 5) ресурсы и исполнители для каждой задачи;

- 6) календарные события или сроки, влияющие на выполнение проекта.

Диаграмма позволяет проектным менеджерам и командам следить за ходом выполнения задач, выявлять риски и оптимизировать процессы. С помощью программного обеспечения можно создать наглядное представление проекта.

Искусственный интеллект (ИИ) - современные информационные технологии, включающие инновации, такие как GPT (Generative Pre-trained Transformer) и Mi Journey, которые играют существенную роль в организации проектов и разработке новых продуктов и услуг. Новейшие технологии, основанные на ИИ предоставляют уникальные возможности для ускорения и упрощения процессов инноваций и создания более конкурентоспособных продуктов. [5]

Одним из главных достижений в области искусственного интеллекта является GPT (Generative Pre-trained Transformer) и его последующие версии. Эти языковые модели способны генерировать текст и контент, который крайне близок по качеству к человеческому. В контексте разработки новых продуктов и услуг, GPT и аналогичные технологии могут создавать тексты, описания, идеи и концепции быстрее, чем это делалось бы вручную. Это ускоряет начальную стадию разработки, позволяя компаниям быстрее выходить на рынок с инновационными решениями. Кроме того, модели GPT и подобные им способны генерировать новые идеи и вариации концепций, предоставляя дизайнерам и разработчикам ценные вдохновение.

Использование Mi Journey позволяет более глубоко понимать потребительские предпочтения и поведение пользователей, создавая продукты, которые более точно соответствуют ожиданиям клиентов, повышая качество и конкурентоспособность. Анализ данных, предоставляемых технологией Mi Journey, также помогает выявлять тренды и нерабочие решения, что может существенно снизить риски при разработке новых продуктов и качественно продвинуть товар к рынку.

Для глубокого анализа бизнес-процессов на практике используют системы бизнес-аналитики (BI). За счёт применения машинного обучения, аналитики способны выявлять закономерности и ключевые показатели производительности (KPI), необходимые для измерения успешности проекта.

Таким образом, IT-технологии обеспечивают автоматизированный процесс сбора данных о проектах из различных источников, таких как финансовые системы, системы управления ресурсами предприятия (ERP), и средства управления задачами. Это уменьшает ручной труд и снижает вероятность ошибок при сборе и интеграции данных. С использованием IT-технологий можно генерировать отчеты о текущем состоянии проекта и его производительности. Кроме того, на основе анализа данных можно строить прогнозы развития проекта, что позволяет предвидеть потенциальные проблемы или возможности для оптимизации бизнеса.

Список литературы:

1. Божко В.П., Власов Д.В., Гаспарян М.С. Информационные технологии в экономике и управлении. - М.: ЕАОИ, 2018. - 120 с
2. Внедрение искусственного интеллекта: как государство поддерживает отрасль // РБК URL: <https://www.rbc.ru/economics/07/08/2023/64cb69909a79477320ae5ebe> (дата обращения 16.10.2023)
3. Годин В. Управление информационными ресурсами: Учебник. / Годин, В., Корнеев, И.К. – М.: Высшая школа, 2019. – 352с
4. Информационные технологии и их использование в управлении бизнесом. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rb.ru/opinion/informacionnye-tehnologii/> (дата обращения 07.10.23)
5. Оптимизация элементов ИТ. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.info-strategy.ru/> (дата обращения 12.10.23)

BANKING INNOVATIONS AS A FACTOR OF INCREASING COMPETITIVENESS

Abdurazakov N.M.

Dokuz Eylul University, Izmir, Turkey

Summary. This article discusses the issues of unrealized potential of innovative activity of banking institutions in the market, factors of financial innovation in commercial banks, as well as current trends in the development of banking innovations at the present stage of development of society.

Keywords: financial innovation, banking sector, competitiveness, banking products, Internet banking, formation technologies.

The economy is developing and forming an institutional framework for competition and is developing in all spheres of activity, including the banking sector. Consequently, the economic processes taking place at the present stage of the country's development give rise to problems of a less extensive and less intensive development trajectory, which determines the new quality of functioning of economic entities and banking institutions. The realities of modern life reflect the situation of how important changes are in the banking sector.

The model of intensive development of the banking sector is characterized by the following characteristics:

1. A high level of competition, both in the banking market and in the financial services market as a whole, which is facilitated by the implementation of the principle of "proportionality" in regulating and preventing the conditions necessary for regulatory arbitration by participants in all segments of the financial market.

2. Provision of banking services by credit agencies to the population and various and modern companies.

3. The level of capitalization of the banking sector corresponding to the development goals, increasing the competitiveness and efficiency of banking activities[1].

4. Developed corporate governance and risk management systems that ensure, among other things, long-term efficiency of banking activities, balanced management decisions and timely identification of all risks, conservative assessment of the possible consequences of their implementation and the adoption of adequate risk protection measures.

5. High degree of transparency (openness, transparency) and market discipline of credit institutions and other market participants.

6. Responsibility of directors, members of boards of directors (supervisory boards) and owners of banks to a respectable and balanced company, as well as the reliability of information published and submitted to supervisory authorities. and monitoring.

All these signs determine the possibilities and directions of functioning of banking organizations.

In recent decades, not only has the banking system been constantly changing, taking into account the needs of the market economy (drastic changes have affected the financial and monetary system of the country), but there is also a rapid increase in qualitative changes, which is reflected in the level of competition and the aspirations of the economy. Banking institutions reflect an active position in the market.

A modern bank is no longer a bank that chooses a waiting position, but one that chooses an offensive strategy. This momentum is due to the fact that the banking sector of the global economy has changed significantly in recent years due to the globalization of financial markets and the consolidation of the banking sector. These changes lead to a reduction in the number of banks due to

their mergers and/or acquisitions, concentration of bank capital and expansion of banking business. The globalization of the economy leads to the internationalization of banking activities and the expansion of the supply of non-banking products and services. The process of globalization of bank activation requires consideration of the possibility of developing and deploying innovative products of credit institutions, which makes the study of the problem of increasing the competitiveness of banks in the domestic and foreign markets very relevant[1].

At the same time, the level of competitiveness of banking companies should be understood as the effective realization of the potential and real capabilities of the bank to create competitive products and services in order to create a stable and reliable bank that can fully meet the modern needs of its customers.

The reaction of banks to major changes in the banking sector is reflected in the development of new market instruments for bank lending and financing, as well as in the use of advanced technologies.

Innovations in commercial banks include innovations in the development of technologies and the provision of banking products, as well as the introduction of new organizational solutions that will allow the bank to increase its competitive advantages, taking into account the adopted development strategy. The use of innovations in the activities of commercial banks is ultimately aimed at fully meeting the needs of individuals and society.

The topics of finance and innovation are credit and financial organizations, including banks and non-bank credit organizations. The development of innovations has an impact on the financial sector and leads to qualitative changes, which are reflected in changes in the activities of business entities. The economic nature of innovation, therefore, is related to its belonging to the processes of development of social reproduction. The term "financial innovation" refers to belonging to a system of monetary relations that expresses the formation, distribution and use of funds in the process of their circulation. In other words, financial innovations, like others, serve as tools for the development of social production. The term "banking innovation" refers to the process of creating new services or products or changing the parameters of existing services (products), which leads to a change in data processing technology and thereby activates cash flows.

Thus, in connection with financial and banking innovations, we can say that they are aimed at activating cash flows by changing the quality of relations between goods and money. The factors of financial innovation in commercial banks depend on the causes and are determined by the final effect. The development of innovative activities of commercial banks is a relatively new direction of their development, but against the background of active banking activities of global banking institutions, banks are forced to actively restructure their activities for modern and minimally expensive types of activities[2].

In the information society, the time factor plays an important role in the innovation of banking services, since commercial banks are the first to enter the market with a new product in this area in order to adequately compete in the market of banking products and services. In developed countries, banking innovations cannot be considered as a new banking product (business) for a bank, although it has already been distributed among other banks in the country.

In the banking sector, the innovation process began not so long ago.

Therefore, our country is characterized by the appearance of a new banking product, which appears in the bank for the first time. At the same time, a new foreign banking product falls under the definition of banking innovation. The development of innovative activities of credit institutions involves the creation and use of new financial products and services to a large extent. The reasons for introducing innovations in the banking sector, first of all: financial globalization, regulation.

The market, growing risks, the desire to increase profitability, reduce costs, etc. Currently, innovation is not only one of the phenomena that determine economic growth, development and structural changes, but also an important process that stimulates banking. The use of a modern approach to the development of a banking organization in the last decade has marked a qualitatively new stage in the development of financial markets in developed countries. An innovative approach and innovative development of any economic activity are currently one of the main priorities determining the successful functioning of a credit institution. In the context of global transformations and

uncertainties, it is necessary to study changes in foreign practice in order to effectively manage macroeconomic trends in the domestic banking market and adjust existing financial innovations, including banking innovations. The flow of financial innovations has steadily grown, especially new products and technologies (microprocessor bank cards, electronic transactions, new risk protection tools, etc. The horizons of the new economy determine the development of new technologies and innovations in the activities of credit institutions, which has a strong impact on the level of competition [2].

Innovations affecting the competitiveness of credit institutions can be classified according to the following criteria:

- the nature of the relationship (management, technological innovation);
- economic content (product, technology);
- direction of impact (internal, customer);
- type of satisfaction of needs (focuses on existing needs, focuses on creating new needs);
- implementation requirements (marketing, management, structural, institutional, independent);
- according to the technologies used (for borrowers, investors, new types of consulting services).

Each credit institution strives to use its innovative potential, taking into account not only the requirements of the banking products market, but also the rationality of its implementation. Based on this, banking innovations can be divided into the following types:

- radical innovations, that is, basic ones, the introduction of which is aimed at fundamentally new banking products and qualitatively new technologies.
- combinatorial innovations combining many different combinations and elements, including existing banking products with new elements;
- the modified innovations are designed to make the necessary changes to existing banking products.

The development of the banking system is currently influenced by many factors. The following factors can be considered as the direction of stimulating innovation by credit institutions:

- interbank competition;
- state economic policy;
- maturity of commodity-money relations;
- social orientation;
- state economic system; legal framework and legal acts.

Creating a new product involves risks, including risks associated with a lack of capital, resources, liquidity and credit, insurance, accounting, tax, legislative, regulatory and operational risks. The situation with a decrease in the equity of credit institutions is characterized by a decrease in the ability of a credit institution to compensate for potential financial losses at its own expense, and not at the expense of its customers.

The central bank pursues a policy of ousting small banks from the market by gradually increasing the minimum capital. At the same time, it is difficult for small financial structures to develop under the pressure of large banks. The latter usually have lower interest rates on loans to corporate borrowers and on certain types of retail credit products. In this context, the development and use of banking innovations allows, on the one hand, to intensify work with clients and, on the other hand, to reduce the costs of banking operations.

Another argument in favor of the development of banking innovations is a decrease in the competitiveness of banks against the background of capitalization of banks with foreign capital, which reduces the overall profit of banks.

Taking into account the deterioration in the activity of the banking sector due to the regulator's policy to increase the liquidity and reliability of the banking sector, competition between other banks is also increasing, given the high level of differentiation. In the context of globalization, banks are forced to look for new organizational forms for their business in order to achieve sustainable competitive advantages. One of the factors that can increase the competitiveness of the company is the active use

of innovative production technologies that require the development of scientific, technical, financial and social activities in the context of a new institutional environment.

Almost all credit institutions face the problem of rising costs in their banking business. In order to survive in a difficult situation, banking organizations need to optimally coordinate expenses with current business volumes. It is necessary to minimize transaction costs and reduce operating costs. To achieve these goals, banks are taking important steps in such areas as optimizing employee and branch networks, centralizing management in general and IT infrastructure in particular, as well as standardizing services and business processes at all bank sites. It is also necessary to develop electronic channels of access to banking services (cheaper than traditional ones) in order to increase the overall degree of automation of processes and procedures. These tasks are especially important in mergers and acquisitions, since it is necessary to maintain at least a customer base and service level, maintain the product line of the business that is being captured, and standardize banking products. It can be said that improving operational efficiency and reducing costs can become a real competitive advantage and provide some freedom of maneuver for possible maneuvers in the face of a complicated market situation.

Remote banking of remote banking services is a relatively new direction for the introduction of banking innovations and is becoming increasingly in demand by public sector customers. The main types of RBS in the market of banking products [3].

Internet banking is currently considered the most popular banking product. In recent years, the share of users of Internet banking services in the total volume of private clients of banks has increased 3-4 times. The trend is positive, which indicates not only the expansion of this product, but also an increase in trust and relevance on the part of the bank's customers. According to the Department of Information Technology, the share of retail customers connected to Internet Banking is constantly growing. Currently, only 12-13% of all retail customers use Internet Banking. But five years ago, this percentage was significantly lower: only 4% of customers used the remote service system. The total share of Internet banking users currently accounts for more than 60% of the total number of bank customers. The demand for this product is associated with the acceleration of the pace of life. Today, 40-45% of customers of any bank are users of various forms of Internet banking, whether it is access with full functionality or exclusively informational support. In the EU countries, this figure is 75-85% of the customer base of banks, since the penetration of technologies and their availability there began earlier.

Current trends in the development of banking innovations at the present stage of the development of society are:

1. Mobile devices. They become the main channel of interaction between banks and their clients. Recently, in addition to mobile banking and remote banking, many credit organizations have been actively engaged in banking marketing to promote banking products through this channel (creation of new mobile applications, data visualization, personal finance management through a personal account from a mobile phone, etc.)

2. The use of social networks in the promotion of new banking products (proposals for investment programs, their rating assessment)

3. Further promotion of such a banking product as the development of remote banking services (RBS). Provides a reduction in the number of bank offices and branches. On the one hand, this will require the growth of professional literacy, since the offer of banks concerns not only simple, but also more complex banking products. However, such operations will stimulate long-term relationships of banks with customers (mortgages, investment programs).

4. A customer relationship management system that allows you to track and control the history of customer relationships with banks. The direction of this work allows not only to monitor the most popular banking products in the context of the customer base, but also to determine the needs of the client in a particular banking product.

5. Launching a special banking application for managing your own finances for a device created for a new conceptually global information technology market such as Google Glass. With this

application, the client will be able to perform simple banking operations - card payments, bill payments, cash withdrawals and even transfers between cards using voice commands.

The reasons that have so far prevented the introduction of an innovative factor in improving the competitiveness of the banking sector include:

- insufficient demand for banking innovations due to insufficient awareness of the bank's customers, which reduces the activity of interest in the use of innovative banking developments;
- low solvency of the population, which means that it cannot pay higher prices for better products;
- a small number of highly qualified specialists capable of working in the field of innovation;
- the lack of an effective and consistent state innovation policy that affects the interests of domestic banks.

Competition between banks for attracting new customers will inevitably lead to the development of new, more efficient algorithms for organizing business processes. This applies both to the change in the management structure of the bank and its enterprises, and to the use of new models for attracting and supporting customers, including the development of new banking products and areas of high quality customer service and reducing the cost mechanism of banking services.

LIST OF USED LITERATURE

1. Ivanova O.V. About the essence of banking innovations/ O.V. Ivanova//FES: Finance. Economy. Strategy. Series: Innovative Economy: The Human Dimension. VGTA.2010. – No. 3. – pp.21-25.
2. Lyubimtsev Yu. On the way to the innovative evolution of the Financial System of Russia // www.innovation.ru .
3. Khaustov Yu.I. Innovation process in the system of public relations. Monograph/ ed. Khaustov Yu.I., Soloviev B.A., Bocharov V.P. – Voronezh: VSU Publishing House, 2001. – 101 p.

Information about the authors

Abdurazakov Nursultan Maksutovich – 1st year Master's student of the specialty "Finance", Dokuz Eylul University, e-mail:nursultanmaksutuly@gmail.com

УДК 338.1

ЦИФРОВИЗАЦИЯ КАК ТРЕНД РАЗВИТИЯ ЭФФЕКТИВНОГО БИЗНЕСА

Абдуразакова Г.М.¹, Омар Н.Т.²

Алматинский гуманитарно-экономический университет, г. Алматы, Республика
Казахстан

² Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация: В статье представлены проблемы и тенденции цифровизации как экономики в целом, так и предпринимательских структур, в частности. Определено, что цифровая экономика характеризуется ростом доли знаний, инноваций, ростом доли услуг и нематериальных активов. Рассмотрено то, что в цифровой экономике ключевым ресурсом производства являются данные в цифровом виде. На основе цифровых данных и цифровых технологий обеспечивается рост производительности труда, повышение конкурентоспособности предприятий, создание новых рабочих мест. Дана характеристика этим компонентам в виртуальных сообществах: клиентами являются пользователи социальной сети, в которой им предлагают площадки для коммуникации, товары и услуги, виртуальные встречи в сети, доход может обеспечиваться собственной рекламной платформой, подписной моделью, взаимоотношениями с покупателями.

Ключевые слова: бизнес, цифровая экономика, цифровизация, предпринимательство, экономика домохозяйства, рынок, цифровой маркетинг, информационные технологии.

ЦИФРЛАНДЫРУ ТИІМДІ БИЗНЕСТІ ДАМУҒА ҮРДІСІ РЕТІНДЕ

Абдуразакова Г.М.¹, Омар Н.Т.²

Алматы гуманитарлық-экономикалық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы
2 Каспий қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

Андатпа: Мақалада жалпы экономиканы да, кәсіпкерлік құрылымдарды да цифрландырудың проблемалары мен тенденциялары келтірілген. Цифрлық экономика Білім, инновация үлесінің өсуімен, қызметтер мен материалдық емес активтер үлесінің өсуімен сипатталатыны анықталды. Цифрлық экономикада өндірістің негізгі ресурсы цифрлық түрдегі деректер болып табылады. Цифрлық деректер мен цифрлық технологиялар негізінде еңбек өнімділігінің өсуі, кәсіпорындардың бәсекеге қабілеттілігін арттыру, жаңа жұмыс орындарын құру қамтамасыз етіледі. Виртуалды қауымдастықтардағы осы компоненттерге сипаттама берілген: клиенттер әлеуметтік желіні пайдаланушылар болып табылады, онда оларға байланыс алаңдары, Тауарлар мен қызметтер, желідегі виртуалды кездесулер ұсынылады, кірісті өзінің жарнамалық платформасы, қол қою моделі, сатып алушылармен қарым-қатынас қамтамасыз ете алады.

Түйін сөздер: бизнес, цифрлық экономика, цифрландыру, кәсіпкерлік, үй шаруашылығы экономикасы, нарық, цифрлық маркетинг, Ақпараттық технологиялар.

DIGITALIZATION AS A TREND OF EFFECTIVE BUSINESS DEVELOPMENT

Abdurazakova G.M.¹, Omar N.T.²

Almaty University of Humanities and Economics, Almaty, Republic of Kazakhstan
2 Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

Abstract: The article presents the problems and trends of digitalization of both the economy as a whole and business structures in particular. It is determined that the digital economy is characterized by an increase in the share of knowledge, innovations, an increase in the share of services and intangible assets. It is considered that in the digital economy, the key resource of production is digital data. On the basis of digital data and digital technologies, labor productivity growth, increased competitiveness of enterprises, and the creation of new jobs are ensured. The characteristics of these components in virtual communities are given: customers are users of a social network in which they are offered platforms for communication, goods and services, virtual meetings on the network, income can be provided by their own advertising platform, subscription model, relationships with customers.

Keywords: business, digital economy, digitalization, entrepreneurship, household economy, market, digital marketing, information technology.

На современном этапе во всех сферах жизни общества происходят изменения посредством внедрения цифровых технологий. Цифровизация активно проникает в различные процессы от оказания государственных услуг до создания новых продуктов. Организации, которые используют современные технологии и разработки, улучшают свои экономические показатели, экономя время, ресурсы, налаживая бизнес-процессы, начиная от документооборота внутри компании и, заканчивая максимальной персонализацией взаимодействия с клиентами.

Цифровые технологии применяются и в предпринимательской сфере. Они позволяют быстрее и точнее формировать отчетности в режиме реального времени и создавать благоприятные условия для управления бизнесом в целом.

Любой современной организации необходимо адаптироваться к постоянно изменяющейся внешней среде. Разработка и выпуск новой продукции, выход на международные рынки, привлечение дополнительных средств, маркетинговые мероприятия – всё это влечёт за собой большое количество сложных операций, ускорение финансового планирования, финансовой консолидации. Все эти процессы оптимизируются с помощью применения цифровых разработок и интернет-платформ по их управлению.

На сегодняшний день крупные предприятия активно наращивают компетенции в области цифровых технологий и успешно реализуют пилотные проекты с их использованием. Новая цифровая экономика строится на иных правилах и принципах, включает в себя новые направления, например, такие как: Big Data и анализ данных, мобильные технологии, искусственный интеллект, роботизация, биометрия, распределенные реестры, облачные технологии.

Цифровая экономика – это деятельность, ключевые факторы которой – данные в цифровом виде, а их обработка и использование в больших объёмах позволяет повышать качество, эффективность и производительность при производстве, продаже, хранении и доставке товаров и услуг [1].

Цифровая экономика состоит из трёх уровней:

- сферы деятельности экономики (отрасли и отдельные рынки), где осуществляется взаимодействие субъектов – поставщиков и потребителей;
- технологии и платформы, на которых формируются компетенции для развития отраслей и рынков;
- среда, где создаются условия для развития технологий и платформ, а также для эффективного взаимодействия субъектов рынка. Ещё данный уровень охватывает нормативное регулирование, информационную инфраструктуру и безопасность.

В данной среде человек, как главный действующий индивидиум производительных сил, станет другим, что непременно приведет за собой трансформацию трудовых отношений и изменению социальных стандартов в обществе в целом.

Разработка и внедрение «цифровой» экономики приведет к внедрению новейших технологий и процессов (производственных, финансовых, управленческих, социальных и других) формирующих особенности организации и развития предпринимательских структур, а это в свою очередь обеспечит огромное количество позитивных и долгосрочных эффектов и последствий в виде формирования стратегического ресурса для реализации его потенциала в экономике. По нашему мнению, представляет практический интерес идея взаимодействия финансово-кредитного механизма субъектов хозяйствования предложенная авторами, которая в полной мере описывает механизм финансовых отношений который возникает при объединении усилий производителей продукции (домохозяйств, малых и средних предприятий), поставщиков сырья и материалов, маркетинговых структур и торговых организаций задействованных в продвижении и сбыте продукции.

Анализируя сегодня многие положительные моменты предстоящего периода развития мировой цивилизации (глобальная «цифровая» экономика), следует говорить и о том, какие цифровые технологии несут в себе как социальные блага (при создании новых товаров, услуг), так и риски социальной, экологической и личностной деградации для самого человека-субъекта данного процесса.

Развитие века технологии требует адаптации к новым бизнес реалиям, поэтому большинство казахстанских компаний работают над цифровым преобразованием бизнеса. Его необходимость на сегодняшний день не может быть преуменьшена, поскольку лица принимающие важные решения в бизнесе, считают, что без адаптации к цифровому рынку они столкнутся со значительными задержками роста и прибыли. Вот почему пришло время взглянуть на важность цифровой трансформации для казахстанского рынка. Бизнесу это необходимо. Крайне важно его реализовать. Предприниматели на данный момент несут затраты, тратят время на вбивание номенклатуры вручную, что неизбежно сопряжено с ошибками, а каждая ошибка потом требует времени на исправление. Малому бизнесу предоставлена масса возможностей. Необходимость цифровизироваться – это требование времени, мы должны показать тренд, вывести малый бизнес из тени. Цифровизация - это в первую очередь эффективность ведения бизнеса. От этого зависит и устойчивость самого бизнеса. Технологии не стоят на месте. Особенно это касается вопросов развития бизнеса.

Так, для развития малого и среднего бизнеса (МСБ) все государственные услуги в Казахстане будут переведены в онлайн-формат на безальтернативной основе. Цифровизация и развитие МСБ - два неразрывных понятия. В центрах обслуживания предпринимателей по Республике Казахстан созданы зоны самообслуживания для обеспечения прямого доступа предпринимателей МСБ к электронным услугам государства и мерам государственной поддержки бизнеса. Сегодня на портале egov.kz из 746 государственных услуг, широко представленных бизнесу и населению, автоматизированы около 50% услуг (452). На сайте зарегистрировано более 6 млн пользователей, а мобильное приложение egov.kz, доступное для android и iOS систем, используют 3,5 млн пользователей. Возможности, предоставляемые цифровизацией, могут спокойно заменить работу различных экспертных групп и комиссий на автоматизированные процессы, которые исключают вероятность принятия решений на основании субъективных мнений. Наряду с этим, при интеграции информационных систем госорганов сократится более 50% документов, полей заполнения и сроков рассмотрения. Каждый день ведется эффективная работа по внедрению цифровых технологий по вопросам оказания услуг.

В целях обеспечения возможностей цифровизации каждому человеку НПП «Атамекен» предложила автоматизировать работу центров обслуживания предпринимателей. Во всех 25 центрах обслуживания предпринимателей (далее — ЦОП) в городах, 189 ЦОП в районных центрах и моногородах будут созданы зоны самообслуживания, которые с помощью консультантов обеспечат доступ к электронным услугам государства и мерам господдержки предпринимателям, не имеющим прямого доступа к интернету. «Автоматизация ЦОП позволит уменьшить бюджет на оказание нефинансовой поддержки бизнесу, увеличить зоны покрытия, снизить документооборот, оптимизировать численность консультантов.

Системная работа в этом направлении уже в текущем году позволит сократить время оказания господдержки и количество требуемых документов на 50% и проверок на 30%, что сократит издержки бизнеса к 2023 году на 8,4 млрд тенге», — отмечают в НПП «Атамекен» [2].

Более того, цифровые технологии и устройства, такие как смартфоны, смартпродукты, искусственный интеллект, обещают значительные изменения в жизни потребителей в ближайшем будущем. Основными результатами проведенного исследования выступают следующие научно обоснованные основные выделенные из общих принципы и ресурсы «цифровой» экономики и каким образом изменения в цифровой технологии пересматривают процесс и стратегию маркетинга, а также последствия этой трансформации для исследований в широком пространстве, которое называется «цифровой маркетинг». Для более полного представления о важных составляющих «цифровой» экономики представляем в следующей структуре.

1. Основные ее принципы, которые заключаются в следующем:

- глобальный доступ к ресурсам без посредников;
- предоставление ресурсов в аренду;
- использование волонтерской модели (OpenSource модель);
- продажи по требованию через глобальные экосистемы.

2. Перечень основных ресурсов, которые представлены как:

- вычислительно коммуникационная инфраструктура;
- технологии;
- IP блоки;
- человеческие ресурсы;
- бизнес-модели;
- интеллектуальные онлайн производства;
- финансы.

3. Важной характеристикой, которая отличает цифровую среду от традиционной маркетинговой среды, является легкость, с которой клиенты могут делиться информацией из уст в уста, а не только с несколькими близкими друзьями, но также с незнакомцами в расширенной социальной сети. В цифровой среде клиенты могут публиковать обзоры продуктов, услуг, брендов и предприятия на веб-сайтах фирм, а также сторонних веб-сайтах и социальных сетях, и эти обзоры охватывают гораздо большее число потенциальных клиентов. В исследовании цифровой маркетинговой среды основное внимание уделяется важному вопросу мотивации: почему люди вносят свой вклад в социальные сети? Исследования отличают два типа полезности, которые вкладчик получает из социальных сетей: (1) внутренняя полезность, прямая полезность публикации контента и (2) связанная с изображениями утилиты, полученная из восприятия других. Эти два типа полезности можно эмпирически различать, поскольку первое зависит от поведения, тогда как последнее относится только к числу последователей, которых человек имеет в социальной сети [3].

Поисковые системы – позволяют клиентам получать бесплатную информацию о продуктах и услугах и идентифицировать фирмы и бренды, соответствующие их критериям поиска. Поисковые системы предоставляют органические (естественные) списки веб-сайтов, а также платные поисковые объявления в ответ на ключевые слова, которые вводят пользователи.

Концепция продукта претерпевает быстрое преобразование в эпоху цифровых технологий. Во-первых, увеличение основного продукта с помощью услуг становится все более цифровым, в котором основная ценность продукта увеличивается со значением, полученным из цифровых улучшений (например, автомобили с GPS-системами, сенсорные технологии самообслуживания). Во-вторых, сетевое взаимодействие продуктов с использованием онлайн технологий и мобильных технологий порождает экономику аренды, в которой бездействующая стоимость принадлежащих ему продуктов (например, жилья и автомобилей) выпускается через цифровые сети для аренды (например, Airbnb и Uber). Такие сетевые технологии также управляют событиями в Internet, где продукты внедряются с помощью интеллектуальных технологий, позволяющих общаться друг с другом и с пользователями.

Цифровые продукты и услуги имеют очень низкие или нулевые предельные затраты на производство и распределение. Это имеет важное значение для ценообразования и доходов, особенно в контексте производственных линий, состоящих из традиционных форматов, а также цифровые форматы.

Последней тенденцией в медийной рекламе является перенацеливание, в котором клиент подвергается впечатлению ранее просмотренным продукцией. Было обнаружено, что объявление, которое является одновременно навязчивым и целенаправленным оказывает меньшее воздействие на покупку, чем объявления, которые только один или несколько раз были показаны клиенту. Это воздействие также зависит от категории продукта. В более частных категориях, таких как финансовые или товаров медицинского назначения, этот эффект является наиболее заметным [4].

С появлением новых мобильных устройств, таких как смартфоны и планшеты, атрибуты устройства и использования потребителей этих устройств имеют существенное значение для маркетинга. Используя данные пользователей микроблогов, сравнение поведения посетителей на мобильных телефонах в сравнении с их просмотром поведения на персональных компьютерах.

Исследование показало, что рейтинг эффекты были сильнее для мобильных телефонов: когда пост перешел на одну позицию, скорость щелчка увеличилась на 37%, что на 12% выше, чем рост из-за движения на одну позицию вверх на ПК. Потребители приписывали такие различия с меньшим размером экрана и, соответственно, более высокие затраты времени для поиска на мобильных телефонах. Мобильные устройства обеспечивают новую платформу для существующих цифровых маркетинговых каналов, таких как электронная почта, изобразительной рекламы (в мобильных приложениях), поиск и т.д. Повсеместное использование мобильных устройств расширяет возможности рекламодателей. По мере того как клиент развивает свою пользовательскую базу постоянных приложений на своем устройстве, который в большей степени полагается на мобильных устройствах, сдвиг дает больше возможностей для рекламодателей [4].

Таким образом, в данной статье были рассмотрены современные информационные и цифровые технологии бизнес структуры. В процессе развития и применения цифровых технологий повышается уровень конкурентоспособности технологий в целом, растет ассортимент, качество, уровень доступности и безопасности предлагаемых услуг, а также снижаются издержки и риски в бизнесе. Появление и внедрение новых рыночных технологий в предпринимательстве: производственных, финансовых, управленческих, социальных и других отраслях экономики народного хозяйства может приводить к большому количеству позитивных эффектов и благоприятных последствий.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Цифровая экономика: виртуальная и реальная сущность. Справочник / В.И. Богачев, В.Г. Пеннер, И.А. Денисенко и др., под. ред. В.И. Богачева. Луганск: Промиздат, 2021. 133 с.
2. НПП, НЭП «Союз «Атамекен» ([http:// atameken.kz](http://atameken.kz)).
3. Кузубов А.А., Максимова В.С. Взаимодействие финансово-кредитного механизма субъектов хозяйствования на принципах маркетинга Серия: Экономика и управление. 2020 г. №3(26). С. 46-50.
4. Тешев В.А., Бабалян Э.Б., Блягоз З.У., Нагоев А.В., Шелехова Л.В. Проникновение цифровых технологий в жизнь – характерная особенность будущего мира. URL: <http://www.rusnauka.com/pdf/236635.pdf>

Сведения об авторах

*Абдуразакова Гүлрүх Максұтовна – магистрантка 1 курса ОП «Экономика», г. Алматы, Республика Казахстан, e-mail: gulrukh.ma@gmail.com

**Омар Нурмухамед – Студент 2 курса ОП «Корпоративные финансы», Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан, e-mail: OmarN@mail.ru

Авторлар туралы мәліметтер

* Абдуразакова Гүлрүх Мақсұтқызы - "Экономика" ББ 1 курс магистранты, Алматы қ., Қазақстан Республикасы, E-mail: gulrukh.ma@gmail.com

** Омар Нұрмухамед - "Корпоративтік қаржы" ББ 2 курс студенті, Каспий қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы, e-mail: OmarN@mail.ru

Information about the authors

*Abdurazakova Gulrukh Maksutovna – 1st year master's student of the OP "Economics", Almaty, Republic of Kazakhstan, e-mail: gulrukh.ma@gmail.com

**Omar Nurmukhamed – 2nd year student of the OP "Corporate Finance", Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan, e-mail: OmarN@mail.ru

1С ЖҮЙЕСІНДЕ ҚОЙМАДАҒЫ БУХГАЛТЕРЛІК ЕСЕП

Ажибекова А.Д. , Мирас университеті,
Шымкент қ., Қазақстан Республикасы

Аннотация. В статье рассматривается ведение бухгалтерского учета на складе в системе 1С-Бухгалтерия, для учета вновь полученных товаров и реализации со склада материально-ответственные лица (... мол), поставщик и получатель товара ставят подпись, а так же материальные ценности приходуются по приходному ордеру на склад торговой организации. ТМЦ предназначены для учета вновь полученных материальных ценностей на склад и для реализации и отпуска их со склада, за их учет ответственность ложится прямо на материально-ответственных лиц

Түйін. Мақалада сауда саласы кәсіпорындарында 1С-Бухгалтерия жүйесінде қоймадағы бухгалтерлік есебі қарастырылған, жаңадан алынған тауарларды есепке алу және қоймадан өткізу үшін материалдық жауапты тұлғалар (... тауарды жеткізуші мен алушы қол қояды, сондай-ақ материалдық құндылықтар сауда ұйымының қоймасына кіріс ордері бойынша келеді. ТМҚ жаңадан алынған материалдық құндылықтарды қоймаға есепке алуға және оларды қоймадан сатуға және босатуға, оларды есепке алуға арналған жауапкершілік тікелей материалдық жауапты тұлғаларға жүктеледі

Summary. The article discusses accounting in a warehouse in the 1С-Accounting system to account for newly received goods and sale from the warehouse, the materially responsible persons (... they say), the supplier and the recipient of the goods sign, as well as the material values are accounted for by the receipt order to the warehouse of the trade organization. Goods and materials are intended for accounting of newly received material values to the warehouse and for their sale and release from the warehouse, for their accounting responsibility falls directly on the financially responsible persons

1С-Бухгалтерия деп бухгалтерлік есепті бір секундта есебін реттеу; Көтерме сауда- бұл тауарларды жеңілдікпен үлкен партиялармен сату; сауда үстемесі-бұл тасымалдау шығындарын, салықтарды жабу үшін сауда ұйымдарының пайдасы;

Қаржы министрлігі Қазақстан Республикасы Қаржы министрінің 2012 жылғы 20 желтоқсандағы № 562 бұйрығымен қабылданған бастапқы бухгалтерлік құжаттардың жаңа нысандарын әзірледі. Барлық нысандарда жеке кәсіпкердің ЖСН және заңды тұлғаның БСН коды қажет екенін атап өткім келеді.

Жеткізуші тараптардың құқықтары мен міндеттерін анықтайтын олармен жасалған шарттарға сәйкес көтерме саудагерлерге тауарларды жөнелтеді. Келісімшарттың негізгі мәліметтері:

1. тараптардың атауы (жеткізуші мен сатып алушы);
2. шарттың мәні (тауардың атауы мен саны);
3. шартты орындамағаны немесе тиісінше орындамағаны үшін тараптардың мүлдіктік жауапкершілігі;
4. бағалар;
5. жеткізу мерзімдері;
6. төлем тәртібі;
7. ыдыстар мен қаптамалар және т.б.

Келісімшарттардың талаптарын орындамағаны үшін айыппұлдар қарастырылған. Сонымен қатар, кінәлі тұлғадан айыппұл немесе өсімпұлмен жабылмаған сомада шығын

өндірілуі мүмкін. Алайда, айыппұл төлеу және залалды өтеу шартты бұзушыны оны орындаудан босатпайды [1,66].

Келісімшарттардың орындалу барысын бақылау үшін олар арнайы журналдарға жазылады. Олардың орындалуын есепке алу үшін әрбір шарт бойынша карточка ашылуы мүмкін, онда шарттың негізгі шарттары жазылады, содан кейін кіріс кіріс құжаттары негізінде оның орындалуы туралы жазбалар жасалады.

ТМҚ ны қоймадан жұмысшының есебіне немесе жаңадан алынған жауапты тұлғалардың есебіне қоймада таурлардың қозғалысы терезесі арналған. Жөнелтүші деп мжт(... мол), тауар жыберушы қол таңбасын қояды , ал алушы - материалды жауапты тұлға ... тауар алушы қол таңбасын қояды.

Мысалы : Шығыс накладной құжатын құрастырып, проводкалар құрастырамыз, мекеменің негізгі қоймасынан «Сыртқы кийм» тауарлары /...м.ж.т Ким Светланадан мына тауарлар босатылды :

- 1) Әйелдер пальтосы 2 дана x 50000 тенге
- 2) балалар пальтосы 5 дана x 12000 тенге
- 4) Әйелдер аяқ киймі 5 жұп x15000 тенге
- 5) Әйелдер қолғаптары 10 жұп x 2000 тенге

Қоймада ТМҚ ды түгендеу жүргізу тәсілін қарастырамыз:

қоймада есепті дурыс жүргізу үшін склад---инвентаризация батырма арналған, қоймада ТМҚ ның қалдықтары іс жүзіндегі тауарлармен салыстыру керек, екі бағана бейнеде бар, іс жүзінде анықталғаны мен құжатта есептіліктің көрсеткіші мен салыстырылады, ол үшін әр тауарлардың жанына жалауша шертіп қою керек---ОК шерту қажет.

Склад-инвентаризация-жаңа қатар- шерту заполнить по остаткам – батырманы шерту--- Бейнеде кестелік жағында есептің көрсеткіштері бойынша автоматты түрде толтырылады. УКомплектация және рзукомплектация ТМЗ. Кей бір мекемелерде ТМҚлар үлкен көлемде жихаздар бар: үстель, дивандар, тумбочкалар бірдей орнында өндірілген, олар бірдей ұқсас фурнитурадан жасалынды, сондықтан олардан комплект жасайды - гарнитурлер немесе керісінше жинақтардың бөлшектеу – демалыс бұрышы , не үстель мен орындықтарды өзге жинақтарға алмастыру жұмысын іске асырады. Бул материалдық құндылықтар номенклатурадан таңдау қажет. Мысалы : 12.02.2023 ж. жаңа ғимаратты «Сымбат» серіктестікте біздің жұмысшылар ағаш жинады/ өзіміз жиһаз жынадық :

Диван 1 дана, сөре 1 дана, төсек үстелі 1 дана, кітап шкапы 1 дана-бағасы 170000 тенге, банктің есеп айрысу шотына кіріске алынды; жиындар-кенселік жиһаз алу.

Мысалы :Келіп түскен тауарлар «Дилер» серіктестігі , № 60 шығыс кассалық ордер арұылы кассадан қолма қол ақша түсті, шығыс кассалық ордермен ақша төлеу керек.

Кері тексеру жасау : Әр айдың соңында әр мекемелермен кері тексеру өткізіледі және өзара есеп айырысуларды салыстыру актісі, берілген мекеме бойынша → толтыру → баспадан шығару , контрагенттің брілгені бойынша → толтыру → баспадан шығару

Салыстыру келісілді √ жалауша қойылады- сонымен кері тексеру өткізіледі.

Баспадан шығару үшін , екі мекеменің мөртаңбасы қойылуы тиіс. ОК –Баспадан шығару және екі мекеменің мөрі қойылып басылады.

2)сатыпалушы «Ай» мекемеге тауар өткізілді → тауарларды өткізу туйме арқылы өткізу жасалады→ негізінде енгізу → берілген шот-фактура толтырылып шығады, → жазып алу→ ок-Өзара есеп айырысуларды салыстыру актісі құжаты айдың аяғында сатып алушымен кері тексеру акты жасалады.Шығыс накладной құжатын толтырып — жазып алу өткізген тауарларды есептен сызылады, материалды есеп 01.01.203г-по 31.01.2023жылға реттіліп шығарылады.

Келіп түскен тауарлардың сақталуын қамтамасыз ету үшін жеткізуші мыналарды қамтамасыз етуге міндетті:

1. орау, таңбалау және жекелеген орындарды пломбалаудың белгіленген ережелерін қатаң сақтау; әрбір контейнерге осы контейнердегі тауардың атауы мен саны көрсетілген құжатты (орау жапсырмасы, бума картасы және т.б.) салу;

2. жөнелту және есеп айырысу құжаттарының анық және нақты ресімделуі, оларда көрсетілген тауарлардың саны туралы деректердің жөнелтілетін тауарлардың нақты санына сәйкестігі, осы құжаттарды алушыға уақтылы жөнелтілуі;

3. жүктерді тасымалдауға жеткізу, оларды тиеу және бекіту бойынша көлікте қолданыстағы ережелерді қатаң сақтау және т.б.

Алушы міндетті:

1. шартта белгіленген мерзімдерде тауарларды саны мен сапасы бойынша қабылдауды қамтамасыз етуге;

2. қаржылық жауапты тұлғалардың олардың дұрыс орналастырылуын бақылауды қамтамасыз етуге;

3. қауіпсіздік қамтамасыз етілетін және тауарлардың тапшылығы мен ұрлануының алдын алатын жағдай жасау.

Тауарларды қабылдау тәртібі және оның құжаттамасы мыналарға байланысты:

1. қабылдау орны (жеткізушінің қоймасында, көлік органдарынан, сатып алушының қоймасында);

2. қабылдау сипаты (саны, сапасы және толықтығы бойынша);

3. тиісті ілеспе құжаттардың болуы немесе болмауы және т.б. Тауарды ыдыста көрсетілген брутто салмағы бойынша қабылдау немесе нетто салмағы мен тауар бірлігінің саны бойынша (бүлінген ыдыстарда) қабылдау тауарларды қабылдау орнында жүзеге асырылады.

Жабдықтаушы қоймасына тауарларды қабылдау тәртібі. Жабдықтаушы қоймасындағы тауарларды әдетте сенімхат бойынша сатып алушының қаржылық жауапты тұлғасы қабылдайды. Сенімхат белгіленген үлгідегі бланкілерде ресімделеді және оған басшы мен бас бухгалтер немесе олар уәкілеттік берген адамдар қол қояды. Осыдан кейін оған мөр қойылады. Сенімхат бухгалтерияда арнайы журналда тіркеледі. Берілген сенімхат бойынша тауар алынбаса, ол жойылады. Бұл жағдайда бухгалтер оны «Пайдаланбайды» деген жазумен жояды және журналға белгі қояды. Тауарды қабылдау кезінде алушының жеке басын куәландыратын құжаттармен бірге жеткізушіге сенімхат ұсынылады. Тауарларды қабылдау кезінде тауардың саны мен сапасының ілеспе құжаттардағы деректерге сәйкестігі тексеріледі. [2,10б]

Теміржол вокзалында (прстанда) жүктерді қабылдауды сенімхат, жүк түбіртегі, төлқұжатын көрсеткен кезде алушының қаржылық жауапты тұлғасы (қоймашылар, экспедиторлар және т.б.) жүзеге асырады. Сонымен бірге, көтерме сауда ұйымдары жүктерді тасымалдаудың қолданыстағы көлік ережелеріне сәйкес тасымалдау кезінде жүктің сақталуын тексеруге міндетті. Темір жолдан алынған жүкке экспедитор агент-жүргізуші арқылы автомобиль көлігімен қоймаға жөнелтуге шот-фактура береді. Егер агенттен қоймаға тауарды қабылдау кезінде жетіспеушілік анықталса, акт жасалады. Егер көлік органдарынан тауарларды материалдық жауапты тұлға болып табылатын қоймашы қабылдаса, онда ол ілеспе құжаттарға тауарды алғаны туралы қол қояды немесе «Тауарларды қабылдау актісі» (No TORG-1 нысаны) жасалады. дейін, ол тауарды қабылдау ережелеріне және шарт талаптарына сәйкес сапасы мен саны, салмағы және толықтығы бойынша тауарларды қабылдауды ресімдеу үшін қолданылады. Бұл акт ұйымның басшысы уәкілеттік берген қабылдау комиссиясының мүшелері көтерме сауда ұйымының қоймаларына тауарларды қабылдаған кезде де жасалады.

Тауарлар ілеспе құжаттарсыз алынса немесе шартта көзделмеген тауарлар алынса, олар сақтауға қабылданады, бұл туралы жеткізушіге хабарлайды. Мұндай тауарлар бухгалтерлік баланста 002 «Сақтауға қабылданған тауарлық-материалдық құндылықтар» шотында көрсетіледі. Сатып алушы белгілеген мерзімде жеткізуші сақтауға қабылданған тауарға билік етуге міндетті. Егер ол осы мерзімде тауарға билік етпесе, сатып алушы тауарды сатуға немесе жеткізушіге қайтаруға құқылы. Сатып алушы шеккен шығындарды жеткізуші өтеуге жатады.

Көтерме сауда ұйымдарының қоймасында тауарларды жеткізуші жеткізу кезінде брутто салмағы және тауар саны бойынша, ал қажет болған жағдайда әрбір позициядағы таза салмағы және тауар бірлігінің саны бойынша қабылдайды. Түпнұсқа жөнелтушінің (дайындаушының) контейнерлерінде немесе қаптамаларында тауарларды қайта жөнелтетін көтерме сауда ұйымдары тауарларды тек шарттарда көзделген жағдайларда, сондай-ақ нақты жалпы салмағы

белгіленген мөлшерлемеге сәйкес келмеген жағдайда ғана пакеттердің ішінде саны мен сапасы бойынша қабылдауға міндетті. ілеспе құжаттарда немесе зақымдалған, ашық немесе таңбаланбаған контейнерлерде немесе бұзылу белгілері болған жағдайда көрсетілген жалпы салмақ. Көтерме сауда қоймаларына тауарларды қабылдау тәртібі және оны жүзеге асыру мерзімдері оларды жеткізуге арналған шарттарда белгіленеді.

Тауар операцияларын есепке алуда жабдықтаушының құжаттарына сәйкес қаржылық жауапты тұлғаның тауарды уақтылы және толық алуын бақылауды қамтамасыз ету маңызды. Көтерме ұйымдарға тауарларды жөнелту кезінде жабдықтаушылар құжаттарды береді: коммерциялық (тауар); көлік және сақтандыру; төлем және банк қызметі (есеп айырысу)

2. Бөлшек саудада тауарлардың түсуін құжаттау ерекшеліктері. Бөлшек сауда кәсіпорындарына түсетін тауарлардың жеткізу шарттарында, сондай-ақ жүктерді тасымалдау ережелерінде көзделген ілеспе құжаттары (шот-фактуралар, жүкқұжаттар және т.б.) болуы керек [3,206].

Егер тауар бөлшек сауда кәсіпорнына ілеспе құжаттарсыз немесе ішінара жоқ болса, онда оны комиссия қабылдап, қабылдау актісін береді. Темір жол вокзалында немесе су көлігі пристанында тауарларды саны мен сапасы бойынша қабылдау, оларды бөлшек сауда кәсіпорнына жеткізу және бұл операцияларды құжаттау тәртібі көтерме саудада белгіленген тәртіпке ұқсас. Дегенмен, бөлшек саудадағы тауарлар соңғы тұтынушыға жететінін ескерсек, тауардың сапасын тексеруге ерекше көңіл бөлінеді.

Бөлшек сауда желісі арқылы сатылатын азық-түлік өнімдері мен азық-түлік шикізатына уәкілетті орган берген рұқсаттың (гигиеналық сертификат) күні мен нөмірі көрсетіле отырып, өнімнің сапасы мен адам денсаулығына қауіпсіздігін растайтын өндірушінің тиісті құжаты қоса берілуі тиіс.

Мемлекеттік санитарлық-эпидемиологиялық қызмет. Азық-түлік өнімдерін және азық-түлік шикізатын олардың сапасы мен қауіпсіздігін растайтын көрсетілген құжаттарсыз сатуға тыйым салынады. Азық-түлік сауда кәсіпорындарына жеткізілетін тамақ өнімдерінің сапасын қаржылық жауапты адамдар (тауар сарапшылары, қоймашылар, кәсіпорын басшылары немесе директорлары) тексереді. Өнімдерді қабылдау ілеспе құжаттарды, қаптаманың сапасын, тамақ өнімдерінің ілеспе құжаттарға сәйкестігін және ыдыста (орауда) көрсетілген таңбалауды тексеруден басталады. Қабылданатын тез бұзылатын және әсіресе тез бұзылатын тамақ өнімдерінің саны кәсіпорында бар жұмыс істейтін тоңазытқыш жабдықтардың (өнімнің осы түрін сақтауға арналған) көлемімен анықталуы керек. Азық-түлік өнімдерінің ыдыстары мен қаптамасы берік, таза, құрғақ, бөтен иіссіз немесе тұтастығын бұзбау керек. Азық-түлік өнімдерін қабылдау кезінде мыналар ескеріледі:

1. ет ветеринариялық белгі және тексеру және ветеринариялық тексерудің қорытындысын растайтын құжат болған жағдайда ғана қабылданады;

2. құс еті аңды қоспағанда, азық-түлік сауда кәсіпорындарына тек қана құртсыз түрінде қабылданады;

3. Жұмыртқалардың әрбір партиясы үшін ветеринариялық сертификаты жоқ жұмыртқаны, сондай-ақ суда жүзетін құстардың (үйрек, қаз) жұмыртқасын қабылдауға тыйым салынады; инкубаторда болған тауық жұмыртқалары (мираж), қабығы бүтіндігі бар («тұзылған») жұмыртқалар («тек»), ластанған тауық жұмыртқалары, сондай-ақ меланж;

4. сүт өнімдері таза шыны ыдыста және зақымдалмаған қаптамада қабылдануы тиіс;

5. салқындатылған балық, ыстық ысталған балық, аспаздық өнімдер мен жартылай фабрикаттар сату үшін дүкендерге дереу жеткізіледі;

6. осы өнімдерді қоймада сақтауға тыйым салынады;

7. Жарамдылық мерзімі өтіп кеткен алкогольсіз және алкогольсіз сусындарды, сондай-ақ заттаңбасы жоқ бөтелкелердегі (тиісті белгілері бар бөтелкелерден басқа), жабылуы бүлінген, тұнбалары және басқа да ақаулары бар сусындарды қабылдауға тыйым салынады;

8. Нан және нан өнімдері органолептикалық көрсеткіштері бойынша тексерілген өнім сапасымен қабылдануы тиіс, нан өнімдерінің әрбір түрінің салмағы стандарттар мен техникалық шарттарға сәйкес болуы тиіс.

Бумалар мен кесектерде жеткізілетін маталар сатуға шығарылғанға дейін қайта өлшенуі мүмкін. Қайта өлшеуді құрамында тауартанушы, қоғам өкілі және қаржылық жауапты тұлғадан тұратын комиссия жүргізеді. Мата кесіндісінің белгіленген ұзындығы зауыттық жапсырмаға жапсырылып, нөмірін көрсете отырып комиссия мүшелерінің қолдары қойылады. және жасалған актінің күні. Бұл жағдайда артық мата қабылданады, мата жетіспеген жағдайда жеткізушіге талап қойылады.

Бөлшек саудаға жеткізілетін тауарлар олардың нақты бар-жоғына қарай келіп түскен күні жөнелтіледі. Тауарды нақты алған күні (сарапшы шақырып, бағасын, сапасын, санын тексере отырып) орналастыру мүмкін болмаса, тауар туралы есептің мәтіндік бөлігінде жалпы қабылданғаннан кейін тауарды қабылдау туралы жазба жасалады. жеткізушіні (сатушыны), бөлшек сауда бағасы бойынша тауардың жалпы құнын, сондай-ақ капиталдандырудың мүмкін емес себептерін көрсететін тауарлар. [4,266]

Жеке тұлға бөлшек сауда кәсіпорнына тауар жеткізуші ретінде де әрекет ете алады. Сауда кәсіпорны мен тауарды ұсынатын тұлға арасында келісім-шарт жасала отырып, тауарды алуды тіркеу ұсынылады. Тауарларды қабылдау қаржылық жауапты тұлғаның іс жүзінде қабылданған тауарларға шот-фактура жасауымен бірге жүреді. Тауарлар үшін төлемнің нысаны мен мерзімі әртүрлі болуы мүмкін, олар шартта көрсетіледі.

Алайда, айта кететін жайт, тауарға ақы төлеу қолма-қол ақшамен жүргізілген жағдайда (тауарды қабылдаумен бір мезгілде немесе оны өткізгеннен кейін) белгіленген тәртіппен кассалық кіріс ордері ұйымның атына ресімделуі мүмкін. қаржылық жауапты тұлға «Негіздер» бағанында «Тауарларды сатып алу туралы есеп беру үшін» және сөзбен берілген ақша сомасын көрсетеді. Материалдық жауапты тұлғалар солардың негізінде тауарды қабылдаған шот-фактуралар, актілер және басқа да құжаттар тауарлық есептермен бірге бухгалтерияға беріледі, онда олар тауарлардың дұрыс жазылуын және бухгалтерлік есеп регистрлеріндегі жазбаларды бақылау үшін пайдаланылады.

Сатудан түскен қаржылық нәтиженің ерекшелітері өткізілген өнімнің қаржылық нәтижесі 6010 «Өнімдерді өткізуден түскен кіріс» және 7010 «Сатылған өнімнің өзіндік құны» шоттарында қалыптасады. Кредит 6010 тікелей кіріс түсімдерін, ал 7010 дебеті сатылған өнімнің өзіндік құнын көрсетеді.

Есепті кезеңнің аяғында 6010 шотының кредиттік айналымы және 7010 шотының дебеті 5610 «Жиынтық пайда (зиян)» шотының корреспонденциясы бойынша бухгалтерлік жазбамен жабылады. Тауарларды сатудан түскен пайда (зиян) қосылған құн салығынсыз, акциздерсіз (5610 шотының кредиті бойынша айналым) және олардың құны (5610 шотының дебеті бойынша айналым) ағымдағы бағаларда сатудан түскен түсімдер арасындағы айырма ретінде анықталады.) [5,306].

Өнімді (жұмыстарды, қызметтерді) өткізуден түсетін кірісті анықтау әдісін кәсіпорын шаруашылық жүргізу жағдайлары мен жасалған шарттар негізінде ұзақ мерзімге (бірнеше жылдарға) белгілейді. Салық салу мақсатында түсімдерді төлеу немесе өнімді, тауарларды жөнелту, жұмыстарды орындау және төлем құжаттарын ұсыну арқылы анықтауға болады. Салық салу мақсатындағы шығыстардың тізбесі Қазақстан Республикасының Салық кодексінде айқындалған. Басқа кірістер бухгалтерлік есепте тікелей 6100 «Қаржыландырудан түсетін кірістер» және 6200 «Өзге кірістер» кіші бөлімдерінің шоттарында, ал басқа шығыстар 7300 «Қаржыландыруға арналған шығыстар» және 7400 «Өзге шығыстар» кіші бөлімдерінің шоттарында көрсетіледі. Олар пайда болған кезде жазылады; бұл ретте кірістер 6100, 6200-кіші бөлімдер шоттарының кредитінде, ал шығыстар - 7300, 7400-кіші бөлімдер шоттарының дебетінде көрсетіледі). Бұл ретте 6100, 6200 шоттарында негізгі қызметтен түсетін табыста мыналар көрсетіледі: Олар қолжетімді болған кезде жазылады; Осы бұйрық бойынша Кристер 6100, 6200 бөлім шотына, Ал Шығыстар - 7300, 7400 бөлім шотына есептелген). Бұл ретте 6100, 6200 шоттарында жақсы қызмет көрсетуден түскен табыста шахталар көрсетілді 1. ұйымның мүлкін уақытша пайдалану (уақытша иелену және пайдалану) үшін төлемді ұсынуға байланысты түсімдер - есеп айырысу немесе қаражат шоттарымен корреспонденция бойынша (3310, 1280, 1010, 1030 және т.б.);

2. зияткерлік меншіктің әр түрлі түрлерінен туындайтын құқықтарды ақыға ұсынуға байланысты түсімдер - есеп айырысулардың немесе қаражаттардың шоттарымен корреспонденцияда (3310, 1280, 1010, 1030 және т.б.);

3. басқа ұйымдардың жарғылық капиталдарына қатысуға байланысты түсімдер, сондай-ақ бағалы қағаздар бойынша сыйақылар мен өзге де кірістер – есеп айырысу шоттарымен корреспонденция бойынша;

4. ұйымның жай серіктестік шарты бойынша алған пайдасы – 1270 «Алынуға арналған қысқа мерзімді сыйақы» шотының корреспонденциясы бойынша);

5. негізгі құралдарды және басқа да активтерді (өнімдерді, тауарларды қоспағанда) сатуға және өзге де есептен шығаруға байланысты түсімдер - есеп айырысу шоттарымен немесе ақшалай қаражаттармен корреспонденция бойынша;

6. контейнерлермен операциялардан түсетін түсімдер – контейнерлік есеп және есеп айырысу шоттарымен корреспонденция бойынша;

7. қаражатты пайдалануға бергені үшін, сондай-ақ кәсіпорынның шотындағы қаражатты несиелік ұйымның пайдаланғаны үшін қажет. Есепті кезеңнің аяғында 6010 шотының кредиттік айналымы және 7010 шотының дебеті 5610 «Жиынтық пайда (зиян)» шотының корреспонденциясы бойынша бухгалтерлік жазбамен жабылады. [6,116]

Тауарларды сатудан түскен пайда (зиян) қосылған құн салығынсыз, акциздерсіз (5610 шотының кредиті бойынша айналым) және олардың құны (5610 шотының дебеті бойынша айналым) ағымдағы бағаларда сатудан түскен түсімдер арасындағы айырма ретінде анықталады).

Өнімді (жұмыстарды, қызметтерді) өткізуден түсетін кірісті анықтау әдісін кәсіпорын шаруашылық жүргізу жағдайлары мен жасалған шарттар негізінде ұзақ мерзімге (бірнеше жылдарға) белгілейді. Салық салу мақсатында түсімдерді төлеу немесе өнімді, тауарларды жөнелту, жұмыстарды орындау және төлем құжаттарын ұсыну арқылы анықтауға болады. Салық салу мақсатындағы шығыстардың тізбесі Қазақстан Республикасының Салық кодексінде айқындалған. Басқа кірістер бухгалтерлік есепте тікелей 6100 «Қаржыландырудан түсетін кірістер» және 6200 «Өзге кірістер» кіші бөлімдерінің шоттарында, ал басқа шығыстар 7300 «Қаржыландыруға арналған шығыстар» және 7400 «Өзге шығыстар» кіші бөлімдерінің шоттарында көрсетіледі. Олар пайда болған кезде жазылады; бұл ретте кірістер 6100, 6200-кіші бөлімдер шоттарының кредитінде, ал шығыстар - 7300, 7400-кіші бөлімдер шоттарының дебетінде көрсетіледі). Бұл ретте 6100, 6200 шоттарында негізгі қызметтен түсетін табыста мыналар көрсетіледі: Олар қолжетімді болған кезде жазылады; Осы бұйрық бойынша Кірістер 6100, 6200 бөлім шотына, Ал Шығыстар - 7300, 7400 бөлім шотына есептелген). Бұл ретте 6100, 6200 шоттарында жақсы қызмет көрсетуден түскен табыста шахталар көрсетілді 1. ұйымның мүлкін уақытша пайдалану (уақытша иелену және пайдалану) үшін төлемді ұсынуға байланысты түсімдер - есеп айырысу немесе қаражат шоттарымен корреспонденция бойынша (3310, 1280, 1010, 1030 және т.б.);

2. зияткерлік меншіктің әр түрлі түрлерінен туындайтын құқықтарды ақыға ұсынуға байланысты түсімдер - есеп айырысулардың немесе қаражаттардың шоттарымен корреспонденцияда (3310, 1280, 1010, 1030 және т.б.);

3. басқа ұйымдардың жарғылық капиталдарына қатысуға байланысты түсімдер, сондай-ақ бағалы қағаздар бойынша сыйақылар мен өзге де кірістер – есеп айырысу шоттарымен корреспонденция бойынша;

4. ұйымның жай серіктестік шарты бойынша алған пайдасы – 1270 «Алынуға арналған қысқа мерзімді сыйақы» шотының корреспонденциясы бойынша);

5. негізгі құралдарды және басқа да активтерді (өнімдерді, тауарларды қоспағанда) сатуға және өзге де есептен шығаруға байланысты түсімдер - есеп айырысу шоттарымен немесе ақшалай қаражаттармен корреспонденция бойынша;

6. контейнерлермен операциялардан түсетін түсімдер – контейнерлік есеп және есеп айырысу шоттарымен корреспонденция бойынша;

7. қаражатты пайдалануға бергені үшін, сондай-ақ кәсіпорынның шотындағы қаражатты несиелік ұйымның пайдаланғаны үшін алынған (алынатын) сыйақы - қаржылық инвестициялар немесе қаражат шоттарымен корреспонденция бойынша;

8. операциялық кіріс ретінде танылған басқа да кірістер.

Сондай-ақ 6210 «Өзге кірістер» шотында негізгі қызметтен тыс кірістер көрсетіледі, оған мыналар кіреді:

1. шарттардың талаптарын бұзғаны үшін алынған немесе алынғаны үшін танылған өсімпұлдар, өсімпұлдар, өсімпұлдар – есеп айырысу немесе қаражат шоттарымен корреспонденция бойынша (3310, 1280, 1010, 1030 және т.б.);

2. мүлікті өтеусіз алуға байланысты түсімдер - және кейінге қалдырылған кіріс бойынша бухгалтерлік есеп шотымен корреспонденциялар, ал негізгі құралдар бойынша - амортизациялық аударымдар есептелгенде, басқа материалдық құндылықтар бойынша - өндіріске (сатуға) есептен шығарылған кезде;

3. ұйымға келтірілген залалды өтеу туралы түсімдер – есеп айырысу шоттарымен корреспонденция бойынша;

4. есепті жылда анықталған өткен жылдардың пайдасы – есеп айырысу шоттарымен корреспонденцияда;

5. кредиторлық берешектің ескіру мерзімі өткен сомалары – кредиторлық берешек шоттарымен корреспонденцияда;

6. бағамдық айырмашылықтар – ақша қаражаттарының, қаржылық салымдардың, есеп айырысулардың және т.б. шоттарымен корреспонденцияда;

7. негізгі қызметтен тыс кіріс ретінде танылған басқа да кірістер. [7,356]

Бухгалтерлік есепте басқа шығыстар 7300 және 7400-кіші бөлімдер шоттарының дебетінде көрсетіледі. Бұл ретте операциялық шығыстардың құрамында мыналар көрсетіледі: 1. ұйымның активтерін, материалдық емес активтерін уақытша пайдалану (уақытша иелену және пайдалану) үшін ақы резервіне байланысты шығыстар, сондай-ақ қатысуға байланысты шығыстар. басқа ұйымдардың жарғылық капиталы - шығындар шоттарымен, активтермен корреспонденция бойынша; 2. мүлікті өтеусіз алуға байланысты түсімдер - және кейінге қалдырылған кіріс бойынша бухгалтерлік есеп шотымен корреспонденциялар, ал негізгі құралдар бойынша - амортизациялық аударымдар есептелгенде, басқа материалдық құндылықтар бойынша - өндіріске (сатуға) есептен шығарылған кезде;

3. ұйымға келтірілген залалды өтеу туралы түсімдер – есеп айырысу шоттарымен корреспонденция бойынша;

4. есепті жылда анықталған өткен жылдардың пайдасы – есеп айырысу шоттарымен корреспонденцияда;

5. кредиторлық берешектің ескіру мерзімі өткен сомалары – кредиторлық берешек шоттарымен корреспонденцияда;

6. бағамдық айырмашылықтар – ақша қаражаттарының, қаржылық салымдардың, есеп айырысулардың және т.б. шоттарымен корреспонденцияда;

7. негізгі қызметтен тыс кіріс ретінде танылған басқа да кірістер.

Сонымен бірге 7400 субшоты «Өзгеде шығындар» бөлімшеде өткізуден тыс шығындар айқындалады:

2. амортизация есептелетін активтердің қалдық құны, ал ұйым есептен шығарған басқа активтердің нақты құны – тиісті активтердің шоттарымен корреспонденция бойынша (2410, 2730, 1300);

3. негізгі құралдарды және басқа да активтерді (тауарларды, өнімдерді) өткізуге, шығаруға және өзге де есептен шығаруға байланысты шығыстар - өзіндік құн және актив шоттарымен корреспонденция бойынша көрсетіледі;

4. контейнерлермен операциялар бойынша шығыстар – шығындар шоттарымен корреспонденцияға түседі;

5. ұйымның оны пайдалану үшін ақшалай қаражатпен (несиemen, заеммен) бергені үшін төлейтін сыйақысы – есеп айырысу немесе қаражат шоттарымен корреспонденцияда жүргізіледі;

6. несиелік мекемелер көрсеткен қызметтерге ақы төлеуге байланысты шығыстар – есеп айырысу шоттарымен корреспонденцияға түседі;

7. басқа операциялық шығыстар.

Сондай-ақ, 7400 «Өзге шығыстар» қосалқы шотында операциялық емес шығыстар көрсетіледі:

1. шарттардың талаптарын бұзғаны үшін төленген немесе төленгені үшін танылған өсімпұлдар, айыппұлдар - есеп айырысу шоттарымен немесе қолма-қол ақшамен корреспонденция бойынша көрсетіледі;

2. өндірістік объектілерді және консервациядағы объектілерді ұстауға арналған шығыстар – шығындар шоттарымен корреспонденция бойынша; ұйым келтірген шығындарды өтеу - есеп айырысу шоттарымен корреспонденция бойынша көрсетіледі;

3. есепті жылы танылған өткен жылдардың залалдары – есеп айырысу, амортизация және т.б. шоттарымен корреспонденция бойынша көрсетіледі;

4. бағалы қағаздарға салынған инвестициялардың амортизациясына, материалдық құндылықтардың құнын төмендетуге, күмәнді қарыздар бойынша резервтерге шегерімдер – осы резервтердің шоттарымен корреспонденция бойынша көрсетіледі;

5. талап қою мерзімі өткен дебиторлық берешектің және өндіріп алу мүмкін емес басқа да берешектің сомалары – дебиторлық берешек шоттарымен корреспонденцияда көрсетіледі;

6. бағамдық айырмашылықтар – ақша қаражаттарының, қаржылық салымдардың, есеп айырысулардың және т.б. шоттарымен корреспонденцияда көрсетіледі;

7. соттарда істерді қарауға байланысты шығыстар – есеп айырысу шоттарымен корреспонденциялар бойынша көрсетіледі және т.б.;

8. басқа операциялық емес шығыстар. Осылайша, 6100 және 6200 қосалқы шоттарының кредитінде жыл бойына негізгі және негізгі емес кірістер жиынтықта көрсетіледі, ал 7300 және 7400 шоттарының дебеті бойынша операциялық және негізгі емес шығыстар көрсетіледі. Есепті жылдың аяғында 6100, 6200, 7300 және 7400-кіші бөлімдердің барлық шоттары 5610 «Жиынтық пайда (зиян) шотында ішкі жазулармен жабылады. Қаржылық нәтижелер күмәнді қарыздар бойынша құрылған резервтер сомасын қамтуы мүмкін.

Күмәнді берешек келісім-шарттарда белгіленген мерзімдерде өтелмеген және тиісті кепілдіктермен қамтамасыз етілмеген дебиторлық берешек ретінде танылады. Мұндай резерв есепті жылдың аяғында жүргізілген дебиторлық берешекті түгендеу негізінде құрылады. Резерв мөлшері әрбір күмәнді қарыз бойынша борышкердің төлем қабілеттілігіне және қарызды толық немесе ішінара өтеу ықтималдығына байланысты белгіленеді.

Қаржылық нәтижелер күмәнді қарыздар бойынша құрылған резервтер сомасын қамтуы мүмкін. Күмәнді берешек келісім-шарттарда белгіленген мерзімдерде өтелмеген және тиісті кепілдіктермен қамтамасыз етілмеген дебиторлық берешек ретінде танылады. Мұндай резерв есепті жылдың аяғында жүргізілген дебиторлық берешекті түгендеу негізінде құрылады. Резерв мөлшері әрбір күмәнді қарыз бойынша борышкердің төлем қабілеттілігіне және қарызды толық немесе ішінара өтеу ықтималдығына байланысты белгіленеді.

Күмәнді қарыздар бойынша резервтерді есепке алу үшін 1290 «Күмәнді талаптар бойынша резервтер» пассивті шоты пайдаланылады. Құрылған резервтер сомасына 7440 «Резервтерді құру және үмітсіз талаптарды есептен шығару шығыстары» шоты дебеттеледі және кредиттік шот 1290. Бұрын күмәнді деп танылған талап етілмеген қарыздарды баланстан есептен шығару кезінде 1290 шоты дебиторлармен есеп айырысу бойынша тиісті шоттармен корреспонденцияда дебеттеледі (1210, 1280 шоттары). Борышкердің дәрменсіздігіне байланысты берешекті залалға есептен шығару қарызды жою болып табылмайды. Бұл берешек есептен шығарылған күннен бастап бес жыл ішінде баланста көрсетілуі тиіс. Борышкердің мүліктік жағдайы өзгерген жағдайда баланстан тыс шоттағы дебиторлық берешек талап етілуге тиіс. Бұрын есептен шығарылған дебиторлық берешек мыналарды орналастыру арқылы пайдаға

енгізіледі: дебет шот 1030 «Ағымдағы банктік шоттардағы ақша қаражаты» шотының кредиті 6280 «Өзге кірістер». Резерв жасалған әрбір күмәнді қарыз бойынша синтетикалық және аналитикалық есеп жүргізіледі.

Тауарлардың есебінде ұйым сатып алған тауарларды түсу есепке алу үшін тауарлар"шоты арналған.004 "консигнацияға қабылданған тауарлар"баланстан тыс шоты комиссия немесе тапсырма Шарттары бойынша сатылатын тауарларды есепке алуға арналған.1С программада мынау әдіспен өткізіледі:

Тауарлардың талдамалы есебі номенклатура ("Номенклатура" субконто және сақтау орындары ("сақтау орындары" субконто) бөлінісінде сандық және құндық өлшеуіште жүргізіледі. Баланстан тыс шотта тауарларды есепке алу номенклатура, комитенттер ("контрагенттер" субконто) және шарттар ("негіздеме" субконто) бөлінісінде сандық және құндық өлшеуіште жүргізіледі .[8,130б]

Тауарларды алуға байланысты операцияларды есепке алу кезінде көрсету үшін "тауарлардың түсуі"құжаты арналған. Жаңа құжатты енгізу "тауарларды есепке алу, сату" мәзірінен "Құжаттар" ішкі мәзірінен "тауарлардың түсуі"тармағын таңдау арқылы жүзеге асырылады.---создать-құру-түймені шерту .Құжаттың барлық деректемелері кейбір ерекшеліктерді қоспағанда, "материалдарды ақыға сатып алу" құжатының деректемелерін толтыруға ұқсас толтырылады. Кесте бөлігін толтыру үшін "Номенклатура"анықтамалығы қолданылады.

Шымкент қаласында 1с бухгалтерия «Бағдарламасы ірі кәсіп орындарда қолданылады, әсіресе «Шымкент Сауда үйі», «Шымкент- Сити» , ЖШС«Шымкент Плаза» , Акбар сауда үйі . Көтерме саудамен айналысатын мекемелер 30 дан астам , олар мына төмендегіше базарларда орналысқан, және 1с- Бухгалтерия –«сауда» бағдарламасын іске асырады: Қатынкөпір авторбазары ,Автонұр базары , Акбар базары , Барс базары, Жыбек Жолы базары[16.22б]

Пайдаланған әдебиеттер тізімі:

- 1.Нурсейтов Э.О., Нурсейтов Д.Э. Международные стандарты финансовой отчетности: теория и практика/ Справочное руководство. - Алматы: ТОО «Издательство LEM», 2019 г.
- 2.Е.В.Михеева, О.И.Титова. Информационные технологии в профессиональной деятельности экономиста и бухгалтера. Экономика и управление. М.: АСАДЕМА, 2015 г.
- 3.Пакет документов (учебная литература), прилагаемый к программному продукту 1С:Бухгалтерия (в первую очередь «Руководство пользователя»).
- 4.Журнал «Бухгалтер + Компьютер» с начала издания.
- 5.Приложение к журналу «Бюллетень бухгалтера» «Монитор», 2018 г.
- 6.Бухгалтерские информационные системы. Алматы. Экономика 2018 г.
- 7.Закон РК «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности» с изменениями и дополнениями.2019г.
- 8.Абдушукуров Р.С., Мырзалиев Б.С. Бухгалтерлік есеп теориясымен практикасы: Оқулық. -Алматы: Нур-пресс, 2018.
- 9.Ержанов М.С., Ержанова А.М.Бухгалтерлік есеп негіздері және жаңа шоттар корреспонденциясы. Алматы, 2019.
- 10.Нурсейтов Э.О., Нурсейтов Д.Э.Халықаралық қаржылық есептілік стандарттары: теория және практика/ Анықтамалық басқарушылық. - Алматы: ТОО « LEM шығармашылық баспа», 2019 ж.
- 11.Қазақстан Республикасының заң «Бухгалтерлік есеп және қаржылық есеп беру туралы» 2007 ж. 28 ақпан №234-III ЗРК өзгерулермен қосымшалармен 26.12.2017 ж.
- 12.Қаржылық есеп беру концептуалдық негіздері , 2019
13. Сейдахметова Ф.С.Заманауи бухгалтерлік есеп. Оқулық. 2-ое баспа қайтаөңделген және қосымшасымен. - Алматы: ТОО « LEM, 2019ж.
14. Сейдаханова Ф.С. Бухгалтерлік есептілік,олардың түрлері және мақсаты: Оқулық. - Алматы: LEM, 2019.
- 15.Ержанов М.С. Бухгалтерлік есеп негіздері . Алматы, 2019 г

Егембердиева С.К., ДюсембаеваЗ.К.Аудит және қаржылық есептілік талдауы.-Алматы: Каржы-Каражат, 2018г.

16.Социально-экономическое развитие Шымкент-Социально-экономические показатели
aitnews.kz.>ru/news\3640

17.ecjnvy.kz>ru\Novosti_instituta\id-5237

Авторлар туралы мәліметтер:

*Әжібекова Айсұлу Жұмаділқызы-аға оқытушы практик, Мирас университеті, e-mail:
aysulu_azhibekova@mail.ru

Сведения об авторе:

*Ажибекова Айсұлу Джумадиллаевна-ст.преподаватель
Практик, университет Мирас, e-mail: aysulu_azhibekova@mail.ru

Information about authors

*Azhibekova Aisulu Dzhumadillayevna-St.prepodavator Miras University practitioner, e-mail:aysulu_azhibekova@mail.ru

ҚАЗІРГІ ЭКОНОМИКАДАҒЫ ТҰТЫНУШЫЛЫҚ МІНЕЗ-ҚҰЛЫҚ МОДЕЛІНІҢ ТРАНСФОРМАЦИЯСЫ

Айдосқызы А.¹, Мухамедиева Г.М.², Сапарбаев А.Д.³
^{1,2,3} Университет Қайнар, Almaty, Republic of Kazakhstan

Аңдатпа: Экономика дамуының қазіргі кезеңі экономикалық теория мәселелерін зерттеуге деген жоғары қызығушылықпен сипатталады. Бұл теорияның негізгі аспектілерінің бірі - тұтынушылардың мінез-құлқын зерттеу. ҚР экономикасының экономикалық дағдарыстан шығуы жағдайында тұтыну теориясын зерттеу мәселелері жоғары маңызға ие. Мақалада осы бағыт бойынша теориялық материалды жинақтап, оны шығармашылық тұрғыдан қайта қаралады және тұтынудың болашаққа дамуы туралы болжам жасалынады. Бұдан басқа, нарықты сегменттеу мәселелері қаралды, қазіргі заманғы тұтынушылардың негізгі топтарының жіктелуі берілді, сатып алу туралы шешім қабылдау процесінде АКТ-ны белсенді пайдаланатын тұтынушылар топтары анықталды.

Кілт сөздер: тұтынушылардың мінез-құлқы, қажеттіліктері, сатып алу қабілеті, тұтынушы, маркетинг.

ТРАНСФОРМАЦИЯ МОДЕЛИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

Айдосқызы А.¹, Мухамедиева Г.М.², Сапарбаев А.Д.³
^{1,2,3} Университет Қайнар, Almaty, Republic of Kazakhstan

Аннотация. Современный этап развития экономики характеризуется высоким интересом к изучению проблем экономической теории. Одним из основных аспектов этой теории является изучение поведения потребителей. В условиях выхода экономики РК из экономического кризиса большое значение имеют вопросы изучения теории потребления. В статье обобщается теоретический материал по данному направлению, творчески пересматривается его и составляется прогноз развития потребления на будущее. Кроме того, рассмотрены вопросы сегментации рынка, дана классификация основных групп современных потребителей, определены группы потребителей, активно использующих ИКТ в процессе принятия решения о покупке.

Ключевые слова: потребительское поведение, потребности, покупательная способность, потребитель, маркетинг.

TRANSFORMATION OF THE CONSUMER BEHAVIOR MODEL IN THE MODERN ECONOMY

Айдосқызы А.¹, Мухамедиева Г.М.², Сапарбаев А.Д.³
^{1,2,3} Университет Қайнар, Almaty, Republic of Kazakhstan

Abstract. The current stage of economic development is characterized by a high interest in studying the problems of economic theory. One of the main aspects of this theory is the study of consumer behavior. In the context of the exit of the economy of the Republic of Kazakhstan from the economic crisis, the issues of studying the theory of consumption are of high importance. The article summarizes the theoretical material on this area, reviews it from a creative point of view and makes a forecast of the development of consumption for the future. In addition, the issues of market

segmentation were considered, a classification of the main groups of modern consumers was given, and consumer groups that actively use ICT in the process of making a purchase decision were identified.

Keywords: customer behavior, needs, customer ability, customer, marketing.

Кәсіпорынның стратегиялық дамуының маңызды элементі сатып алушыларды тарту және өндірілетін өнімге сұранысты сақтау мақсатында тиімді маркетингтік стратегияны әзірлеу болып табылады. Маркетингтік тұжырымдаманы әзірлеу кезінде тұтынушылардың тұтынушылық мінез-құлқын зерттеуге шешуші мән беріледі. Кәсіпорынның дұрыс құрылған маркетингтік стратегиясы компанияның бәсекелестерден үлкен артықшылығы болып табылады.

Осыған байланысты әртүрлі қызметтердің (маркетинг, әлеуметтану, экономикалық) мамандары сатып алушылардың тұтынушылық мінез-құлқын, сондай-ақ олардың қолданылатын маркетингтік әдістерге реакциясын зерттеуге жиі жүгінуге мәжбүр.

Маркетологтар тұтынушылардың табыс деңгейі тауарларға сұранысқа тікелей пропорционалды, ал бағасы сатып алынған тауарлар санына тікелей пропорционалды екенін біледі. Бұл үрдіс кәсіпкерлер ескеретін тұтынушылық мінез-құлық ерекшеліктерінде байқалады. Сауатты баға саясаты сауда түсіміне қауіп төндірмей, белгілі бір ассортимент пен сападағы тауарларға жоғарғы және төменгі баға шегін белгілеуге мүмкіндік береді.

Тұтынушылық мінез-құлық ұғымы нені білдіреді?

Ғылыми әдебиеттерде зерттеушілер ұсынатын көптеген түсіндірулер бар. Мәселен, мысалы, тұтынушылық мінез-құлық дегеніміз - бұл тауарлар мен қызметтердің бағаларын ескере отырып, өз қаражаттары есебінен тауарлар мен қызметтерді таңдауды жүзеге асыратын сатып алушылардың сұранысын қалыптастыру процесі.

Тұтынушылық мінез-құлықты зерттеу үшін маркетологтар өз назарын жеке адамға аударады. Осы зерттеулердің нәтижесінде олар ұтымды экономикалық адам тұжырымдамасына жақын тұтыну тұжырымдамасын жасайды. Бұл тұжырымдаманы қолдану кәсіпкерлерге бәсекелестерге қарағанда тұтынушылардың қажеттіліктерін қанағаттандыруға ықпал ететін тауарлар мен қызметтерді ұсынуға мүмкіндік береді.

Көптеген зерттеулер көрсеткендей, тауарларды таңдау процесінде сатып алушылардың мінез-құлқы өте жеке. Олардың әрқайсысы белгілі бір субъективті артықшылықтарды басшылыққа алады: талғамдар, сән, мәдени және отбасылық ерекшеліктер және т. б.

Сондықтан сатып алушылардың мінез-құлқын зерттеу өте қиын міндет. Кейбір жағдайларда сатып алушыларды әлеуметтік-демографиялық факторлар бойынша топтастыруға болады: жас құрамы, жынысы, саны және т.б. [6, б. 10].

Сатып алушылардың мінез-құлқын зерттеу (сатып алу туралы шешім қабылдау) мақсатында маркетологтар маркетингтік ынталандырудың сатып алушылардың реакциясына әсер ету моделін қолданады. Сатып алушының санасына әсер ететін модельдің кіріс элементтері бірнеше топқа біріктіруге болатын маркетингтік ынталандырулар мен қоршаған орта факторлары болып табылады:

- мәдени (мәдениет, субмәдениет, әлеуметтік тап);
- әлеуметтік (анықтамалық топтар, отбасылар, рөлдер мен мәртебелер);
- жеке (отбасының өмірлік циклінің жасы мен кезеңі, кәсібі, экономикалық жағдайы, өмір салты, жеке басы және өзін-өзі бағалауы);
- психологиялық (мотивация, қабылдау, оқыту, сендіру, көзқарас).

Жоғарыда аталған факторлардың ішіндегі ең маңыздысы мәдениет факторлары болып табылады, өйткені олар адамның қажеттіліктері мен мінез-құлқын анықтайды.

Маркетологтың міндеті - тұтынушының санасында сыртқы ынталандыруларға әсер ету сәті мен сатып алу туралы шешім қабылдау арасында не болып жатқанын түсіну.

Ол үшін жеке тұлғаның сатып алу туралы шешімін қалай қабылдайтынын егжей-тегжейлі қарастырайық.

Сатып алу туралы шешім қабылдаудың стандартты процесі келесі кезеңдерден тұрады [3, б. 9].:

1. Қажеттілікті түсіну.

Сатып алу туралы шешім қабылдау процесі сатып алушының қажеттілікті немесе қажеттілікті түсінуінен басталады, яғни тұтынушы нақты және қалаған күй арасындағы айырмашылықты біледі. Егер қажеттілік адамның қажеттіліктерінен туындайтын табиғи тітіркендіргіштердің әсерінен туындаса, ол соншалықты шұғыл болады, ол ынталандыруға айналады.

2. Ақпаратты іздеу.

Ынталандыру тұтынушыны қосымша ақпарат іздеуге ынталандырады. Егер шақыру жеткілікті күшті болса және тұтынушыны қанағаттандыра алатын өнім қолында болса, онда әдетте сатып алу жасалады.

3. Сатып алу туралы шешім.

Тұтастай алғанда, сатып алу туралы шешім тұтынушының өзіне ұнайтын брендтің өнімін сатып алғысы келетіндігіне байланысты. Алайда, екі фактор сатып алу ниетін шешімге айналдыруға кедергі келтіруі мүмкін. Олардың біріншісі - басқа адамдардың көзқарасы, екіншісі-күтпеген жағдайлар.

4. Сатып алуға реакция.

Сатып алғаннан кейін тұтынушы сатып алуға реакция жасайды. Адам қанағаттану немесе қанағаттанбау сезімін сезінеді. Әрбір дерлік ірі сатып алу когнитивті (когнитивті) диссонансты тудырады, яғни жасалған таңдаудың дұрыстығына күмәнданудан туындаған ыңғайсыздық сезімі. Мұндай күмән сатып алушыдан сатып алғаннан кейін пайда болады.

Тұтынуды зерттеу тарихи тұрғыдан ғылымның әртүрлі салаларында жүргізілді: Саяси экономика, әлеуметтану, экономикалық теория. Сондықтан ғылыми әдебиеттерде осы тұжырымдаманың көптеген түсіндірмелері мен жіктелімдері бар. К. Маркс, К.Альдерфер, Д. М. Гвишиани, Н. И. Лапин, М. В. Тараткевич ұсынған қажеттіліктердің жіктелуі бар. Олардың барлығы үлкен ғылыми қызығушылық тудырады.

Американдық психолог Авраам Маслоу әзірлеген қажеттіліктер пирамидасы ең танымал болып табылады, ол мотивацияның ең танымал теорияларының бірі – физиологиялық қажеттіліктерді, қауіпсіздік қажеттілігін, махаббат, құрмет, сана қажеттіліктерін және эстетикалық қажеттіліктер мен өзін-өзі актуализациялау қажеттілігін қамтитын қажеттіліктер иерархиясы теориясының көрінісі болып табылады [3, б. 19].

Басқаша айтқанда, пирамиданың негізінде адамның биологиялық қажеттіліктері орналасқан, ал жоғары деңгейлерде Әлеуметтік және интеллектуалды қажеттіліктер орналастырылған. Ең маңыздысы А. Маслоу адам бірінші кезекте қанағаттандыруға тырысатын физиологиялық қажеттіліктерді қарастырады. Бұл қажеттілік қанағаттандырылғаннан кейін, адам келесі қажеттіліктерді қанағаттандыруға көшеді.

Қажеттілік санаты әртүрлі факторлардың әсерінен өзгереді: уақытша, экономикалық, мәдени, тарихи.

Зерттеушілер И.В. Пивоварова мен О.В. Устинова «..... қажеттіліктерінің маңызды ерекшелігі-олардың динамикалық сипаты, өзгергіштігі, қанағаттандырылған жаңа, жоғары қажеттіліктерге негізделген дамуы, бұл жеке тұлғаны әртүрлі формалар мен қызмет салаларына қосуды байланысты» деп санайды [14, б. 97]. XX ғасырда қоғамдық қатынастардың дамуы нәтижесінде қажеттіліктер ақшалай нысанға ие болды, яғни сұранысты түпкілікті тұтынушылар анықтайтын форма.

Тұтынушылық мінез-құлықты зерттеуде психологиядан алынған жаңа тенденциялар пайда болды. Өздеріңіз білетіндей, психологиялық зерттеулердің маңызды бағыттарының бірі-адамның таным процесін зерттеу. Осы кезеңде психологиядағы бұл бағыт маркетингтік зерттеулердегі тұтынушылық мінез-құлықты зерттеумен біріктірілді [2, б. 20].

Қазіргі заманғы маркетингтік тұжырымдамалардың негізгі ережесі - олардың ұлттық, психологиялық, мәдени және басқа сипаттамаларын ескере отырып, жасалған тауарларды тұтынушылардың нақты сұраныстарына бағыттау. Тауарлар мен қызметтердің үлкен таңдауы

адамдардың тұтынуға деген белсенділігін ынталандырады. Алайда, материалдық және рухани қажеттіліктерді қанағаттандыру мәселесі сақталады, өйткені басқалары кейбір тауарларды алмастырады және таңдау процесі айтарлықтай қиындайды(1-сурет) [4, б. 17].



1 сурет – Қазіргі заманғы тұтынушы мінез құлқы

Ескерту: сурет [4, б. 17] ақпарат көзінің негізінде құрылған.

Маркетингтік қызметтің маңызды аспектісі - нарықты сегментациялау. Нарық сегменті - бұл нарықтың белгілі бір бөлігі, тұтынушылар тобы, тауарлар мен кәсіпорындар,

Нарықтық экономика жағдайында белгілі бір тауарды бүкіл нарыққа емес, қоғамның белгілі бір сегменттеріне ғана сәтті сатуға болады. Нарықты сегменттеу процесі тауарлардың бәсекеге қабілеттілігін арттыруға бағытталған, бұл өз кезегінде адамдардың сұраныстарын қанағаттандыруға ықпал етеді.

Қоғамдық қатынастардың қазіргі кезеңінде тұтынушылардың мінез-құлқын зерттеу тұтынушыны тауарды немесе қызметті таңдау туралы шешім қабылдау үшін белгілі бір көлемдегі ақпаратты алатын және өндейтін ақпараттық процестің қатысушысы ретінде түсінуге негізделген. Тұтынушы ХХІ ғ. физиологиялық қажеттіліктерді қанағаттандыруға ғана емес, бір нәрсеге бағытталған.

И.В. Манахованың жұмысы үлкен ғылыми қызығушылық тудырады, онда тұтыну және сұраныс теориясының негізгі тұжырымдамалық тәсілдері жүйеленген, сонымен қатар ақпараттық каскадтардың тұтыну теориясының өзгеруіне әсері қарастырылған.

Осылайша, нарықтық экономика жағдайында табысты кәсіпкерліктің кепілі тұтыну теориясы мен нарықты сегменттеуді ескере отырып, сондай-ақ тұтыну процестеріне ақпараттық әсердің әсерін ескере отырып, тиімді маркетингтік стратегияны әзірлеу болып табылады.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Бондарева М. А., Хорсова А. В. Эволюция потребителя // Аллея науки. – 2016. – № 2-2. – С. 13–23.
2. Борбодоев М. М. Особенность сегментации потребительских рынков // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2016. – № 11-1. – С. 135–138.
3. Васильчук Ю. А. Трансформация потребностей – развитие личности и общества // Полис. Политические исследования. – 1994. – № 5. – С. 6.
4. Гайнутдинов Т. Р. Потребительское поведение жителей в период кризиса // Актуальные проблемы и перспективы развития экономики: российский и зарубежный опыт. – 2016. – №2. – С. 48–50.

5. Голубков Е. П. Маркетинговые исследования: теория, практика и методология. – М. :Финпресс, 2008.
6. Научный журнал НИУ ИТМО. Серия «Экономика и экологический менеджмент». – 2014.– № 3. – С. 183–191.
7. Иванченко О. В., Хмелевской В. Г. Актуальные тенденции потребительского поведения // Проблемы эффективного использования научного потенциала общества : сборник статей Международной научно-практической конференции : в 2 ч. – М., 2017. –С. 45–47.

Авторлар туралы мәліметтер

* Айдосқызы Айбану – 1 курс магистранты, Kainar University, e-mail: m_asar@mail.ru

** Мухамедиева Г.М. – PhD, руководитель академической школы, Kainar University, e-mail:murat_gulzada@mail.ru

*** Сапарбаев А.Д. – д.э.н. , профессор , Kainar University.

УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ В СФЕРЕ ФИНАНСИРОВАНИЯ ТЕРРОРИЗМА

Бағланұлы А.¹, Нургалиева А.М.²

¹Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

²Университет Нархоз, г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация. Терроризм стал одной из самых острых глобальных проблем нашего времени. Последствия террористических атак могут быть разрушительными, приводя к гибели людей, материальному ущербу и психологическим травмам. Однако терроризм также требует финансирования, и террористические группы становятся все более изощренными в своих усилиях по сбору и перемещению средств. В ответ правительства и финансовые учреждения по всему миру разработали различные меры для предотвращения и выявления финансирования терроризма. Одним из ключевых подходов в этой борьбе является управление рисками в данной сфере.

Ключевые слова: банки, терроризм, финансирование терроризма, риск в сфере финансирования терроризма, управление риском в сфере финансирования терроризма

RISK MANAGEMENT IN THE FIELD OF TERRORIST FINANCING

Baglanuly A¹, Nurgaliyeva A.M.²

¹Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

²Narхоз University, Almaty, Republic of Kazakhstan

Annotation. Terrorism has become one of the most acute global problems of our time. The consequences of terrorist attacks can be devastating, leading to loss of life, material damage and psychological trauma. However, terrorism also requires financing, and terrorist groups are becoming increasingly sophisticated in their efforts to raise and move funds. In response, Governments and financial institutions around the world have developed various measures to prevent and detect terrorist financing. One of the key approaches in this fight is risk management in this area.

Keywords: banks, terrorism, financing of terrorism, risk in the field of financing of terrorism, risk management in the field of financing of terrorism

ТЕРРОРИЗМДІ ҚАРЖЫЛАНДЫРУ САЛАСЫНДАҒЫ ТӘУЕКЕЛДЕРДІ БАСҚАРУ

Бағланұлы А.¹, Нургалиева А. М.²

¹Каспий қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

²Нархоз университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

Аңдатпа. Терроризм біздің заманымыздың ең өзекті жаһандық проблемаларының біріне айналды. Лаңкестік шабуылдардың салдары жойқын болып табылады, нәтижесінде адам өлімі, мүліктік залал және психологиялық жарақаттар болуы мүмкін. Дегенмен, терроризм де қаржыландыруды қажет етеді және террористік топтар қаражаттар жинау және жылжыту әрекеттерінде күрделене түсуде. Бұған жауап ретінде бүкіл әлемдегі үкіметтер мен қаржы институттары терроризмді қаржыландырудың алдын алу және анықтау үшін әртүрлі шаралар әзірлейді. Бұл күрестегі негізгі тәсілдердің бірі-осы саладағы тәуекелдерді басқару.

Түйін сөздер: банктер, терроризм, терроризмді қаржыландыру, терроризмді қаржыландыру саласындағы тәуекел, терроризмді қаржыландыру саласындағы тәуекелді басқару

Терроризм является одним из главных вызовов для международной безопасности и мира. Он угрожает жизни и свободе людей, разрушает экономики и общества, подрывает правительства и институты. Борьба с терроризмом требует не только эффективных мер безопасности, но и превентивных стратегий, направленных на устранение причин и условий, способствующих радикализации и вербовке террористов.

Финансирование терроризма включает в себя предоставление средств или финансовой поддержки террористическим организациям или отдельным лицам для осуществления их деятельности. Предпосылки роста террористических угроз в рамках развития мировой экономики в виде схемы представлены на рисунке 1.



Рисунок 1 – Экономические предпосылки создания террористической угрозы
Примечание: рисунок составлен на основе источника [1]

Как свидетельствуют данные рисунка проблемы роста рисков наступления террористической угрозы носят циклический характер. Риски наступления террористических угроз имеют напрямую связаны с низким уровнем экономического развития страны, а высокий уровень терроризма влияет на снижение экономической конкурентоспособности. Таким образом, создается замкнутая система роста террористических рисков в отдельно взятых странах, но в условиях транснациональной экономики она приобретает глобальный характер.

Основными целями финансирования терроризма являются финансирование террористических атак, вербовка новых членов и продвижение их идеологии. Организации, которые занимаются террористической деятельностью, могут быть различного типа и масштаба.

Некоторые известные террористические организации включают:

– Аль-Каида: основанная Осамой бен Ладеном, Аль-Каида является исламской террористической организацией, которая отвечает за ряд крупных терактов, включая атаки на Всемирный торговый центр 11 сентября 2001 года.

– ИГИЛ (Исламское государство Ирака и Леванта): ИГИЛ - это террористическая организация, которая пропагандирует исламский экстремизм и джихад. Она отвечает за множество крупных терактов в Сирии, Ираке и других регионах.

– ФАРК (Колумбийские Революционные Вооруженные Силы): ФАРК - это марксистско-ленинская террористическая организация, которая борется за смену правительства в Колумбии и защиту прав крестьян и рабочих.

– ХАМАС (Исламское движение сопротивления): ХАМАС - это движение, которое борется за установление исламского государства в Палестине и борется с Израилем.

– ИРА (Ирландская Республиканская Армия): ИРА - это ирландская террористическая организация, которая борется за независимость Ирландии от Великобритании [2].

Методы, используемые для финансирования терроризма, могут различаться в зависимости от группы и местоположения, но некоторые общие методы включают (рисунок 2).

Благотворительные организации. Террористические организации могут использовать благотворительные организации или некоммерческие группы для сбора и отмывания денег, часто под видом оказания гуманитарной помощи.

Преступная деятельность: террористы могут заниматься преступной деятельностью, такой как незаконный оборот наркотиков, контрабанда и вымогательство, для получения средств.

Хавала: Хавала — это неофициальная система денежных переводов, работающая вне традиционной банковской системы. Террористические группы могут использовать хавалу для перемещения средств через границы без обнаружения.

Государственное спонсорство: некоторые правительства могут оказывать финансовую поддержку террористическим группам для достижения их политических целей.

Похищение ради выкупа: террористы могут похищать людей и требовать выкуп в обмен на их освобождение.

Самофинансирование: некоторые террористические группы могут получать средства за счет собственной коммерческой деятельности, такой как продажа контрафактных товаров или участие в легальном бизнесе.

Краудфандинг: террористы могут использовать краудфандинговые платформы для получения пожертвований от сочувствующих и сторонников [3].

В последние годы терроризм стал глобальной угрозой, а финансирование терроризма вызывает серьезную озабоченность у правительств во всем мире. Под финансированием терроризма понимается процесс оказания финансовой поддержки террористическим организациям или отдельным лицам для осуществления их деятельности. Эта финансовая поддержка может поступать из различных источников, таких как пожертвования, преступная деятельность и законный бизнес. Целью финансирования терроризма является финансирование вербовки, обучения и оснащения террористов, а также их операций и нападений.

Финансирование терроризма представляет собой серьезный риск для национальной безопасности и стабильности мировой финансовой системы. Финансирование террористических организаций может происходить как через формальные, так и через неформальные финансовые системы. Эти системы могут использоваться для перемещения средств из одной страны в другую, что затрудняет правоохранительным органам отслеживание и предотвращение этих операций. В финансировании терроризма также могут участвовать легальные предприятия, которые служат прикрытием для незаконной деятельности.

Управление рисками — это процесс, который включает выявление, оценку и снижение рисков. В контексте финансирования терроризма управление рисками является важнейшим инструментом для предотвращения и обнаружения движения средств, поддерживающих террористическую деятельность. Целью управления рисками в этой области является выявление уязвимостей и слабых мест в финансовой системе, которые могут быть использованы террористическими группами, и принятие мер по снижению этих рисков.^[1]

Эффективное управление рисками необходимо для защиты целостности финансовой системы и предотвращения финансирования терроризма. Без надлежащих стратегий

управления рисками финансовые учреждения и правительства могут непреднамеренно оказывать поддержку террористическим группам, не выявляя и не предотвращая движение средств. Более того, неспособность эффективно управлять рисками, связанными с финансированием терроризма, также может привести к значительным юридическим и репутационным рискам для финансовых учреждений.

Управление рисками также требует сотрудничества и сотрудничества между правительствами, финансовыми учреждениями и другими заинтересованными сторонами для обеспечения выявления и устранения рисков в рамках всей финансовой системы. В целом управление рисками является важным инструментом предотвращения и выявления финансирования терроризма, поскольку оно помогает обеспечить целостность финансовой системы и защищает от рисков, связанных с движением средств, поддерживающих террористическую деятельность.

Процесс управления рисками включает ряд шагов, предназначенных для выявления, оценки и снижения рисков. Ниже приведены типичные этапы процесса управления рисками в сфере финансирования терроризма:

1. Идентификация рисков.
2. Оценка рисков
3. Снижение рисков.
4. Мониторинг рисков.
5. Коммуникация риска [4].

Одним из значительных рисков, связанных с финансированием терроризма, является потенциальное использование средств для приобретения оружия, боеприпасов и взрывчатых веществ. Эти материалы могут быть использованы для совершения смертоносных атак, которые могут нанести значительный ущерб имуществу и человеческим жизням. Террористы также могут использовать средства для приобретения оборудования, необходимого для планирования и осуществления атак, например устройств связи и транспорта.

Еще одним риском финансирования терроризма является возможность отмывания денег. Это процесс сокрытия источника незаконных средств путем их перемещения по законным финансовым каналам. Отмывание денег может помочь террористам избежать обнаружения правоохранительными органами и финансовыми учреждениями. Это также может облегчить террористам использование средств для финансирования своей деятельности.

Финансирование терроризма также может оказать значительное влияние на мировую экономику. Оно может привести к усилению финансовой нестабильности и потере доверия инвесторов. Средства, используемые для финансирования терроризма, также могут быть отвлечены от других видов законной экономической деятельности, что может негативно сказаться на экономическом росте.

Для борьбы с финансированием терроризма правительства и финансовые учреждения принимают различные меры, включая принятие нормативных актов по борьбе с отмыванием денег (AML) и финансированием терроризма (CTF), в частности в Казахстане это Закон. Эти правила требуют от финансовых учреждений принятия мер должной осмотрительности для выявления и предотвращения финансирования терроризма. Они также требуют от финансовых учреждений сообщать правоохранительным органам о подозрительных операциях.

Финансовые учреждения также внедрили технологические решения, помогающие выявлять и предотвращать финансирование терроризма. Эти решения включают системы мониторинга транзакций и использование технологии блокчейн для обеспечения большей прозрачности финансовых операций.

Одной из проблем борьбы с финансированием терроризма является отсутствие прозрачности финансовых операций, используемых для финансирования террористической деятельности. Террористы часто используют неформальные финансовые сети, такие как "хавала", для перемещения денег через границы, что затрудняет отслеживание этих операций властями. Кроме того, для дальнейшего сокрытия своей деятельности они могут использовать фальшивые имена или подставные компании.

Еще одной проблемой является изменение характера террористических организаций и методов их финансирования. Многие террористические группы адаптировались к ужесточению финансового регулирования, перенесли свою деятельность в страны с более слабой нормативно-правовой базой. Они также стали более изобретательными в своих методах сбора средств, например, путем продажи награбленных древностей или выплаты выкупа.

Кроме того, децентрализованный характер рынка криптовалют также представляет собой серьезную проблему для властей, пытающихся отследить и предотвратить финансирование терроризма. Криптовалюты могут использоваться для перевода средств анонимно и вне традиционных банковских систем, что затрудняет отслеживание источника и получателя средств.

Для решения этих проблем правительствам и финансовым учреждениям необходимо сотрудничать и обмениваться информацией для выявления и предотвращения финансирования терроризма. Эффективный сбор оперативной информации, сотрудничество правоохранительных органов и использование передовых технологических решений имеют решающее значение для выявления и пресечения деятельности сетей финансирования терроризма.

В последние годы было несколько успешных примеров сотрудничества между правительствами и финансовыми учреждениями в целях предотвращения финансирования терроризма.

Казахстан, расположенный в Центральной Азии, становится все более важным игроком в экономике и политике региона. Однако страна сталкивается с рядом проблем, включая риск финансирования терроризма. В регионе действуют террористические организации, и Казахстан в прошлом был объектом нападений, что делает его уязвимым перед угрозой финансирования терроризма.

Одним из существенных рисков финансирования терроризма в Казахстане является расположение страны, которая граничит с несколькими нестабильными регионами. К ним относятся Афганистан, известный своими связями с террористическими организациями, и Северный Кавказ, имеющий историю насильственных конфликтов и экстремистской деятельности. Эти соседние регионы предоставляют террористам возможности для контрабанды средств в Казахстан, что затрудняет отслеживание и предотвращение этих операций.

Еще одним фактором, повышающим риск финансирования терроризма в Казахстане, является его крупная и неформальная экономика. В стране существует значительная теневая экономика, которая функционирует вне официальной финансовой системы, что облегчает террористам перемещение средств незамеченными. Эта неформальная экономика включает такие виды деятельности, как контрабанда, торговля людьми и незаконная торговля наркотиками, которые могут генерировать значительные суммы незаконных средств, которые могут быть использованы для финансирования террористической деятельности.

Кроме того, значительные природные ресурсы Казахстана, включая запасы нефти и газа, делают его привлекательной целью для террористических групп, желающих финансировать свою деятельность. Эти ресурсы являются потенциальным источником дохода для террористов, которые могут использовать эти средства для приобретения оружия, оборудования и других ресурсов для осуществления атак.

Для устранения этих рисков Казахстан предпринял шаги по укреплению своей правовой базы и нормативно-правового режима для борьбы с финансированием терроризма. В стране приняты законы о борьбе с отмыванием денег (AML) и финансированием терроризма (CTF) [5], а банки обязаны проводить меры должной осмотрительности для предотвращения финансирования терроризма.

Кроме того, Казахстан сотрудничает с международными организациями, такими как Группа разработки финансовых мер борьбы с отмыванием денег (ФАТФ), для улучшения режима ПОД/ФТ и соответствия международным стандартам [6]. В стране также создано

Агентство финансового мониторинга, который отвечает за мониторинг и предотвращение деятельности по отмыванию денег и финансированию терроризма.

Несмотря на эти усилия, риск финансирования терроризма в Казахстане остается серьезной проблемой, и необходимо сохранять бдительность и сотрудничество между государственными органами и финансовыми учреждениями. Расположение Казахстана, неформальная экономика и природные ресурсы делают его мишенью для финансирования терроризма, и для обеспечения стабильности и безопасности страны необходимо принять эффективные меры по предотвращению финансирования терроризма.

В заключение следует отметить, что риски, связанные с финансированием терроризма, значительны, а проблема сложна и трудна. Для эффективной борьбы с финансированием терроризма необходимы скоординированные усилия правительств, финансовых учреждений и правоохранительных органов. Применяя эффективные меры и обмениваясь информацией, мы можем работать над пресечением финансирования терроризма и содействовать глобальной безопасности и стабильности.

В целом, эффективное управление рисками имеет решающее значение для предотвращения финансирования терроризма и защиты от потенциальных угроз. Внедряя комплексный процесс управления рисками, организации и отдельные лица могут снизить риски, связанные с финансированием терроризма, и помочь обеспечить безопасность людей и сообществ.

Список использованной литературы

1. Предотвращение отмывания денег и финансирования терроризма: практическое руководство для банковских специалистов / Пьер-Лоран Шатен [и др.]: перевод с английского. – М.: ЮНИТИ, 2017. – 316 с.

2. Чиханчин Ю.А., Братко А.Г. Финансовый мониторинг. М.: Юстицинформ, 2018. – 696 с.

3. Глотова В.И., Альбекова А.У. Финансовый мониторинг. Ростов-на-Дону: ИПК РГЭУ (РИНХ), 2019. – 174 с.

4. Ревенков П.В. Проблемы выявления фактов финансирования терроризма // Банковские услуги. – 2021. – № 1. – С. 18-25

5. Закон Республики Казахстан О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма (с [изменениями и дополнениями](#) по состоянию на 12.09.2023 г.). https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=30466908

6. Официальный сайт Национального банка РК. Документы ФАТФ. <https://nationalbank.kz/ru/news/mezhdunarodnye-dokumenty/187>

Авторлар туралы мәліметтер

* Бағланұлы А.¹, - Каспий Қоғамдық Университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы, e-mail: kudyrbekkt@gmail.com

**Нурғалиева А.М.² - Университет Нархоз, г. Алматы, Республика Казахстан

Сведения об авторах

* Бағланұлы А.¹, - Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан, e-mail: kudyrbekkt@gmail.com

**Нурғалиева А.М.² - Университет Нархоз, г. Алматы, Республика Казахстан

Information about authors

* Baglanuly A.-Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan, e-mail:
kydyrbekkt@gmail.com

**Nurgalieva A.M. - Narxoz University, Almaty, Republic of Kazakhstan

РИСКИ ПОТЕРИ ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ В БАНКАХ ВТОРОГО УРОВНЯ

Бактыбеков Б.¹, Нургалиева А.М.²

¹Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

²Университет Нархоз, г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация. Сегодня деловая репутация играет важную роль в каждой организации. Деловая репутация выступает в качестве нематериального актива, капитализируется и является одним из ключевых факторов стоимости бизнеса, улучшает финансовые показатели и служит основой для обеспечения устойчивого и стабильного роста банков. Банки второго уровня являются важным звеном в финансовой системе и имеют значительную клиентскую базу, поэтому, как и в любой другой отрасли, в банковском секторе существует риск потери деловой репутации, который может нанести серьезный ущерб не только банкам, но и банковской системе в целом.

Ключевые слова. Банки второго уровня, деловая репутация, управлени репутационным риском, нематериальный актив, факторы риска

RISKS OF LOSS OF BUSINESS REPUTATION IN SECOND-TIER BANKS

Baktybekov B.¹, Nurgaliyeva A.M.²

¹Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

²Narxoz University, Almaty, Republic of Kazakhstan

Annotation. Today, business reputation plays an important role in every organization. Business reputation acts as an intangible asset, is capitalized and is one of the key factors of business value, improves financial performance and serves as the basis for ensuring sustainable and stable growth of banks. Second-tier banks are an important link in the financial system and have a significant customer base, therefore, as in any other industry, there is a risk of loss of business reputation in the banking sector, which can cause serious damage not only to banks, but also to the banking system as a whole.

Keywords. Second-tier banks, business reputation, risk management, intangible asset, risk factors

ЕКІНШІ ДЕҢГЕЙДЕГІ БАНКТЕРДЕГІ ІСКЕРЛІК БЕДЕЛІН ЖОҒАЛТУ ТӘУЕКЕЛДЕРІ

Бактыбеков Б.¹, Нургалиева А.М.²

¹ Каспий қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы^x

² Нархоз университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

Аңдатпа. Бүгінгі таңда іскерлік бедел әр ұйымда маңызды рөл атқарады. Іскерлік бедел материалдық емес актив ретінде әрекет етеді, капиталдандырылады және бизнес құнының негізгі факторларының бірі болып табылады, қаржылық көрсеткіштерді жақсартады және банктердің тұрақты және тұрақты өсуін қамтамасыз ету үшін негіз болады. Екінші деңгейлі банктер қаржы жүйесіндегі маңызды буын болып табылады және айтарлықтай клиенттік базаға ие, сондықтан кез-келген басқа саладағыдай, банк секторында тек банктерге ғана емес, жалпы банк жүйесіне де үлкен зиян келтіруі мүмкін іскерлік беделін жоғалту қаупі бар.

Түйін сөздер. Екінші деңгейдегі банктер, іскерлік беделдік, іскерлік беделдік тәуекелдерді басқару, материалдық емес актив, тәуекел факторлары

Риск потери деловой репутации - это один из ключевых рисков, с которыми сталкиваются банки второго уровня. Банки второго уровня - это банки, которые не являются системно значимыми, но все еще имеют значительный вклад в экономику и банковскую систему страны.

В соответствии с Правилами о формировании системы управления рисками и внутреннего контроля для банков второго уровня, филиалов банков-нерезидентов Республики Казахстан №188 от 12.11.2019 репутационный риск трактуется как вероятность возникновения потерь, неполучения запланированных доходов в результате сужения клиентской базы, снижения иных показателей развития вследствие формирования в обществе отрицательного представления о надежности банка, качестве оказываемых им услуг или характере деятельности банка в целом [1].

Потеря деловой репутации может произойти, если банк нарушает законы и нормативные акты, привлекает внимание социальных групп и СМИ из-за своих действий или бездействий, не выполняет обязательства перед клиентами или нарушает этику банковского бизнеса. Нарушение правил может привести к негативным репутационным последствиям, которые могут включать в себя уменьшение доверия клиентов, убытки, снижение капитализации, судебные и репутационные риски.

Чтобы избежать рисков потери деловой репутации, банки второго уровня должны строго следить за соответствием своих действий законам и нормативным актам, устанавливать высокие стандарты в области этики бизнеса, принимать меры по профилактике и управлению репутационными рисками, а также уделять внимание обратной связи от клиентов и заинтересованных сторон.

В целом, банки второго уровня должны осознавать важность сохранения своей деловой репутации и принимать все необходимые меры для снижения рисков ее потери. Следует отметить, что риск потери деловой репутации является серьезной угрозой для банков второго уровня. Для снижения рисков необходимо обеспечивать высокий уровень соответствия законодательству и нормативным требованиям, защищать информацию, улучшать качество обслуживания клиентов и обеспечивать стабильную финансовую позицию банка.

Риски потери деловой репутации в банках второго уровня могут возникнуть в результате нарушения законодательства, невыполнения нормативных требований и этических стандартов, а также в результате неудачных инвестиционных решений или рискованных операций. Управление риском потери деловой репутации - это деятельность по выявлению, мониторингу, оценке, контролю и уменьшению риска (рисунок 1).

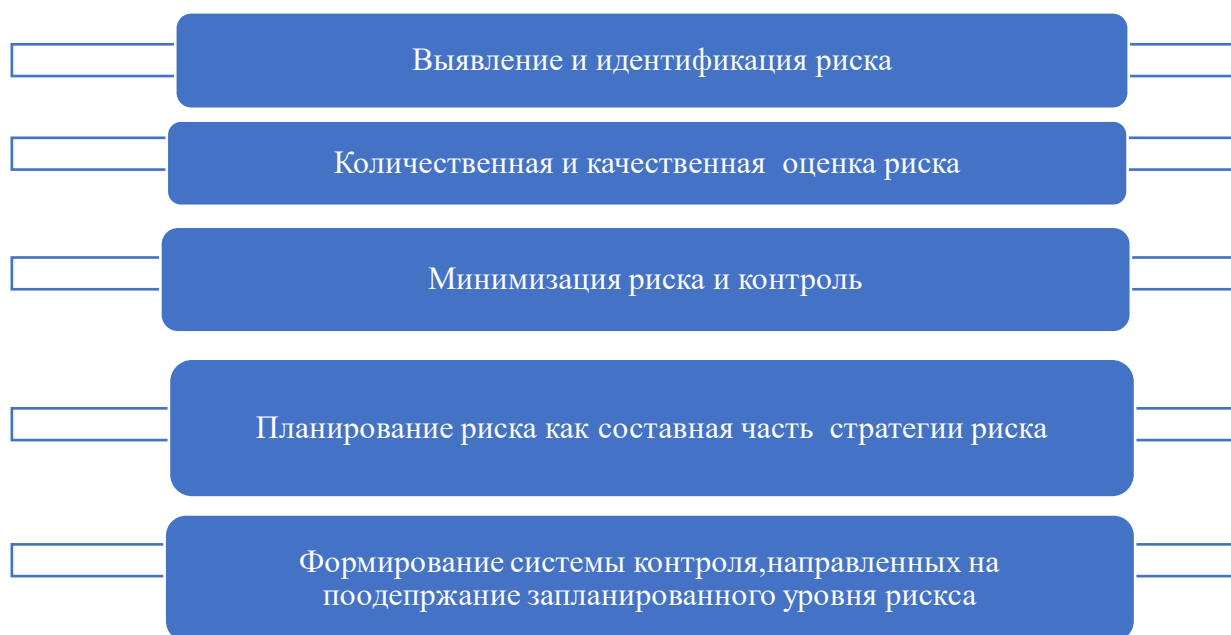


Рисунок 1 - Управление риском потери деловой репутации

Примечание: рисунок составлен на основе источника [2, с. 158].

Банки второго уровня (небольшие и средние банки) обычно работают в более ограниченных регионах, чем крупные международные банки, и имеют более узкую специализацию. Они также могут иметь меньший капитал и менее разветвленную инфраструктуру, что может ограничивать их возможности для соблюдения нормативных требований.

Риски потери деловой репутации могут быть связаны с такими проблемами, как низкий уровень качества обслуживания клиентов, недостаточная защита конфиденциальности данных клиентов, участие в отмывании денег, мошенничество и другие формы коррупции. Такие проблемы могут привести к потере доверия со стороны клиентов и общественности, а также к штрафам и санкциям со стороны регуляторных органов [3, с. 160].

Для снижения рисков потери деловой репутации банки второго уровня должны уделять большое внимание соблюдению нормативных требований и этических стандартов, а также развивать сильную корпоративную культуру и эффективную систему контроля. Они также могут взаимодействовать с регуляторными органами и общественностью, чтобы повысить уровень прозрачности и доверия к их деятельности.

Банки второго уровня - это крупные финансовые учреждения, которые оказывают широкий спектр услуг, таких как кредитование, инвестирование, управление активами и т.д. Эти банки обычно работают с различными клиентами, включая корпоративных и частных, и зачастую имеют более сложные организационные структуры, чем банки первого уровня.

Поэтому одним из главных рисков для банков второго уровня является риск потери деловой репутации. Деловая репутация - это оценка сторонними лицами, такими как клиенты, инвесторы и регуляторы, качества и этики работы банка. Репутация может быть подорвана различными факторами, такими как нарушение законодательства, неправомерное поведение сотрудников, финансовые скандалы, нарушение прав потребителей и другие проблемы.

Потеря деловой репутации может привести к серьезным последствиям, включая потерю клиентов, падение акций, штрафы от регуляторов и другие негативные эффекты [4].

В связи с этим, банки второго уровня уделяют большое внимание комплаенс-контролю и риск-менеджменту, чтобы предотвратить возможные нарушения и минимизировать риски для своей деловой репутации.

Кроме того, банки второго уровня могут также проводить различные мероприятия, чтобы улучшить свою деловую репутацию, такие как участие в благотворительных программах,

этическое ведение бизнеса, внедрение прозрачной политики и т.д. В целом, поддержание высокой деловой репутации является ключевым фактором успеха для банков второго уровня.

Банки второго уровня (также известные как "региональные банки") могут столкнуться с различными рисками потери деловой репутации, которые могут оказать значительное влияние на их бизнес и финансовые результаты.

Один из наиболее значимых рисков - это риск взаимодействия с клиентами, которые могут быть связаны с мошенничеством, финансовым преступлением или другими незаконными деяниями [5]. Такие клиенты могут использовать банк для отмывания денег или других незаконных операций, что может привести к репутационным потерям для банка, а также к ущербу его деловой репутации.

Другой риск - это связанные с нарушениями законодательства или регулятивных требований. Если банк не соблюдает законодательные и регулятивные нормы, это может привести к штрафам, судебным разбирательствам и потере доверия со стороны клиентов и общественности.

Также стоит отметить, что репутационные риски могут возникнуть и из-за операционных проблем, таких как сбои в работе IT-систем банка, утечки данных клиентов, недостаточная защита информации и т.д.

Для снижения рисков потери деловой репутации в банках второго уровня необходимо вести строгий комплаенс-контроль, следить за соблюдением законодательства и регулятивных требований, а также инвестировать в развитие информационной безопасности и операционной эффективности. Также банки должны вести активную работу по восстановлению доверия со стороны клиентов и общественности в случае возникновения репутационных потерь.

Банки второго уровня являются крупными финансовыми организациями, которые предоставляют широкий спектр банковских услуг, включая ссуды, вклады, платежные карты и другие финансовые продукты. Потеря деловой репутации может оказаться для них серьезным риском, который может привести к снижению доверия клиентов, убыткам и потере бизнеса.

Основные риски потери деловой репутации в банках второго уровня могут включать в себя:

Нарушение законодательства и нормативных актов - банки второго уровня обязаны соблюдать строгие правила и нормы, установленные регуляторами. Нарушение этих правил может привести к серьезным последствиям, включая уголовную ответственность и потерю деловой репутации.

Недостаточная защита конфиденциальной информации - банки второго уровня имеют доступ к конфиденциальной информации своих клиентов, такой как финансовые данные и личные данные. Нарушение конфиденциальности может привести к утечкам информации, что нанесет ущерб деловой репутации.

Недобросовестная практика - некоторые банки второго уровня могут применять недобросовестные практики, такие как высокие процентные ставки и скрытые комиссии. Это может привести к недовольству клиентов и уменьшению доверия к банку.

Финансовые проблемы - банки второго уровня могут столкнуться с финансовыми проблемами, такими как убытки, неплатежеспособность и банкротство. Это может привести к серьезной потере деловой репутации и убыткам.

Для того чтобы снизить риски потери деловой репутации, банки второго уровня могут принимать меры, такие как улучшение системы управления рисками, повышение уровня защиты конфиденциальной информации, соблюдение законодательства и нормативных требований, а также соблюдение этических и профессиональных стандартов.

Потеря деловой репутации в банках может иметь серьезные последствия, которые могут негативно сказаться на бизнесе банка и привести к финансовым потерям.

Некоторые из возможных последствий потери деловой репутации в банке включают:

Потеря клиентов: когда у банка возникают проблемы с деловой репутацией, клиенты могут потерять доверие к нему и перейти к конкурентам. Это может привести к снижению объема депозитов и кредитов, а также к сокращению доходов банка.

Увеличение рисков: Потеря деловой репутации может увеличить риски, связанные с банковской деятельностью. Например, банк может столкнуться с увеличением кредитных потерь или неспособностью привлекать новых клиентов.

Штрафы и регуляторные риски: при нарушении правил и регуляций, связанных с банковской деятельностью, банк может столкнуться со значительными штрафами и регуляторными рисками. Это может привести к значительным финансовым потерям и ухудшению деловой репутации.

Ухудшение имиджа: Потеря деловой репутации может привести к ухудшению общего имиджа банка в глазах общественности, а также к возможным судебным разбирательствам, что может сказаться на финансовом положении банка.

В целом, деловая репутация является очень важным активом для банков, и потеря ее может привести к серьезным последствиям. Поэтому банки должны уделять особое внимание поддержанию своей деловой репутации и принимать меры для предотвращения ее потери.

Один из наиболее известных примеров потери деловой репутации банка - это скандал вокруг Wells Fargo, крупнейшего банка США по рыночной капитализации на момент скандала.

В 2016 году стало известно, что Wells Fargo создавал миллионы фиктивных банковских счетов без ведома своих клиентов. Банкиры открывали счета, чтобы выполнить квоты, выдвигаемые вышестоящим руководством, и получать бонусы. Эти действия привели к тому, что клиенты начали получать ненужные услуги, за что им начислялись дополнительные платежи.

Этот скандал стал широко обсуждаемым в СМИ и привел к множеству судебных и регуляторных расследований. Банку пришлось выплатить штраф в размере 185 миллионов долларов за нарушение правил банковской деятельности и неэтичные практики.

Скандал вокруг Wells Fargo серьезно подорвал деловую репутацию банка и привел к отставке ряда высших руководителей. Кроме того, банк потерял многих своих клиентов и столкнулся с серьезными финансовыми потерями.

Этот пример показывает, как серьезными могут быть последствия потери деловой репутации банка и как важно соблюдать правила и этические стандарты в банковской деятельности, чтобы избежать подобных ситуаций.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Правила о формировании системы управления рисками и внутреннего контроля для банков второго уровня, филиалов банков-нерезидентов Республики Казахстан №188 от 12.11.2019 (с [изменениями](#) по состоянию на 01.07.2023. г.).

https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=35598681#:~:text=%D0%BD%D0%B0%2001.07.2023%20%D0%B3

2. Басалдук А.С., Езангина И.А. Репутационный риск банка: проблемы идентификации и управления // Сборник статей XIII Международной научно-практической конференции, Пенза, 2017. – С.157-160

3. Шемякина А.А. Факторы возникновения репутационного риска банка //Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием «Экономика сегодня: состояние и перспективы развития (Вектор -2022)», Москва, 2022. - С.156 - 161

4. <https://www.anti-malware.ru/threats/business-reputation-damage>

5. Андрианова Е. П. Особенности управления деловой репутацией коммерческого банка // Научный журнал КубГАУ. 2013. - № 87(03). - С. 1–19.
[file:///C:/Users/user/Downloads/osobennosti-upravleniya-delovoy-reputatsiey-kommercheskogo-banka%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/user/Downloads/osobennosti-upravleniya-delovoy-reputatsiey-kommercheskogo-banka%20(1).pdf)

Авторлар туралы мәліметтер

* Бактыбеков Б.¹, Каспий Қоғамдық Университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы, e-mail: kudyrbekkt@gmail.com
**Нурғалиева А.М.²-Университет Нархоз, г. Алматы, Республика Казахстан

Сведения об авторах

* Бактыбеков Б.¹, Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан, e-mail: kudyrbekkt@gmail.com
**Нурғалиева А.М.²-Университет Нархоз, г. Алматы, Республика Казахстан

Information about authors

* Baktybekov B.-Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan, e-mail: kudyrbekkt@gmail.com
**Nurgalieva A.M. - Narhoz University, Almaty, Republic of Kazakhstan

РЕГУЛЯТОРНЫЕ РИСКИ В БАНКАХ ВТОРОГО УРОВНЯ: СУЩНОСТЬ И НЕОБХОДИМОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ ИМИ

Бирлесова А.¹, Нургалиева А.М.²

¹Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

²Университет Нархоз, г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация. Рост количества нормативных правовых актов в банковской сфере в последнее время, появление новых правонарушений, связанных с нарушением закона и управлением, отсутствие единой методологии сотрудничества банковских подразделений с другими организациями, структура коммуникации между ними требуют необходимость влияния регуляторных рисков на деятельность коммерческих банков. Необходимость управления регуляторным риском в БВУ связана с деятельностью должностных лиц, структурных подразделений банков, направленной на предотвращение и минимизация возможности появления регуляторных рисков, формирование адекватной правовой среды ведения банковского бизнеса.

Ключевые слова: банки второго уровня, комплаенс, комплаенс-контроль, система внутреннего контроля, регуляторный риск, управление регуляторным риском

REGULATORY RISKS IN SECOND-TIER BANKS: THE ESSENCE AND NECESSITY OF THEIR MANAGEMENT

Birlesova A.¹, Nurgaliyeva A.M.²

¹Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

²Narxoz University, Almaty, Republic of Kazakhstan

Annotation. The increase in the number of regulatory legal acts in the banking sector in recent years, the emergence of new offenses related to violations of the law and management, the lack of a unified methodology for cooperation between banking departments with other organizations, and the structure of communication between them require the need to influence regulatory risks on the activities of commercial banks. The need to manage regulatory risk in STB is associated with the activities of officials, structural divisions of banks aimed at preventing and minimizing the possibility of regulatory risks, and the formation of an adequate legal environment for banking business.

Keywords: second-tier banks, compliance, compliance control, internal control system, regulatory risk, regulatory risk management

ЕКІНШІ ДЕНГЕЙДЕГІ БАНКТЕРДЕГІ РЕТТЕУШІ ТӘУЕКЕЛДЕР: ОЛАРДЫ МӘНІ ЖӘНЕ БАСҚАРУДЫҢ ҚАЖЕТТІЛІГІ

Бирлесова А.¹, Нургалиева А.М.²

¹Каспий қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

²Нархоз университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

Аңдатпа. Соңғы уақытта банк саласындағы нормативтік құқықтық актілер санының өсуі, заңның бұзылуына және басқаруға байланысты жаңа құқық бұзушылықтардың пайда болуы, банк бөлімшелерінің басқа ұйымдармен ынтымақтастығының бірыңғай әдіснамасының

болмауы, олардың арасындағы байланыс құрылымы реттеуші тәуекелдердің коммерциялық банктердің қызметіне әсер ету қажеттілігін талап етеді. ЕДБ-де реттеуші тәуекелді басқару қажеттілігі реттеуші тәуекелдердің пайда болу мүмкіндігін болдырмауға және азайтуға, банк бизнесін жүргізудің барабар құқықтық ортасын қалыптастыруға бағытталған банктердің лауазымды тұлғаларының, құрылымдық бөлімшелерінің қызметімен байланысты.

Түйін сөздер: екінші деңгейдегі банктер, комплаенс, комплаенс-бақылау, ішкі бақылау жүйесі, реттеуші тәуекел, реттеуші тәуекелді басқару

Регуляторный риск – это риск сопротивление внешних или внутренних норм, связанными с какими-либо аспектами деятельности, и, впоследствии, рисков возникновения негативного финансового или иного последствия для коммерческого банка. Регуляторные риски возникают непосредственно законом или нормативным правовым актом прямым или косвенным (вызванной сомнительностью формулировки) вероятности воздействия на бизнес-циклы коммерческого банка, обусловленного регулированием или со стороны государственных органов. Регуляторные риски обнаруживают на ранней стадии, до того, как проблема появится.

Регуляторный риск относится к потенциальным финансовым потерям [1]. Также регуляторный риск может проявляться в различных формах, таких как новые нормативные акты, изменения в существующих нормативных актах или изменения в способах применения нормативных актов. Это может быть вызвано, например, новый закон или нормативный акт, который ограничивает или запрещает использование определенных продуктов или услуг, может представлять регуляторный риск для банков, которая производит или продает эти продукты или услуги. Аналогичным образом, изменения в налоговом законодательстве или экологических нормах могут увеличить затраты на соблюдение требований и повлиять на прибыльность компании.

В целом, регуляторный риск является важным фактором для банков, работающих в регулируемых отраслях, и часто управляется посредством тщательного мониторинга и активного взаимодействия с регулирующими органами.

Вопросы, связанные с рисками в банковской деятельности, регламентируется в целом Постановлением Правления НБ РК от 12.11.2019 г. № 188 Об утверждении Правил формирования системы управления рисками и внутреннего контроля для банков второго уровня, филиалов банков-нерезидентов РК [2].

Следует отметить, что регуляторное управление рисками является важным аспектом управления рисками в коммерческом банке. Регуляторные риски возникают из-за возможности того, что банк может не соблюдать применимые законы и правила, что приведет к штрафам, юридической ответственности или ущербу репутации. Вот несколько ключевых шагов, которые коммерческий банк может предпринять для управления регулятивным риском:

Программа соблюдения нормативных требований: Коммерческий банк должен разработать надежную программу соблюдения нормативных требований, которая выявляет, оценивает и управляет регуляторными рисками. Программа должна быть разработана таким образом, чтобы обеспечить соблюдение применимых законов и нормативных актов, в том числе касающихся защиты прав потребителей, борьбы с отмыванием денег (AML) и финансированием терроризма (ATF).

Оценка рисков: Банк должен проводить регулярную оценку рисков своей деятельности для выявления потенциальных областей несоблюдения и оценки эффективности своей программы соблюдения нормативных требований.

Правила и процедуры: Банк должен иметь хорошо документированные политики и процедуры, которые определяют его обязательства по соблюдению требований и устанавливают средства контроля для снижения рисков. Эти политики и процедуры должны регулярно пересматриваться и обновляться, чтобы отражать изменения в законах и правилах.

Обучение и осведомленность: Банк должен регулярно проводить программы обучения и информирования своих сотрудников, чтобы убедиться, что они понимают важность

соблюдения нормативных требований, а также их роли и обязанности в поддержании соответствия.

Внутренний контроль: Банк должен установить и поддерживать эффективный внутренний контроль для обеспечения соблюдения законов и нормативных актов. Эти средства контроля следует регулярно контролировать, чтобы убедиться в их эффективности.

Мониторинг и тестирование: Банк должен проводить постоянный мониторинг и тестирование своих операций для выявления и устранения любых потенциальных проблем с соблюдением нормативных требований.

Отчетность и эскалация: Банк должен установить процесс отчетности и эскалации, чтобы гарантировать, что любые потенциальные проблемы, связанные с несоблюдением, выявляются, сообщаются и передаются на соответствующий уровень управления.

Надзор Совета директоров: Совет директоров должен осуществлять надзор за программой банка по соблюдению нормативных требований и обеспечивать ее эффективность в снижении регуляторных рисков. Правление также должно быть проинформировано о любых существенных проблемах с соблюдением нормативных требований и шагах, предпринимаемых для их решения. Внедряя эти меры, коммерческий банк может эффективно управлять своим регулятивным риском и обеспечивать соблюдение применимых законов и нормативных актов.

Одним из важных компонентов оценки и мониторинга является определение уровня регуляторного риска первичных подразделений и организации в целом.

Уровни организации контроля регуляторных рисков коммерческого банка могут варьироваться в зависимости от размера, сложности и нормативных требований банка. Однако, как правило, можно выделить следующие три уровня контроля:

1 уровень: Структурное подразделение (Владелец риска). Они отвечают за выявление, оценку, мониторинг и отчетность о регуляторных рисках банка. Подразделение разрабатывает политику и процедуры управления рисками, проводит оценку рисков и предоставляет рекомендации Совету директоров и высшему руководству по управлению регуляторными рисками.

2 уровень: Структурное подразделение (Высшее руководство). Высшее руководство несет ответственность за реализацию политики и процедур, установленных Советом директоров, и обеспечение эффективности методов управления рисками банка. Высшее руководство также обеспечивает соблюдение банком нормативных требований и адекватное управление регуляторными рисками.

3 уровень: Совет директоров и внутренние аудиторы: Совет директоров отвечает за определение стратегического направления деятельности банка и надзор за его деятельностью, включая методы управления рисками. Правление обеспечивает соответствие политики и процедур управления рисками банка нормативным требованиям и их эффективное внедрение. (рисунок 1).

В дополнение к этим трем уровням могут существовать другие функции контроля, такие как внутренний аудит и соблюдение требований, которые обеспечивают независимый надзор за практикой управления рисками банка и обеспечивают соблюдение нормативных требований.

Вот некоторые из ключевых компонентов:

Исполнительный менеджмент: Команда исполнительного руководства банка отвечает за реализацию политики и процедур правления и обеспечение эффективности системы управления рисками банка. Они контролируют повседневную деятельность банка и принимают решения, связанные с управлением рисками и соблюдением требований.

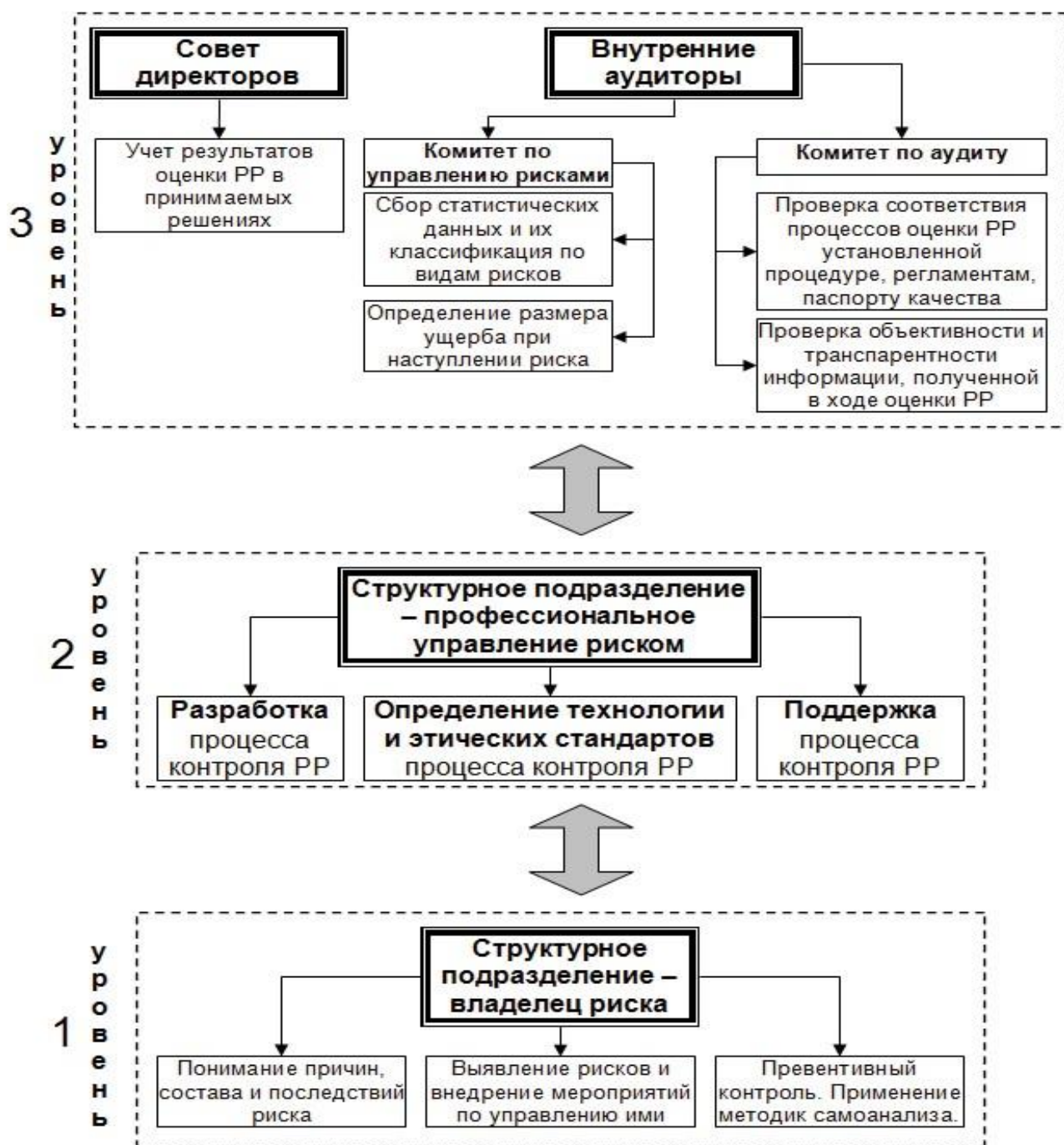


Рисунок 1 - Уровни организации контроля регуляторных рисков коммерческого банка
Примечание: рисунок составлен на основе источника [3, с. 443].

Департамент комплаенса: они отвечают за обеспечение соблюдения банком всех применимых законов и нормативных актов и отслеживают изменения в нормативных актах, оценивают комплаенс-риск банка и разрабатывают политику и процедуры для снижения этого риска.

Департамент управления рисками: департамент управления рисками отвечает за выявление, оценку и управление различными рисками банка, включая кредитные, рыночные, операционные и репутационные риски. Данный департамент тесно сотрудничает с другими подразделениями банка, чтобы обеспечить эффективное управление рисками.

Департамент внутреннего аудита: Департамент внутреннего аудита отвечает за проведение внутренних аудитов операций банка и системы управления рисками, чтобы убедиться, что политики и процедуры соблюдаются и что банк соблюдает нормативные акты.

Юридический департамент: Юридический департамент предоставляет юридические консультации и поддержку банку по вопросам регулирования и соблюдения требований и ими проверяются контракты и соглашения, чтобы убедиться, что они соответствуют применимым законам и нормативным актам.

В целом, организация регуляторного управления рисками в коммерческом банке является сложной и включает в себя несколько департаментов и уровней надзора. Эта структура необходима для обеспечения безопасной и надежной работы банка и соблюдения всех применимых законов и нормативных актов.

Организация управления регулятивными рисками в коммерческих банках имеет решающее значение для обеспечения безопасности и надежности банковской системы. Регуляторный риск относится к риску несоблюдения законов, нормативных актов и надзорных требований. Ниже приведу некоторые ключевые выводы об организации управления регуляторными рисками в коммерческих банках:

Регуляторное управление рисками должно быть неотъемлемой частью общей системы управления рисками банка. Это должно быть встроено в культуру банка, структуру управления и операционные процессы.

Следует отметить, что значение «риска» в БВУ в 2020 году существенно расширилось. Помимо стандартных рыночных, страновых рисков, в т.ч. глобальных, о которых активно начали обсуждать в 2008 году и в последние годы появились и другие предиктивно идентифицируемые риски, трудно оцениваемые относительно вероятности их реализации и уровня их воздействия на банк [4].

Банки должны разработать четкую и надежную программу соблюдения нормативных требований, которая включает политику, процедуры и средства контроля для выявления, оценки, смягчения и мониторинга регуляторных рисков.

Назначить главного специалиста по соблюдению нормативных требований (ССО), который отвечает за надзор за программой соблюдения нормативных требований и отчетность перед советом директоров и высшим руководством.

Проводить регулярные программы обучения и повышения осведомленности для своих сотрудников, чтобы убедиться, что они понимают свои роли и обязанности в управлении регуляторными рисками [5].

Проводить внутренние аудиты и оценки рисков, чтобы гарантировать, что их программа соблюдения нормативных требований является эффективной и надежной.

Банкам следует использовать технологии и автоматизацию для расширения своих возможностей по управлению нормативными рисками [6].

В целом, эффективное регуляторное управление рисками имеет решающее значение для поддержания безопасности и надежности коммерческих банков. Банкам следует разработать четкую и надежную программу соблюдения нормативных требований, проводить регулярные программы обучения и повышения осведомленности, установить прочные отношения с регулирующими органами, проводить регулярные внутренние аудиты и оценки рисков, а также использовать технологии и автоматизацию для расширения своих возможностей по управлению нормативными рисками.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ларионова И. В. Риск-менеджмент в коммерческом банке. М.: ЮНИТИ, 2021. - 523 с.
2. Постановление Правления Национального Банка Республики Казахстан от 12 ноября 2019 года № 188 Об утверждении Правил формирования системы управления рисками и внутреннего контроля для банков второго уровня, филиалов банков-нерезидентов Республики Казахстан (с [изменениями](#) по состоянию на 01.07.2023 г.).

https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=35598681#:~:text=%D0%BD%D0%B0%2001.07.2023%20%D0%B3

3. Кириллов Р. А. Организация управления регуляторным риском в коммерческом банке// [Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Экономика. Управление. Право. 2016. - №4. – С.440-444](#)

4. Кенжебаева С.А. Риски в центре внимания. Банк развития Казахстана. <https://www.kdb.kz/pc/news/news/8885/>

5. Ибрагимов Р. С. Об управлении регуляторными рисками. <https://www.law.ru/article/23104-regulyatornye-i-komplaens-riski>

6. Скогорева А. Новые вызовы для риск-менеджмента [Электронный ресурс]. Режим доступа <https://nbj.ru/publs/novye-vyzovy-dlja-risk-menedzhmenta/32257/>

Авторлар туралы мәліметтер

* Бирлесова А.¹, - Каспий Қоғамдық Университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы, e-mail: kudyrbekkt@gmail.com

**Нургалиева А.М.² - Университет Нархоз, г. Алматы, Республика Казахстан

Сведения об авторах

* Бирлесова А.¹, - Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан, e-mail: kudyrbekkt@gmail.com

**Нургалиева А.М.² - Университет Нархоз, г. Алматы, Республика Казахстан

Information about authors

* Birlesova A. - Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan, e-mail: kudyrbekkt@gmail.com

**Nurgalieva A.M. - Narhoz University, Almaty, Republic of Kazakhstan

РАЗВИТИЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ВЫЗОВОВ

Горланов В. С.¹, Борисовская Т.А.²

¹Магистрант 2 года обучения Института международной экономики, лидерства и менеджмента

²Кандидат экономических наук, доцент, кафедры цифровой экономики и инновационной деятельности

Московский университета имени А.С. Грибоедова, Москва, Россия

ЖАҒАНДЫҚ ЭКОНОМИКАЛЫҚ СЫН-ТЕГЕУРІНДЕР ЖАҒДАЙЫНДА ШАҒЫН ЖӘНЕ ОРТА БИЗНЕСТІ ДАМУ

Горланов В.С.¹, Борисовская Т.А.²,

¹Магистрант Халықаралық экономика институтында 2 жыл оқу, көшбасшылық және басқару

²Экономика ғылымдарының кандидаты, доцент, цифрлық технология кафедрасы экономика және инновация

А.С. атындағы Мәскеу университеті. Грибоедов, Мәскеу, Ресей

DEVELOPMENT OF SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESSES IN THE CONTEXT OF GLOBAL ECONOMIC CHALLENGES

Gorlanov V. S.¹ Borisovskaya T.A.²

¹2-year graduate student of the Institute of International Economics, Leadership and Management

²Candidate of Economics, Assoc. Departments of Digital Economy and Innovation

Moscow University named after A.S. Griboyedov, Moscow, Russia

Аннотация: в статье исследуются вопросы перераспределения экономических ресурсов организаций малого и среднего бизнеса в РФ в период действия международных санкций. Опираясь на качественные и количественные данные, авторы исследуют, как эти предприятия перераспределяли ресурсы в попытке достичь устойчивости и сохранить экономическое выживание в этих непростых условиях.

Аннотация: мақала халықаралық санкциялар кезеңінде Ресей Федерациясындағы шағын және орта бизнестің экономикалық ресурстарын қайта бөлу мәселелерін қарастырады. Сапалық және сандық деректерге сүйене отырып, авторлар осы қиын орталарда тұрақтылыққа қол жеткізу және экономикалық өмір сүруді сақтау мақсатында бұл кәсіпорындар ресурстарды қалай қайта бөлгенін зерттейді.

Abstract: the article examines the issues of redistribution of economic resources of small and medium-sized businesses in the Russian Federation during the period of international sanctions. Based on qualitative and quantitative data, the authors investigate how these enterprises redistributed resources in an attempt to achieve sustainability and maintain economic survival in these difficult conditions.

Ключевые слова: малый и средний бизнес, распределение экономических ресурсов, международные санкции, адаптация.

Негізгі сөздер: шағын және орта бизнес, экономикалық ресурстарды бөлу, халықаралық санкциялар, бейімделу.

Keywords: small and medium-sized businesses, distribution of economic resources, international sanctions, adaptation.

Малые и средние предприятия (МСП), составляющие значительный сегмент российской экономики, уже давно играют жизненно важную роль в обеспечении занятости и вкладе в ВВП Российской Федерации. Однако с введением международных экономических санкций против России в 2022 году перед этими предприятиями возникли серьезные проблемы, подталкивающие их к стратегическим корректировкам, чтобы сохранить свою деятельность «на плаву». Санкции 2022 года, инициированные Европейским союзом (ЕС), Соединенными Штатами (США) и их союзниками, представляют собой серьезные экономические ответные меры в сфере геополитических противоречий. Эти санкции привели к существенным сбоям в торговых отношениях и сокращению притока финансовых средств, что в конечном итоге привело к нехватке ресурсов для малого и среднего бизнеса.

В свете столь разнообразных и неотложных экономических обстоятельств крайне важно разобраться в механизмах выживания, используемых этими предприятиями. Одной из областей, представляющих особый интерес, является перераспределение экономических ресурсов, когда фирмы были вынуждены провести переоценку, перераспределить и, в некоторых случаях, перепрофилировать свои ресурсы, чтобы адаптироваться к новому экономическому климату. В связи с этим исследование проблем перераспределения экономических ресурсов организаций малого и среднего бизнеса в РФ в данных условиях представляется особенно актуальным.

Во время санкций 2022 года, периода, отмеченного экономической турбулентностью и изменением условий торговли, устойчивость российских МСП стала совершенно очевидной. Вынужденные быстро адаптироваться к этой более строгой среде, эти предприятия вступили на путь тщательной самооценки и перераспределения ресурсов изобретательского характера.

Одна из наблюдаемых стратегий адаптации включала значительную переориентацию бизнеса с традиционных европейских рынков. Ужесточение санкционного регулирования товарных обменов с Европой потребовало стратегического сдвига. Вместо того чтобы заикливаться на ранее надежных, но теперь недоступных рынках сбыта, российские малые и средние предприятия начали уделять приоритетное внимание установлению и укреплению торговых отношений со странами Юго-Востока, открывая новые пути обеспечения непрерывности бизнеса.

Этот сдвиг во внешнеторговых отношениях был не просто изменением географической направленности, но и отражал лежащий в основе сдвиг в распределении ресурсов. Финансовые, операционные и материально-технические ресурсы были перенаправлены на оттачивание этих новых отношений, демонстрирующих высокий уровень адаптации бизнеса и жизнестойкости перед лицом неблагоприятных условий.

Еще одной стратегией, появившейся в этот сложный период, стало усиление акцента на поддержку внутреннего рынка, чтобы компенсировать потерю результатов на внешнем рынке. Предприятия перераспределили стратегические ресурсы для расширения своих внутренних возможностей, переориентировавшись на внутренние усовершенствования и используя возможности местного рынка.

Стратегическая поддержка деятельности на внутреннем рынке варьировалась от определения приоритетов в области поиска местного сырья, подбора персонала и развития местных талантов до более крупных инвестиций в продукты и услуги, продаваемые на внутреннем рынке. Эти решения представляли собой сознательную корректировку,

направленную на использование преимуществ и потенциалов, имеющихся исключительно в пределах экономических границ России.

По сути, кульминацией этих реалий стала беспрецедентная демонстрация стратегического перепрофилирования российских малых и средних предприятий. В то время как санкции 2022 г. представляли собой серьезную проблему, стимулированные бизнес-стратегии и перераспределение ресурсов указывают на сильную способность российских предприятий адаптироваться, выстоять и подняться над такими глобальными экономическими невзгодами. Эта врожденная устойчивость дает ценные уроки для будущей экономической стратегии и планирования устойчивости в условиях глобальной экономической неопределенности.

На рисунке 1 представлена динамика субъектов малого бизнеса по состоянию на 10.10.2023 г. [2]

Рис. 1 – Динамика субъектов малого бизнеса по состоянию на 10.10.2023

Так, за год количество субъектов МП кардинально не изменилось и составило 185 782 предприятия.

Увеличение количества МСП наблюдается в 56 российских субъектах. Лидерами стали Республика Калмыкия — 20,9%, Чеченская Республика — 12,2%, Республика Ингушетия — 11,8%, Республика Тыва — 7,9%, Москва — 7,0%.

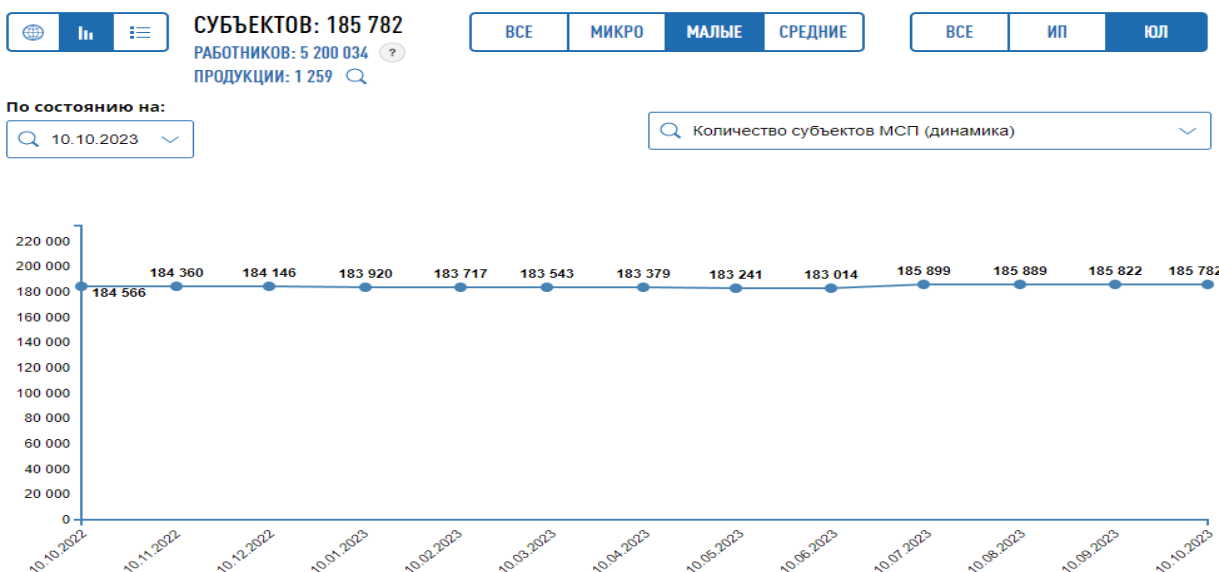
Отрицательная динамика фиксируется в 29 субъектах РФ. Здесь самый высокий процент у Курской области (-3,9%), Вологодской области (-3,7%), Республики Крым (-3,3%), Сахалинской области (-2,1%), Республики Коми и Тамбовской области (-1,9%).

Представители МСП чаще были заняты в таких видах деятельности, как работа автомобильного грузового транспорта; строительство жилых и нежилых зданий; розничная торговля по почте или по информационно-коммуникационной сети интернет. Помимо этого, популярными стали аренда и управление собственным или арендованным недвижимым имуществом; розничная торговля преимущественно пищевыми продуктами, включая напитки, и табачными изделиями в неспециализированных магазинах.

У ИП и юриц самыми популярными видами деятельности были розничная торговля по почте или по информационно-коммуникационной сети интернет, а также строительство жилых и нежилых зданий.

Существенное увеличение представителей МСП отмечается в сфере розничной торговли по почте или по информационно-коммуникационной сети интернет: 124 271 в 2022 году против 197 675 в 2023-м.

В обеспечении электрической энергией, газом и паром, кондиционировании воздуха, напротив, отмечается снижение количества занятых субъектов МСП: их на 2,8% меньше, чем годом ранее. Здесь показатель за 2022-й был равен 13 063, сократившись в 2023-м до 12 700.



Так же уменьшение на 2,6% можно заметить в

области финансовой и страховой деятельности — 46 827 против 45 600.

Количество субъектов среднего бизнеса увеличилось на 3,8 процента и составило 18 302 предприятия (рис.2) [2].

Рис. 2 – Динамика субъектов среднего бизнеса за отчетный период 10.10.2023

Как уже отмечалось, в условиях санкций многие организации малого и среднего бизнеса России столкнулись с проблемой нехватки ресурсов. Для решения этой проблемы были приняты различные меры по перераспределению экономических ресурсов. Например, были созданы государственные программы поддержки, которые предоставляют финансовую помощь и другие ресурсы организациям малого и среднего бизнеса. Также были проведены консультации и тренинги для предпринимателей, которые помогли им улучшить свои навыки управления ресурсами.

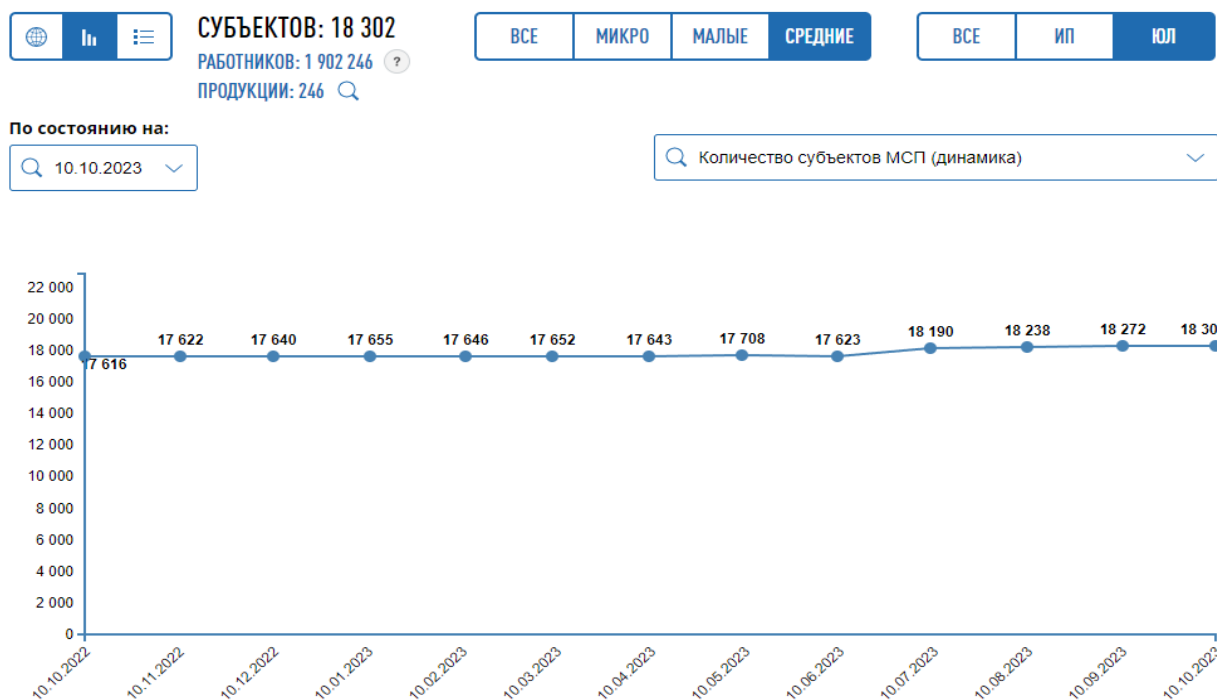
Кроме того, некоторые организации малого и среднего бизнеса начали использовать новые подходы к управлению ресурсами. Например, они начали активно использовать цифровые технологии для оптимизации своих бизнес-процессов. Это позволило им сократить расходы на управление ресурсами и повысить эффективность своей деятельности.

В России были созданы различные государственные программы поддержки малого и среднего бизнеса в условиях санкций [1]. Отметим некоторые из них:

1. Государственная программа поддержки малого и среднего предпринимательства на 2023-2025 годы. Эта программа предусматривает расширение доступа к финансовым ресурсам, упрощение процедур получения кредитов, а также создание новых инструментов поддержки малого и среднего бизнеса.

2. Грантовая поддержка. Эта программа предоставляет гранты на развитие малого и среднего бизнеса в России. Гранты могут быть использованы для финансирования различных проектов, включая научно-исследовательские работы, разработку новых технологий и другие

3. Поддержка государства более доступным российским ПО, усовершенствование процесса получения заёмных средств, поддержка импорта, а также IT, турбизнеса.



В случае, если сектор МСП экономики страны подвергся блокированию внешних торговых отношений с привычными партнерами, МСП сталкивается с проблемой поддержания стабильности своей деятельности и дальнейшего развития. Хотя дружественные страны-партнеры могут предлагать товары более низкого качества, они готовы участвовать в

совместных усилиях, направленных на повышение качества товаров, работ и услуг. Для решения проблемы изоляции сектора МСП предлагается рассматривать следующие действия:

1. Диверсификация поставщиков:

Изучение альтернативных поставщиков из дружественных стран-партнеров, предлагающих недорогие товары и рассмотрение возможностей диверсификации базы поставщиков, чтобы уменьшить зависимость от одного источника.

2. Инициативы по повышению качества продуктов и услуг:

Укрепление партнерских отношений с дружественными странами-партнерами для повышения качества продуктов и услуг и выделение ресурсов на механизмы контроля качества и соответствие международным стандартам.

3. Продвижение местного производства:

Поощрение местного производства жизненно важных компонентов и сырья. Инвестирование в исследования и разработки, чтобы уменьшить зависимость от иностранных технологий.

4. Укрепление отношений сотрудничества:

Налаживание прочных партнерских отношений с местными и региональными предприятиями, способствуя взаимной поддержке и совместному использованию ресурсов. Создание консорциумов или ассоциаций для переговоров о выгодных условиях с поставщиками.

5. Освоение новых рынков:

Расширение своей деятельности на соседних зарубежных рынках, взаимное развитие отношений с развивающимися странами, со странами, которые впоследствии войдут в состав БРИКС. Использование цифровых платформ и электронной коммерции для охвата более широкой клиентской базы.

6. Отстаивание государственной поддержки:

Лоббирование государственной поддержки, включая субсидии, налоговые льготы и торговую политику в интересах МСП. Выступление за развитие инфраструктуры и улучшение транспортного сообщения для снижения логистических издержек.

7. Эффективность и управление затратами:

Внедрение мер по экономии средств, таких как повышение энергоэффективности и сокращение отходов. Рационализация операций и изучение методов бережливого производства.

8. Содействие адаптации и инновациям:

Развитие культуры инноваций и адаптивности в рамках малого и среднего бизнеса, чтобы реагировать на меняющиеся рыночные условия. Использование новейших отечественных и зарубежных стран-содружеств технологий и автоматизации для повышения производительности.

9. Инвестирование в обучение и развитие навыков:

Выделение ресурсов на обучение сотрудников и повышение их квалификации для повышения производительности и конкурентоспособности. Налаживание сотрудничества с учебными заведениями для устранения конкретных пробелов в навыках.

10. Усилия по маркетингу и брендингу:

Введение конкретных и уникальных коммерческих предложений товаров местного производства. Инвестиции в ресурсы на маркетинговые стратегии и брендинг, чтобы завоевать доверие и узнаваемость на рынке.

11. Стратегии снижения рисков:

Разработка комплексной стратегии управления рисками для смягчения последствий сбоя в цепочке поставок и планов действий на случай непредвиденных обстоятельств для различных сценариев, включая уход поставщиков.

12. Стремление к устойчивому развитию и социальной ответственности:

Сосредоточение на устойчивом развитии и социальной ответственности, чтобы привлечь потребителей, заботящихся об окружающей среде и обществе.

Сектор МСП должен адаптироваться к меняющейся динамике рынка, уделять приоритетное внимание инновациям и создавать устойчивые цепочки поставок, чтобы не только противостоять таким вызовам, как уход иностранных инвесторов, но и процветать перед лицом таких вызовов.

Таким образом, санкции, введенные с 2022 года, стали серьезным испытанием для организаций малого и среднего предпринимательства. Они столкнулись с ограничениями в международной торговле и экономическими вызовами, которые потребовали перераспределения экономических ресурсов. Организации МСП были вынуждены адаптироваться и искать новые пути для обеспечения своей устойчивости и развития.

В целом, перераспределение экономических ресурсов организаций МСП в санкционных условиях 2022-2023 гг. продемонстрировало их способность к адаптации и поиску новых рыночных возможностей. Этот опыт подчеркивает важность гибкости и стратегического планирования в развитии организаций МСП, позволяя им успешно справляться с переменами в мировой экономике.

Список использованных источников:

1. Госпрограммы поддержки малого бизнеса в 2023//Контур [Электронный ресурс]. URL: — Контур (kontur.ru)
2. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства: <https://rmsp.nalog.ru/index.html>
3. Официальная информация о политике поддержки малого и среднего бизнеса в России. - Министерство экономического развития Российской Федерации: www.economy.gov.ru
4. Ресурсы и исследования по малому и среднему бизнесу в России. - Российская ассоциация малого и среднего предпринимательства: www.rasmb.ru
5. Статистическая информация о малом и среднем бизнесе в России. - Официальный сайт Росстата: www.gks.ru

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ ДИАГНОСТИКА КОМПАНИИ HALYK BANK

Изтлеуова Б.Ж.

Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация. Данная статья посвящена организационной диагностике компании Halyk Bank – ведущего банка в регионе Центральной Азии. Авторы представляют обзор методов и инструментов, использованных в процессе диагностики, с акцентом на анализе структуры, корпоративной культуры, системы управления и коммуникаций в организации. Статья рассматривает основные вызовы, с которыми сталкивается Halyk Bank в современном бизнес-окружении, а также предоставляет рекомендации по улучшению эффективности организации. Авторы обращают внимание на важность адаптации к изменяющимся рыночным условиям, разработке инновационных стратегий и поддержке персонала.

Ключевые слова: Организационная диагностика, Halyk Bank, банковский сектор, стратегическое управление, система управления, эффективность организации, конкурентоспособность, инновационные стратегии

ХАЛЫҚ БАНКІ КОМПАНИЯСЫНЫҢ ҰЙЫМДАСТЫРУ ДИАГНОСТИКАСЫ

Изтлеуова Б.Ж.

Каспий Қоғамдық университеті, Алматы, Republic of Kazakhstan

Аңдатпа. Бұл мақала Орталық Азия аймағындағы жетекші банк болып табылатын Халық банкінің ұйымдық диагностикасына арналған. Авторлар ұйымдағы құрылымды, корпоративтік мәдениетті, басқару жүйесін және коммуникацияларды талдауға баса назар аудара отырып, диагностикалық үдерісте қолданылатын әдістер мен құралдарға шолу жасайды. Мақалада қазіргі заманғы бизнес-ортада Халық Банкі алдында тұрған негізгі міндеттер қарастырылған, сонымен қатар ұйымның тиімділігін арттыру бойынша ұсыныстар берілген. Авторлар өзгермелі нарық жағдайына бейімделудің, инновациялық стратегияларды әзірлеудің және қызметкерлерді қолдаудың маңыздылығына назар аударады.

Түйін сөздер: Ұйымдастыру диагностикасы, Халық банкі, банк секторы, стратегиялық менеджмент, менеджмент жүйесі, ұйымдық тиімділік, бәсекеге қабілеттілік, инновациялық стратегиялар

ORGANIZATIONAL DIAGNOSTICS OF HALYK BANK COMPANY

Iztleuova B.Z.

Caspian Public University, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

Summary. This article is devoted to the organizational diagnostics of Halyk Bank, a leading bank in the Central Asia region. The authors provide an overview of the methods and tools used in the diagnostic process, with an emphasis on analyzing the structure, corporate culture, management system and communications in the organization. The article examines the main challenges that Halyk Bank faces in the modern business environment, and also provides recommendations for improving the organization's efficiency. The authors draw attention to the importance of adapting to changing market conditions, developing innovative strategies and supporting staff.

Keywords: Organizational diagnostics, Halyk Bank, banking sector, strategic management, management system, organizational effectiveness, competitiveness, innovative strategies

Организационная диагностика – это процесс анализа и оценки системы управления, эффективности работы и структуры компании. Она помогает определить проблемные моменты и причины возникновения проблем, а также предлагает решения для улучшения организационной эффективности. В случае Halyk Bank, организационная диагностика поможет выявить сильные и слабые стороны компании, определить потенциал для роста и совершенствования.

Халык банка уже 100 лет является лидером Казахстанского рынка банковских услуг. Диагностика позволяет идентифицировать проблемы, барьеры и узкие места в деятельности банка. Это помогает предотвратить потенциальные проблемы и улучшить эффективность.

Целью данной организационной диагностики Halyk Bank является анализ текущего состояния банка с целью выявления его сильных и слабых сторон, определение возможных улучшений в организационной структуре и бизнес-процессах, а также предоставление рекомендаций по оптимизации деятельности и повышению конкурентоспособности на рынке банковских услуг.

Ожидаемые результаты:

- Полная характеристика организационной структуры Halyk Bank с выделением ключевых функциональных подразделений.
- Анализ бизнес-процессов, выявление узких мест и потенциальных областей оптимизации.
- Выявление рекомендаций по улучшению деятельности банка с учетом современных требований рынка и международных стандартов.

Halyk Bank - это один из крупнейших банков в Казахстане, который был основан в 1923 году. Банк имеет богатую историю успеха, обслуживая клиентов как национального, так и международного уровня. Halyk Bank предоставляет широкий спектр банковских услуг, включая кредитование, депозиты, инвестиции, услуги для корпоративных клиентов и многое другое. Известно, что в середине 90-х прошлого столетия, после распада СССР, банковская система, как и вся экономика РК, переживала переломный период. В свою очередь Народному банку, имеющему самую разветвленную филиальную сеть в стране, приходилось выстраивать все механизмы с нуля и заново закладывать фундамент для развития.

На момент проведения организационной диагностики Halyk Bank находится в лидирующей позиции на казахстанском рынке и активно развивает свою деятельность в стране и за ее пределами. Анализ бизнес-процессов и устранение узких мест являются непрерывными процессами, и банк должен регулярно проводить их для поддержания высокой эффективности и конкурентоспособности. Это также способствует улучшению клиентского опыта и обеспечивает более эффективное использование ресурсов банка.

Halyk Bank имеет множество функциональных подразделений и отделов, включая, но не ограничиваясь:

Розничное банковское обслуживание: Отдел, специализирующийся на предоставлении услуг физическим лицам, включая открытие и ведение банковских счетов, выдачу кредитных карт, предоставление кредитов, депозиты и платежные операции.

Корпоративное банковское обслуживание: Отдел, оказывающий услуги для корпоративных клиентов, такие как кредитование компаний, предоставление кредитных линий, консалтинг по финансовым вопросам и другие услуги, специфичные для бизнес-клиентов.

Управление активами и инвестиции: Отдел, предоставляющий услуги по управлению инвестициями, управлению активами клиентов и предоставлению инвестиционных продуктов.

Торговля ценными бумагами: Отдел, предоставляющий клиентам доступ к финансовым рынкам для торговли акциями, облигациями и другими ценными бумагами.

Виды выпускаемой продукции и услуг:

- Банковские счета и депозиты: Базовые банковские продукты для физических и юридических лиц, включая текущие счета, сберегательные счета и различные виды депозитов.

- Кредитование: Выдача кредитов как населению, так и корпоративным клиентам. Включает в себя ипотеки, потребительские кредиты, кредиты для бизнеса и многое другое.
- Платежные системы: Предоставление услуги переводов и платежей, включая интернет-банкинг и мобильное банковское обслуживание.
- Инвестиции: Управление инвестициями и предоставление инвестиционных продуктов, таких как взаимные фонды, доли и другие.
- Корпоративные услуги: Финансовые и банковские услуги, предоставляемые корпоративным клиентам, включая кредитование, управление ликвидностью, платежные системы и другие.
- Торговля ценными бумагами: Доступ к финансовым рынкам и услуги по торговле акциями, облигациями и другими ценными бумагами.

Миссия Halyk Bank заключается в предоставлении высококачественных банковских услуг, удовлетворяющих потребности наших клиентов и способствующих экономическому росту и развитию Казахстана. Мы стремимся быть надежным партнером для наших клиентов, а также вносить значительный вклад в устойчивое развитие общества.

Видение Halyk Bank заключается в том, чтобы стать лидером в области инноваций и качества обслуживания в банковской отрасли Казахстана и в регионе, предоставляя современные и удовлетворяющие клиентов услуги, а также активно развивая свое международное присутствие.

Цели Halyk Bank:

- Развитие и укрепление позиций лидера на рынке банковских услуг в Казахстане.
- Расширение географического присутствия и развитие международного бизнеса.
- Обеспечение финансовой устойчивости и увеличение рентабельности.
- Внедрение инновационных технологий и цифровых решений для улучшения клиентского опыта.

Задачи Halyk Bank:

- Укрепление позиций на рынке и увеличение доли рынка.
- Развитие продуктового портфеля, включая услуги для корпоративных и розничных клиентов.
- Соблюдение высоких стандартов безопасности и соблюдение регулятивных требований.
- Внедрение инноваций и цифровых решений, таких как интернет- и мобильное банковское обслуживание.
- Продолжение расширения географического покрытия за пределами Казахстана и укрепление международного присутствия.

Организационно-правовая форма Halyk Bank на момент моего последнего обновления в январе 2022 года — это акционерное общество (АО). Акционерное общество является одной из наиболее распространенных организационно-правовых форм для коммерческих банков и компаний. В случае акционерного общества банк разделяется на акции, которые принадлежат акционерам (владельцам), и они несут ответственность за банк в соответствии с их долей в акционерном капитале. Это означает, что акционеры могут иметь право голоса на собраниях акционеров и делят прибыль, но несут ограниченную ответственность, ограниченную своими вкладами в акции.

Помимо этого, акционерное общество также может быть публичным или закрытым, в зависимости от того, какие акции доступны для покупки на рынке. Halyk Bank является одним из крупнейших банков в Казахстане и активно торгует своими акциями на фондовых биржах, что свидетельствует о его статусе публичного акционерного общества.

В целях достижения поставленных стратегических целей и задач оптимального баланса распределения функций и полномочий между структурными звеньями системы управления, в 2003–2004 годах руководство Банка проводило преобразование организационной структуры.

Создание новой структуры соответствует требованиям международных стандартов, а также позволяет улучшить качественный уровень операционной и управленческой деятельности Банка.

Органами управления Банка являются:

1. Высший орган – Общее собрание акционеров;
2. Орган управления - Совет директоров;
3. Исполнительный орган – Правление, возглавляемое Председателем Правления;
4. Контрольный орган – Служба Внутреннего аудита.

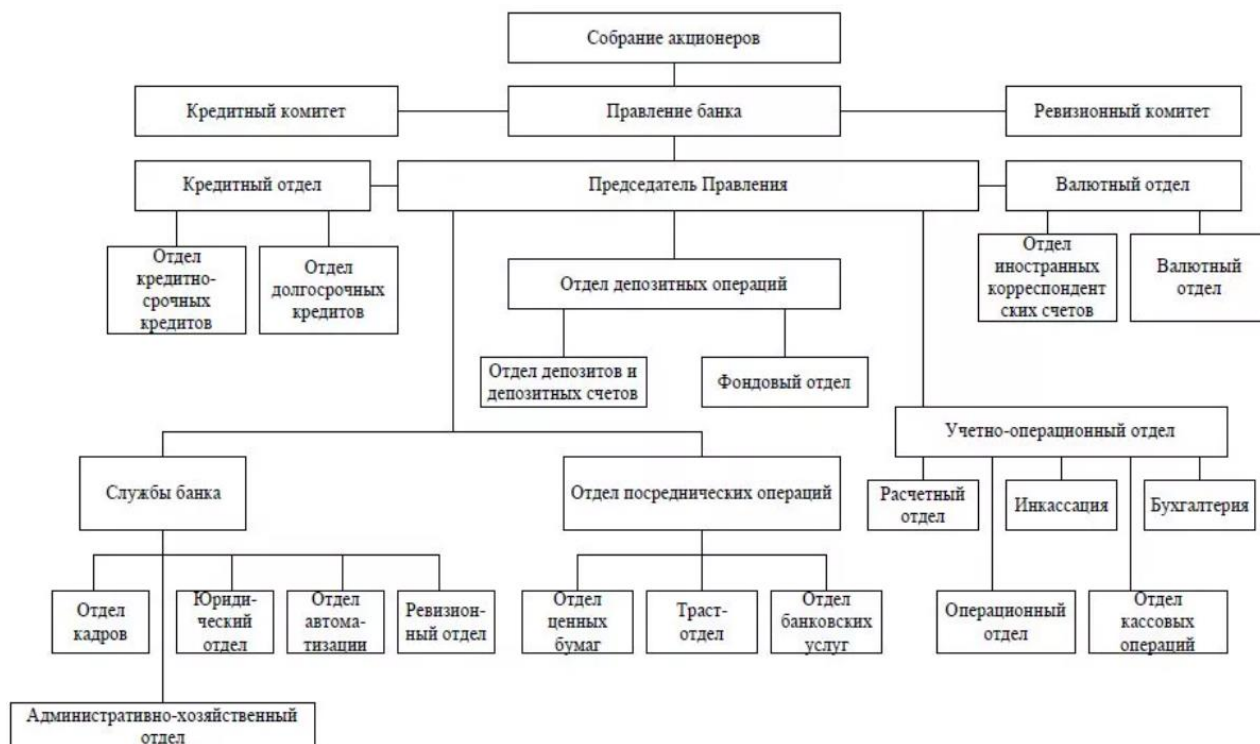


Схема 1 – Организационная структура Halyk Bank

SWOT-анализ (анализ сильных и слабых сторон, возможностей и угроз) и PEST-анализ (анализ политических, экономических, социокультурных и технологических факторов) являются инструментами стратегического планирования и организационной диагностики. Они помогают компаниям оценить текущую ситуацию и принять более информированные стратегические решения. Вот как они могут быть полезны при организационной диагностике:

SWOT-анализ позволяет компании лучше понять свое положение на рынке, выделить стратегические направления развития и определить меры по устранению слабостей и угроз, а также использованию сильных сторон и возможностей.

Сильные стороны:	Слабые стороны:
<p>Лидерство на рынке: Halyk Bank является одним из крупнейших и наиболее известных банков в Казахстане, что обеспечивает ему сильную репутацию и большую клиентскую базу.</p> <p>Диверсификация продуктов: Банк предоставляет широкий спектр банковских услуг, включая розничное и корпоративное банковское обслуживание, кредитование, инвестиции и торговлю ценными бумагами, что способствует увеличению доходности.</p> <p>Географическое покрытие: Halyk Bank имеет</p>	<p>Зависимость от экономической ситуации: как большинство банков, Halyk Bank подвержен воздействию экономических колебаний, что может повлиять на его финансовую производительность.</p> <p>Конкурентная борьба: Банковский сектор в Казахстане насыщен конкуренцией, и это может привести к снижению маржи при оказании услуг.</p> <p>Зависимость от крупных клиентов: Большая часть доходов может зависеть</p>

филиалы и представительства не только в Казахстане, но и в ряде других стран, что способствует расширению рынка обслуживания. Финансовая стабильность: Банк демонстрирует финансовую устойчивость, что позволяет ему привлекать инвесторов и клиентов, а также осуществлять кредитование.	от нескольких крупных корпоративных клиентов, что повышает риски.
Возможности:	Угрозы:
Расширение географического присутствия: Nalyk Bank может продолжить свое расширение за пределы Казахстана и диверсифицировать свой бизнес в других странах. Цифровые инновации: Внедрение современных цифровых технологий может улучшить клиентский опыт и оптимизировать бизнес-процессы. Услуги для малого и среднего бизнеса: Развитие специализированных услуг для предпринимателей и малых компаний может открыть новые рыночные сегменты.	Регулятивное давление: Изменения в законодательстве и регулятивных требованиях могут повлиять на операционные расходы и банковские процедуры. Экономическая нестабильность: Экономические кризисы и валютные колебания могут негативно повлиять на банковскую деятельность. Конкуренция со стороны финтех-компаний: Внезапное появление инновационных финтех-компаний может угрожать традиционным банкам и потерять клиентскую базу.

Таблица 1 - SWOT-анализ Халык банка

PEST-анализ, в свою очередь, позволяет компании оценить влияние факторов политической (P), экономической (E), социальной (S) и технологической (T) среды на ее деятельность. Он помогает выявить тренды и изменения во внешней среде, которые могут повлиять на бизнес.

Политические факторы:	Экономические факторы:
Геополитические блоки и конкуренция Верховенство закона и ВТО Изменения в правительстве: стабильность, нестабильность. Государственные инициативы в интересах бизнеса. Налоговая политика	Высокий уровень занятости Опасности стагфляции Высокая инфляция и высокая занятость Изменения экономического цикла: кризис или восстановление. Банковские процентные ставки. Курсы валют
Социальные факторы:	Технологические факторы:
Нехватка продовольствия Изменение демографии Повышение арендной платы Изменение среднего возраста населения. Уровень образования. Уровень дохода. Изменение привычек потребления	Падение затрат на маркетинг Соображения кибербезопасности Растущая роль социальных сетей Скорость инноваций. Стоимость доступа к новым технологиям. Новые форматы производства. Новые формы и стандарты дистрибуции

Таблица 2- PEST-анализ Халык банка

Рекомендации по улучшению деятельности Nalyk Bank может включать в себя ряд мероприятий. Вот несколько рекомендаций:

Укрепление кибербезопасности: В современном мире кибербезопасность имеет критическое значение. Нужно обеспечить надежную защиту клиентских данных и финансовых транзакций, а также постоянно мониторить и анализировать потенциальные киберугрозы.

Расширение услуг для малых и средних предприятий (МСП): развивать специализированные банковские продукты и услуги для малых и средних предприятий, которые могут включать в себя кредитование, консалтинг по финансовым вопросам и поддержку в развитии бизнеса.

Соответствие международным стандартам: убедитесь, что банк соблюдает международные стандарты в области финансового контроля, отчетности и регуляторных требований. Это включает в себя соблюдение Basel III, FATCA, CRS и других стандартов.

Обучение и развитие персонала: инвестировать в обучение и развитие сотрудников, чтобы обеспечить высокий профессионализм и соблюдение стандартов обслуживания.

Общественная ответственность: вкладываться в социальные и общественные инициативы, которые способствуют благополучию общества и окружающей среды.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Латфуллин Г.Р., Райченко А. В. Теория организации. – СПб.: Питер, 2011.
2. Halyk Bank JSC - Strategy, SWOT and Corporate Finance Report [Электронный ресурс]. – 2022. – URL: <https://www.marketresearchreports.com/marketline/jsc-halyk-bank-strategy-swot-and-corporate-finance-report> (дата обращения: 15.11.2023).
3. Шейн Э. Организационная культура и лидерство: построение, эволюция, совершенствование, 2010
4. Halyk Bank: Leading Digital Transformation in Kazakhstan [Электронный ресурс]. – 2022. – URL: <https://www.openwaygroup.com/new-blog/2020/3/23/global-business-outlook-awards-halyk-bank-for-the-best-digital-transformation-initiative-go-digital> (дата обращения: 17.11.2023).

Сведения об авторах

*Изтлеуова Бибижамал Жамбуловна - Магистратура, 1 курс, Каспийский Общественный Университет, e-mail: Iztleuova_00@mail.ru

Авторлар туралы мәліметтер

*Изтлеуова Бибижамал Жамбуловна - Магистр деңгейі, 1 курс, Каспий Қоғамдық университеті, e-mail: Iztleuova_00@mail.ru

Information about the authors

***Iztleuova Bibizhamal Zhambulovna** – Masters degree, 1 year, Caspian Public University, e-mail: Iztleuova_00@mail.ru

ПОДОЗРИТЕЛЬНЫЕ ОПЕРАЦИИ В КОММЕРЧЕСКИХ БАНКАХ: СУЩНОСТЬ И КРИТЕРИИ ВЫЯВЛЕНИЯ

Қыдырбек Қ.¹, Нурғалиева А.М.²

¹Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

²Университет Нархоз, г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация. Подозрительные операции могут указывать на попытки скрыть незаконную деятельность, такую как отмывание денег или финансирование терроризма. Огромные капиталы, полученные криминальным путем, распределяются в теневой экономике, рассредоточиваются через финансово-кредитную систему или легализуются в бизнесе, сфере недвижимости, иных направлениях. Группы комплаенс-контроля могут использовать сложные инструменты мониторинга и алгоритмы для обнаружения такой деятельности и ее дальнейшего расследования.

Ключевые слова. Коммерческие банки, отмывание денег, подозрительные операции, финансовый мониторинг, управление рисками отмывания денег

SUSPICIOUS TRANSACTIONS IN COMMERCIAL BANKS: THE ESSENCE AND CRITERIA FOR IDENTIFICATION

Kydyrbek K.¹, Nurgaliyeva A.M.²

¹Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

²Narxoz University, Almaty, Republic of Kazakhstan

Annotation. Suspicious transactions may indicate attempts to conceal illegal activities such as money laundering or terrorist financing. Huge amounts of capital obtained through criminal means are distributed in the shadow economy, dispersed through the financial and credit system or legalized in business, real estate, and other areas. Compliance control teams can use sophisticated monitoring tools and algorithms to detect such activities and investigate them further.

Keywords. Commercial banks, money laundering, suspicious transactions, financial monitoring, money laundering risk management

КОММЕРЦИЯЛЫҚ БАНКТЕРДЕГІ КҮДІКТІ ОПЕРАЦИЯЛАР: МӘНІ ЖӘНЕ АНЫҚТАЛУ КРИТЕРИЙЛЕРІ

Қыдырбек Қ.¹, Нурғалиева А.М.²

¹ Каспий қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы^x

² Нархоз университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

Аңдатпа. Күдікті операциялар ақшаны жылыстату немесе терроризмді қаржыландыру сияқты заңсыз әрекеттерді жасыру әрекеттерін көрсетуі мүмкін. Қылмыстық жолмен алынған орасан зор капитал көлеңкелі экономикада бөлінеді, қаржы-несие жүйесі арқылы таратылады немесе бизнесте, жылжымайтын мүлік саласында және басқа да бағыттарда заңдастырылады. Комплаенс-бақылау топтары осындай қызметті анықтау және оны одан әрі тергеу үшін күрделі бақылау құралдары мен алгоритмдерді қолдана алады.

Түйін сөздер. Коммерциялық банктер, ақшаны жылыстату, күдікті операциялар, қаржылық мониторинг, ақшаны жылыстату тәуекелдерін басқару

Подозрительные финансовые операции - это операции, которые кажутся необычными, нестандартными или не соответствующими известной финансовой деятельности или профилю клиента. Такие операции могут указывать на то, что клиент вовлечен в отмывание денег, финансирование терроризма или другую незаконную деятельность.

Согласно статье 1 Закона о ПОД/ФТ подозрительными операциями является - операция клиента (включая попытку совершения такой операции, операцию, находящуюся в процессе совершения или уже совершенную операцию), в отношении которой возникают подозрения о том, что деньги и (или) иное имущество, используемые для ее совершения, являются доходом от преступной деятельности, либо сама операция направлена на легализацию (отмывание) доходов, полученных преступным путем, или финансирование терроризма либо иную преступную деятельность [1].

Для выявления и предотвращения таких операций банки внедряют механизмы комплаенс-контроля, которые представляют собой набор политик и процедур, разработанных для обеспечения соблюдения учреждением соответствующих законов, нормативных актов и передовой практики. Комплаенс-контроль может включать в себя комплексную проверку клиентов, мониторинг операций и информирование регулирующих органов о подозрительной деятельности.

В документах МАНИВЭЛ «подозрительными операциями (сделками) называют необычные операции, которые в результате применения мер внутреннего контроля выделяются как подозрительные в том, что они могут осуществляться для легализации доходов, полученных преступным путем, и финансирования терроризма [2].

Следует отметить, что к операциям, подлежащим финансовому мониторингу относятся следующие (рисунок 1).

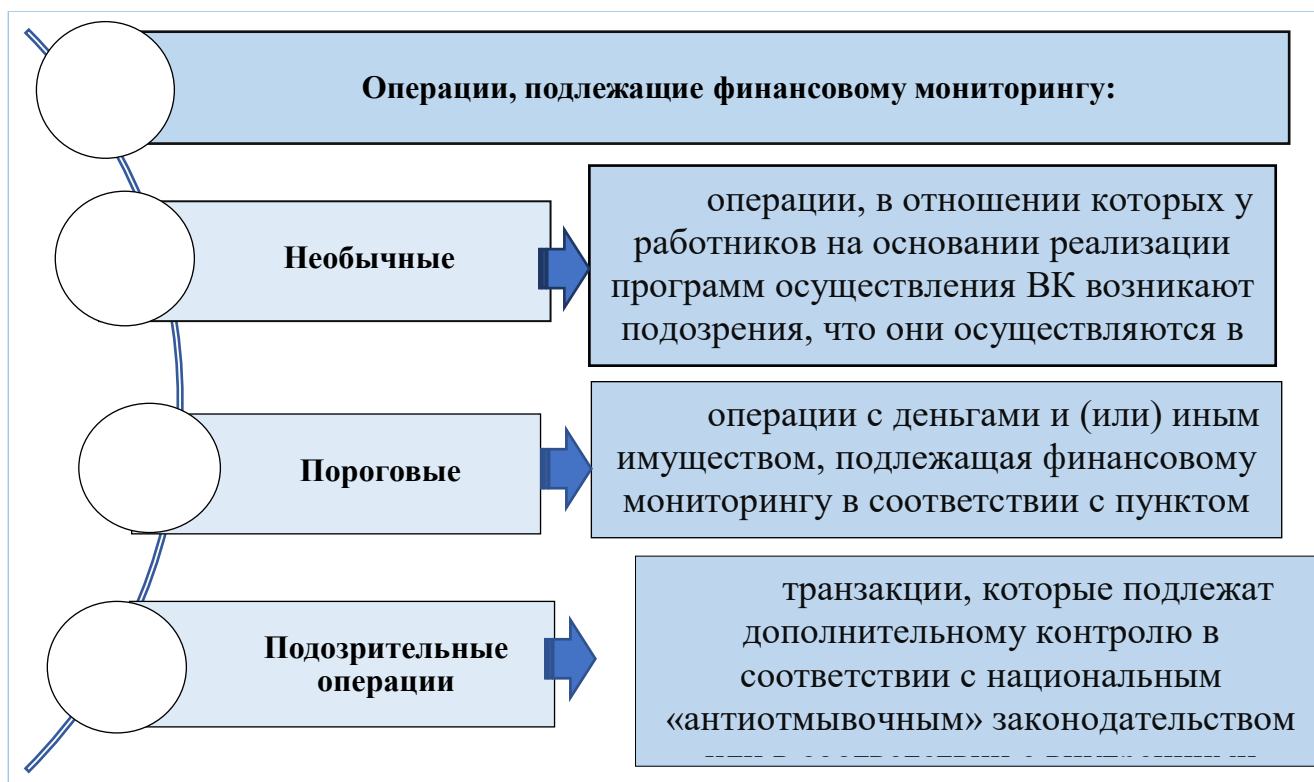


Рисунок 1 - Операции, подлежащие финансовому мониторингу
Примечание: рисунок составлен на основе источника [1].

Обязанность банков по осуществлению контролю подозрительных и сомнительных операций вытекает из Международных стандартов по противодействию отмыванию денег, финансированию терроризма и финансированию распространения оружия массового уничтожения (Рекомендации ФАТФ) [3]. Документ содержит обязанность финансовых учреждений принимать следующие меры по надлежащей проверке клиентов (рисунок 1):

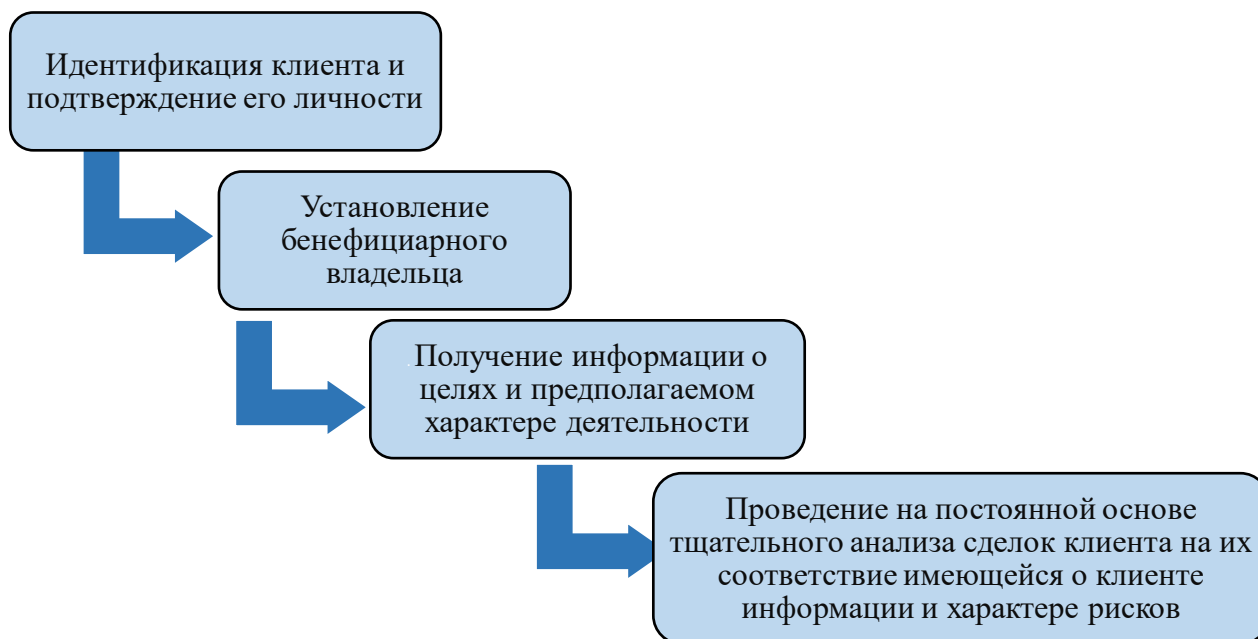


Рисунок 1 – Процедура надлежащей проверки клиента

Примечание: рисунок составлен на основе источника [4].

При невозможности выполнения надлежащей проверки клиента, финансовое учреждение должно быть обязано не открывать счет, не вступать в деловые отношения и не осуществлять сделку, прекратить деловые отношения, рассмотреть вопрос о направлении сообщения о подозрительной операции (сделке) в отношении данного клиента.

Банки используют различные инструменты и методы для выявления и мониторинга подозрительных финансовых операций, включая аналитику данных, искусственный интеллект и алгоритмы машинного обучения. Эти инструменты могут помочь учреждениям обнаружить закономерности и аномалии в финансовой деятельности, которые могут указывать на потенциальное отмывание денег или финансирование терроризма.

Стоит обратить внимание, что комплаенс-контроль и отчетность о подозрительной деятельности являются не только нормативными требованиями, но и служат для защиты финансовых учреждений от репутационного ущерба и финансовых потерь, связанных с участием в незаконной деятельности.

Одним из примеров известной схемы подозрительной финансовой операции, выявленной комплаенс-контролем, является схема "структурирования" или "смурфинга". Эта схема предполагает дробление крупных транзакций на более мелкие, не достигающие порога отчетности, то есть суммы, при которой в соответствии с законами и правилами по борьбе с отмыванием денег (ПОД) возникает требование о предоставлении отчетности.

Допустим, клиент хочет внести на свой банковский счет 50 000 долларов наличными. Банки во многих странах обязаны сообщать властям, таким как FInCEN - сеть по борьбе с финансовыми преступлениями в США или FIU - отдел финансовой разведки в Великобритании, о наличных операциях, превышающих определенный порог [5]. Чтобы избежать обнаружения, клиент может разбить депозит на более мелкие суммы и сделать несколько депозитов в течение нескольких дней или недель. Например, он может внести \$10 000 в понедельник, \$9 000 во вторник, \$8 000 в среду и так далее, пока не будет внесено все \$50 000. Это затрудняет для

банка определение источника средств и вызывает подозрения в отношении деятельности клиента.

Используя такие меры контроля соответствия, как мониторинг операций и должная осмотрительность в отношении клиентов, финансовые учреждения могут обнаружить этот вид подозрительной деятельности и сообщить о ней соответствующим органам. Они также могут принять меры для предотвращения структурирования операций клиентов подобным образом, например, установить лимиты на вклады наличными или отмечать необычные модели деятельности.

В 2012 году, например, Министерство юстиции США оштрафовало HSBC на 1,9 миллиарда долларов США за то, что он не смог предотвратить отмыwanie денег мексиканскими наркодиллерами и другими преступными организациями, в том числе позволил клиентам структурировать свои операции, чтобы избежать обнаружения [6].

Это дело подчеркивает важность надёжного контроля за соблюдением требований и последствия несоблюдения законов и нормативных актов по ПОД/ФТ.

№ п/п	№ кода	Признаки определения подозрительной операции
1	1035	Клиент зарегистрирован (проживает) либо систематически совершает операции с участием лиц, зарегистрированных (проживающих) в государстве (на территории), которое не выполняет рекомендации Группы разработки финансовых мер борьбы с отмыванием денег (ФАТФ), а равно с использованием счета в банке, зарегистрированном в таком государстве (территории)
2	1051	Совершение операций (сделки) лицом, включенным в перечень организаций и лиц, связанных с финансированием терроризма и экстремизма по решению суда (за исключением операций на индивидуальных пенсионных счетах по учету обязательных пенсионных взносов и обязательных профессиональных пенсионных взносов)
3	1052	Совершение клиентом операции (операций), по которой возникает основание полагать, что данная операция (операции) направлена на финансирование распространения оружия массового уничтожения:
4	3001	Совершение операции с деньгами и(ил:и) иным имуществом в (из) страну с высоким риском финансирования терроризма
5	3002	Совершение операций с деньгами и (или) иным имуществом, связанных с благотворительной деятельностью и (или) иными пожертвованиями, за исключением участия некоммерческих организаций
6	3004	Совершение клиентом операции (операций), по которой возникает основание полагать, что данная операция (операции) направлена на финансирование терроризма и (или) экстремизма
7	7006	Клиенты, их деятельность, операции либо попытки их совершения, признанные подозрительными в соответствии с внутренними процедурами субъекта финансового мониторинга
8	8002	Попытка совершения подозрительной операции, в отношении которой у субъекта финансового мониторинга возникают подозрения о том, что операция направлена на финансирование терроризма
9	7001	Платежи и переводы, связанные с привлечением от физических лиц денег и (или) иного имущества, при отсутствии у клиента лицензии на осуществление деятельности в финансовой сфере и (или) деятельности, связанной с концентрацией финансовых ресурсов
10	1099	Совершение клиентом либо по его указанию сделок с ценными бумагами (финансовыми инструментами), в результате которых не меняется владелец и/или бенефициарный собственник этих ценных бумаг (финансовых инструментов), а также в области страхования
Примечание: рисунок составлен на основе источника [7]		

Существуют следующие критерии для выявления сомнительных операций, которые обычно используют сотрудники департаментов комплаенс-контроля в организации. Эти критерии могут варьироваться в зависимости от отрасли, страны и нормативных требований, но есть некоторые общие факторы, которые могут вызвать тревогу у сотрудников службы комплаенс-контроля:

- Необычные или неожиданные транзакции: операции, которые значительно больше или меньше, чем обычно, или которые происходят в нерабочее время или в необычных географических местах, могут быть подозрительными;

- Отсутствие прозрачности или ясности: операции с неясными или расплывчатыми описаниями или без подтверждающей документации могут вызывать подозрения;

- Страны или лица с высоким уровнем риска: операции с участием стран или лиц с высоким уровнем риска, например, с историей коррупции или преступной деятельности, могут вызывать подозрения;

- Необычные методы оплаты: операции с необычными или нетрадиционными методами оплаты, такими как криптовалюта или предоплаченные карты, могут вызывать подозрения;

- Структурирование: операции, направленные на то, чтобы избежать требований по отчетности, например, путем разделения крупной операции на более мелкие суммы, могут быть подозрительными;

- Участие третьих лиц: операции с участием третьих лиц, особенно тех, кто не имеет очевидной связи с операцией или участвующими сторонами, могут быть подозрительными;

- Непоследовательная или противоречивая информация: операции, содержащие непоследовательную или противоречивую информацию, например, несовпадающие адреса или номера телефонов, могут вызывать подозрения;

- Быстрая активность счета: операции, связанные с быстрой или чрезмерной активностью на счете, например, несколько крупных вкладов или снятий средств за короткий промежуток времени, могут быть подозрительными;

- Отсутствие делового обоснования: подозрительными могут быть операции, не имеющие четкого делового обоснования или не преследующие законных целей.

Важно отметить, что эти факторы не являются окончательными, и работники службы комплаенс-контроля должны применять суждения и проводить дополнительное расследование, чтобы определить, действительно ли операция является подозрительной. Кроме того, в разных странах и отраслях нормативные акты и рекомендации могут отличаться, поэтому сотрудникам службы комплаенс-контроля важно быть в курсе последних требований и передовой практики.

Исходя из вышеперечисленного - очевидно, что подозрительные финансовые операции вызывают серьёзную озабоченность у правительств, финансовых учреждений и других заинтересованных сторон во всём мире. Эти операции могут быть использованы для содействия широкому спектру преступной деятельности, включая отмывание денег, финансирование терроризма, коррупцию, уклонение от уплаты налогов и многое другое.

Для борьбы с такой деятельностью внедрены меры контроля соответствия, направленные на выявление и предотвращение подозрительных финансовых операций. Эти меры контроля включают в себя мониторинг транзакций, комплексную проверку клиентов и отчётность о подозрительной деятельности, и требуются в соответствии с законами и правилами многих стран по борьбе с отмыванием денег (ПОД) и финансированием терроризма (ФТ) [8].

Однако важно отметить, что подозрительные финансовые операции бывает трудно обнаружить и предотвратить, особенно по мере того, как преступники становятся все более изощренными в своих методах. Финансовые учреждения и регулирующие органы должны сохранять бдительность и адаптировать свои механизмы контроля за соблюдением законодательства, чтобы не отставать от меняющихся угроз. Кроме того, международное сотрудничество и обмен информацией имеют решающее значение в борьбе с подозрительными финансовыми операциями, поскольку эта деятельность часто пересекает границы и затрагивает несколько юрисдикций.

В целом, выявление и предотвращение подозрительных финансовых операций - сложная и постоянная задача, но она имеет важное значение для поддержания целостности финансовой системы и защиты общества от ущерба, наносимого финансовыми преступлениями.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Закон Республики Казахстан О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма (с [изменениями и дополнениями](#) по состоянию на 12.09.2023 г.). https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=30466908
2. Официальный сайт МАНИВЭЛ [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.coe.int/en/web/moneyval/home/ru>
3. Группа разработки финансовых мер борьбы с отмыванием денег (ФАТФ). (2020). Отмывание денег / Финансирование терроризма - <https://www.fatf-gafi.org/topics/moneylaunderingterroristfinancing/>.
4. Самалова К.А., Мамедова Э.Ф. Знай своего клиента CDD - современные подходы и технологии // Материалы Межрегиональной научно-практической онлайн-конференции «Развитие экономики регионов: пространственная трансформация, глобальные вызовы и перспективы экономического роста», Красноярск, 2022. –С.273-282
5. Министерство финансов США, Сеть по борьбе с финансовыми преступлениями (FinCEN). (2020). Bank Secrecy Act / Anti-Money Laundering - <https://www.fincen.gov/bank-secrecy-act-anti-money-laundering>.
6. Международная ассоциация комплаенс (ICA). (2020) - <https://www.int-comp.org/about-us/>.
7. Правила об осуществлении финансового мониторинга операций в целях противодействия легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путём, и финансированию терроризма
8. Группа разработки финансовых мер борьбы с отмыванием денег (ФАТФ). (2020). Руководство по риск-ориентированному подходу для банковского сектора - <https://www.fatf-gafi.org/media/fatf/documents/reports/Risk-Based-Approach-Guidance-Banking-Sector.pdf>

Авторлар туралы мәліметтер

*Қыдырбек Қ.¹, Каспий Қоғамдық Университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы, e-mail: kudyrbekkt@gmail.com

**Нургалиева А.М.² - Университет Нархоз, г. Алматы, Республика Казахстан

Сведения об авторах

*Қыдырбек Қ.¹, Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан, e-mail: kudyrbekkt@gmail.com

**Нургалиева А.М.² - Университет Нархоз, г. Алматы, Республика Казахстан

Information about authors

*Kudyrbek K.-Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan, e-mail: kudyrbekkt@gmail.com

**Nurgalieva A.M. - Narxoz University, Almaty, Republic of Kazakhstan

**ЛОГИСТИЧЕСКИЕ ПРОЦЕССЫ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ МАЛОГО И СРЕДНЕГО
БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИИ БИЗНЕСА**

Новикова Т.В.¹, Баркин А.А.²

¹Магистрант кафедры института международной экономики, лидерства и менеджмента

²Кандидат экономических наук, доцент

Московский университет имени А.С. Грибоедова, Россия, Москва

**БИЗНЕСТІ ТРАНСФОРМАЦИЯЛАУ ЖАҒДАЙЫНДАҒЫ ШАҒЫН ЖӘНЕ ОРТА
БИЗНЕС КӘСПОРЫНДАРЫНДАҒЫ ЛОГИСТИКАЛЫҚ ПРОЦЕСТЕР**

Т.В. Новикова, А.А. Баркин

Халықаралық экономика, көшбасшылық және менеджмент институтының магистранты
Экономика ғылымдарының кандидаты, доцент

А.С. атындағы Мәскеу университеті. Грибоедова, Ресей, Мәскеу

**LOGISTICS PROCESSES AT SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES IN THE
CONTEXT OF BUSINESS TRANSFORMATION**

T. V. Novikova, A.A. Barkin

Master's student at the Department of the Institute of International Economics, Leadership and Management

Candidate of economic sciences, associate professor

Moscow University named after A.S. Griboyedov, Moscow, Russia

АННОТАЦИЯ

В этой статье изучаются характерные проблемы, с которыми сталкиваются малые и средние предприятия в современных рыночных условиях, и представляются стратегии, которые позволяют им не только выжить, но и процветать. Эта статья служит дорожной картой для предприятий малого и среднего бизнеса, стремящихся использовать потенциал оптимизации логистики: от экономически эффективных методов управления запасами до преобразующей силы технологий, от важности сотрудничества в цепочке поставок до адаптации к сейсмическим изменениям в электронной коммерции.

АННОТАЦИЯ

Бұл мақалада ШОБ қазіргі нарықтық ортада кездесетін ерекше қиындықтар қарастырылады және оларға өмір сүруге ғана емес, өркендеуге де мүмкіндік беретін стратегиялар ұсынылған. Тауарлық-материалдық қорларды басқарудың үнемді әдістерінен технологияның түрлендіруші күшіне дейін, жеткізу тізбегіндегі ынтымақтастықтың маңыздылығынан электрондық коммерциядағы сейсмикалық өзгерістерге бейімделуге дейін, бұл мақала логистикалық оңтайландыру әлеуетін пайдалануға тырысатын ШОБ үшін жол картасы ретінде қызмет етеді.

ABSTRACT

This article examines the unique challenges SMEs face in today's market environment and presents strategies that enable them to not only survive, but thrive. From cost-effective inventory management techniques to the transformative power of technology, from the importance of supply

chain collaboration to adapting to seismic changes in e-commerce, this article serves as a roadmap for SMBs looking to harness the potential of logistics optimization.

Ключевые слова: логистика, оптимизация, логистические процессы, средний бизнес, малый бизнес, современный рынок.

Негізгі сөздер: логистика, оңтайландыру, логистикалық процестер, орта бизнес, шағын бизнес, қазіргі нарық.

Keywords: logistics, optimization, logistics processes, medium business, small business, modern market.

В динамичной и высококонкурентной среде современного бизнеса логистика служит источником жизненной силы предприятий, где эффективное управление цепочками поставок и распределительными сетями часто может определять разницу между успехом и стагнацией. Это особенно актуально для малых и средних предприятий (МСП) в Российской Федерации, где оптимизированные логистические операции являются не просто стратегическим преимуществом, но и необходимостью в преодолении сложностей современного рынка.

Важность оптимизации логистики для МСП в России невозможно переоценить. Эти предприятия, часто с ограниченными ресурсами и более узкой нормой прибыли, сталкиваются с уникальными проблемами и возможностями в сфере логистики. Способность эффективно перемещать товары, управлять запасами и обеспечивать своевременные поставки может стать определяющим фактором их конкурентоспособности.

Российская Федерация представляет собой особую среду для малых и средних предприятий (МСП), стремящихся оптимизировать свои логистические процессы. Этим предприятиям, часто имеющим ограниченные ресурсы и уникальные рыночные задачи, требуется детальный подход к оптимизации логистики. Вот ключевые особенности, определяющие логистический ландшафт для МСП в России:

1. Огромные географические просторы. Огромная территория России представляет собой сложную логистическую задачу: предприятиям часто приходится перемещаться на большие расстояния и в различные географические регионы. МСП должны адаптировать свои логистические стратегии для эффективного управления транспортировкой на этом огромном пространстве.

2. Изменчивые климатические условия. Климат России сильно различается: от арктического севера до регионов с умеренным климатом и южных районов с жарким летом. Эти различия влияют на логистику, требуя от МСП адаптировать методы транспортировки и хранения к экстремальным погодным условиям.

3. Динамика импорта и экспорта. Логистический ландшафт России, являющейся международным центром торговли товарами, неразрывно связан с импортной и экспортной деятельностью. МСП должны ориентироваться в таможенных процедурах, тарифах и международных логистических сетях при работе с внешней торговлей, поэтому соблюдение требований и документация имеют решающее значение.

4. Инфраструктура и технологии. Достижения в области технологий и развития инфраструктуры меняют логистику в России. МСП могут использовать современные транспортные сети, цифровые платформы и автоматизацию складов для оптимизации операций и повышения эффективности.

5. Проблемы регулирования. Ориентироваться в нормативно-правовой среде России может быть непросто. МСП должны быть в курсе изменений правил и стандартов, связанных с логистикой, налогообложением и безопасностью, которые могут повлиять на их цепочки поставок и логистические стратегии.

6. Культурные и языковые аспекты: Эффективное общение и понимание местных обычаев и языков имеют важное значение на российском рынке. МСП, которые учитывают

культурную осведомленность в своих логистических процессах, могут построить более прочные отношения с местными партнерами и клиентами.

7. Рост электронной коммерции. С развитием электронной коммерции в России предприятиям малого и среднего бизнеса необходимо адаптировать свою логистику для удовлетворения потребностей онлайн-покупателей. Доставка «последней мили», управление возвратами и стратегии логистики, ориентированные на клиента, становятся все более важными.

8. Находчивые инновации. Российские МСП часто демонстрируют находчивый и инновационный дух в ответ на вызовы рынка. Многие используют анализ данных, машинное обучение и творческое решение проблем для оптимизации своей логистики и достижения экономически эффективных решений, адаптированных к их уникальным обстоятельствам.

Прежде чем мы углубимся в данные, давайте уделим немного времени изучению тенденций участия МСП на рынке логистики. Таблица «Тенденции сокращения малого и среднего бизнеса (2020–2023 гг.)» дает визуальное представление о меняющейся ситуации. В нем показано процентное снижение числа МСП за этот период, что дает ценную информацию о проблемах, с которыми сталкиваются малые и средние предприятия в логистическом секторе.

Таблица 1 – Тенденция сокращения МСП (2020-2023 гг.)

Год	Осталось после сокращения	Уменьшение в % от общего количества предприятий
2020	200 000	10
2021	180 000	5
2022	171 000	3
31.09.2023	165 570	3

Примечание. Источник: собственная разработка на основе данных [5].

В таблице выше подробно показано процентное снижение количества МСП, участвующих на рынке логистики, а также фактическое количество МСП с 2020 по сентябрь 2023 года.

– 2020: В 2020 году участие МСП снизилось на 10%, в результате чего на рынке логистики осталось 200 000 МСП.

– 2021: к 2021 году снижение немного улучшилось, сократившись на 5%, и на рынке осталось 180 000 МСП.

– 2022: Процентное снижение продолжило снижаться в 2022 году, снизившись на 3%, в результате чего в логистическом секторе осталось 171 000 МСП.

– Сентябрь 2023 г.: В сентябре 2023 г. тенденция снижения на 3% сохранилась, в результате чего на рынке логистики осталось 165 570 МСП.

Изучив меняющуюся ситуацию с участием МСП на рынке логистики и поняв причины проблем, с которыми они сталкиваются, давайте теперь обратим внимание на подробную таблицу, в которой количественно выражено влияние этих логистических проблем на МСП на рынке в 2023 году.

Таблица 2 - Влияние проблем логистики на МСП за 2023 год

Проблема логистики	Количество затронутых МСП	Процентная доля
Географическое распространение	55 000	33,18%
Переменные климатические условия	13 500	8,13%
Динамика импорта и экспорта	8 000	4,83%
Инфраструктура и технологии	24 430	14,76%

Проблемы с регулированием	16 640	10,05%
Всего	165 570	100,00%
Примечание. Источник: собственная разработка на основе данных [2].		

Перейдем к более подробному рассмотрению таблицы 2:

1) Географическое распространение. Эта проблема является значительной, затрагивая около 55 000 МСП, что составляет 33,18% от общего числа МСП на рынке логистики. МСП сталкиваются с серьезными логистическими проблемами из-за огромной территории России, что требует разветвленной транспортной сети и планирования маршрутов для преодоления больших расстояний.

2) Переменные климатические условия: около 13 500 малых и средних предприятий, что составляет 8,13% от общего числа, сталкиваются с последствиями различных климатических зон в России. МСП должны выделить дополнительные ресурсы для адаптации к изменению климата, такие как хранение с контролируемым климатом и специализированный транспорт, чтобы эффективно справляться с меняющимися погодными условиями.

3) Динамика импорта и экспорта: около 8000 МСП, или 4,83% от общего числа, сталкиваются со сложностями, связанными с международной торговой логистикой. Это включает в себя управление таможенными процедурами, тарифами и международными цепочками поставок, что может быть ресурсоемким и требовательным.

4) Инфраструктура и технологии. Значительная часть МСП, примерно 24 430 или 14,74% от общего числа, сталкивается с проблемами, касающимися инфраструктуры и технологий. На эти МСП влияет необходимость инвестиций в современные транспортные сети и цифровые платформы. Они должны адаптироваться к развивающейся логистике, внедряя передовые технологии и решения по автоматизации.

5) Проблемы регулирования: Проблемы регулирования затрагивают примерно 16 640 МСП, что составляет 10,04% от общего числа. Эти МСП сталкиваются с постоянно меняющейся нормативной средой, которая влияет на логистические операции, налоговые требования и стандарты. Решение этих проблем требует постоянного мониторинга и усилий по обеспечению соблюдения требований.

Теперь, когда были изучены влияния логистических проблем на МСП, работающие на российском логистическом рынке, пришло время углубиться в конкретные рекомендации, которые могут помочь этим предприятиям в их усилиях по оптимизации.

Таблица 3 – Рекомендации по оптимизации логистики для российских МСП

Проблема	Описание проблемы	Рекомендуемые действия
Географическое пространство	Огромная территория России требует разветвленной транспортной сети и тщательного планирования маршрутов.	<ul style="list-style-type: none"> - Инвестировать в эффективные виды транспорта, такие как железные дороги и хорошо обслуживаемые дорожные системы. - Использовать передовое программное обеспечение для оптимизации маршрутов, чтобы сократить время транспортировки и затраты на топливо.

<p>Переменные климатические условия</p>	<p>Разнообразие климатических зон требует адаптируемых логистических решений, включая хранение с контролируемым климатом.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Внедрить склады с климат-контролем для товаров, чувствительных к температуре. - Использовать прогнозы погоды для планирования маршрута и графика загрузки.
<p>Динамика импорта и экспорта</p>	<p>Международная торговая логистика требует знания таможенных процедур, тарифов и международных цепочек поставок.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Быть в курсе правил международной торговли. - Сотрудничать с опытными таможенными брокерами и поставщиками логистических услуг.
<p>Инфраструктура и технологии</p>	<p>Современные транспортные сети и цифровые платформы могут повысить эффективность.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Использовать такие технологии, как датчики Интернета вещей, для отслеживания в реальном времени. - Использовать современную автоматизацию склада, чтобы уменьшить количество ошибок и трудозатрат.
<p>Нормативные проблемы</p>	<p>Частые нормативные изменения влияют на логистику, требуя соблюдения требований и документации.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Поддерживать тесную связь с соответствующими контролирующими органами. - Вести тщательный учет соблюдения требований, чтобы избежать потенциальных проблем.
<p>Культурные и языковые аспекты</p>	<p>Эффективное общение и понимание местных обычаев имеют жизненно важное значение.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Нанимать двуязычный персонал или переводчиков при работе с партнерами, не говорящими по-английски. - Инвестировать в культурное обучение сотрудников для улучшения сотрудничества.
<p>Рост электронной коммерции</p>	<p>Растущая электронная коммерция требует эффективной доставки последней мили и управления возвратами.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Создавать локализованные складские и распределительные центры. - Предлагать гибкие варианты доставки и простые процедуры возврата для онлайн-клиентов.
<p>Находчивые инновации</p>	<p>МСП часто используют инновации и творческое решение проблем для оптимизации логистики.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Поощрять сотрудников предлагать и внедрять инновационные логистические решения. - Воспитывать культуру адаптивности и постоянного совершенствования.
<p>Примечание. Источник: собственная разработка на основе данных [6].</p>		

Оптимизация логистических процессов имеет первостепенное значение для малых и средних предприятий (МСП), работающих на разнообразном и обширном рынке России. Завершая исследование логистических проблем и возможностей для российских МСП, можно сделать несколько ключевых выводов.

Прежде всего, географическое и климатическое разнообразие России создает уникальные логистические препятствия. МСП должны умело управлять перевозками на большие расстояния, адаптироваться к меняющимся инфраструктурным стандартам и решать проблемы, возникающие из-за непредсказуемых погодных условий. Эффективное планирование маршрута, хранение с контролируемым климатом и адаптируемые транспортные решения являются жизненно важными компонентами успеха.

Международная торговля, хотя и предлагает потенциал роста, несет в себе ряд сложностей. МСП, участвующие в глобальной торговле, должны хорошо разбираться в таможенных процедурах, тарифах и тонкостях международных цепочек поставок. Строгое соблюдение постоянно меняющихся правил и точное управление документами не подлежат обсуждению.

Внедрение современных транспортных сетей и технологий является стержнем оптимизации логистики. Однако эти достижения зачастую требуют значительных финансовых вложений. Баланс между управлением ресурсами и доступом к передовым логистическим системам является определяющим фактором конкурентоспособности МСП.

В условиях меняющихся правил и стандартов крайне важно их строгое соблюдение. Ведение точного учета и выполнение налоговых обязательств являются основой беспрепятственной работы.

Культурная адаптация и участие на местном уровне являются стратегическими активами, особенно в такой огромной и разнообразной стране, как Россия. Построение прочного регионального партнерства и демонстрация понимания местных обычаев и практики способствуют сотрудничеству и проникновению на рынок.

Наконец, растущий сектор электронной коммерции предлагает значительный потенциал роста для российских МСП. Использование цифровых инструментов и инновационных решений — это путь к раскрытию возможностей на этом расширяющемся рынке.

В заключение, российские МСП в логистическом секторе должны использовать инновации, соблюдение нормативных требований и локально-глобальную двойственность. Такой комплексный подход является залогом успеха на постоянно развивающемся и высококонкурентном рынке. Признавая и решая эти проблемы, МСП могут обеспечить себе рост, эффективность и устойчивость в динамичной логистической среде России.

Список источников

1. Глигор Д.М., Холкомб М.К. и Стэнк Т.П. Междисциплинарный подход к гибкости цепочки поставок: концептуализация и масштабирование. Журнал бизнес-логистики, 34 (2), 94-108.
2. Койл Дж. Дж., Лэнгли С. Дж. и Гибсон Б. Дж. Управление цепочками поставок: перспектива логистики. Cengage Learning, 2016.
3. Кристофер, М. Логистика и управление цепочками поставок. Пирсон, 2016.
4. Манган Дж., Лалвани К. и Батчер Т. Глобальная логистика и управление цепочками поставок. Джон Уайли и сыновья, 2016.
5. Молленкоп Д.А. и Отри К.В. Исследование экологического сотрудничества 3PL-фирм: перспектива поглощающей способности. Журнал бизнес-логистики, 35 (1), 68-82.
6. Раштон А., Краучер П. и Бейкер П. Справочник по логистике и управлению распределением. Коган Пейдж, 2014.
7. Раштон А., Оксли Дж. и Краучер П. Справочник по логистике и управлению распределением. Коган Пейдж, 2017.

8. Чопра С. и Мейндл П. Управление цепочками поставок: стратегия, планирование и эксплуатация. Пирсон, 2015.

9. Ютнер У., Кристофер М. и Бейкер С. Управление цепочками спроса: интеграция управления маркетингом и цепочками поставок. Управление промышленным маркетингом, 36(3), 377-392.

УДК 331.2

ФОРМИРОВАНИЕ ОПЛАТЫ ТРУДА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА НА ОСНОВЕ ПРИМЕНЕНИЯ ПОКАЗАТЕЛЕЙ КРІ

Новикова Т. В.¹, Фельдман Д.С.²

¹Магистрант кафедры института международной экономики, лидерства и менеджмента

²кандидат экономических наук, доцент

Московский университет имени А.С. Грибоедова, Россия, г. Москва

КРІ КӨРСЕТКІШТЕРІН ҚОЛДАНУ НЕГІЗІНДЕ ШАҒЫН ЖӘНЕ ОРТА БИЗНЕС КӘСПОРЫНДА ЕҢБЕКАҚЫ ТӨЛЕУДІ ҚАЛЫПТАСТЫРУ

Т. В. Новикова, Д.С. Фельдман

Халықаралық экономика институты кафедрасының магистранты, көшбасшылық және басқару

Экономика ғылымдарының кандидаты, доцент

А.С. атындағы Мәскеу университеті. Грибоедова, Ресей, Мәскеу

FORMATION OF REMUNERATION AT SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESSES BASED ON THE USE OF KPI

T. V. Novikova, D.S. Feldman

Master's student at the Department of the Institute of International Economics, Leadership and Management

Candidate of economic sciences, associate professor

Moscow University named after A.S. Griboyedov, Moscow, Russia

АННОТАЦИЯ. Малые и средние предприятия (МСП) находятся в авангарде мировой экономики, и их успех зависит от эффективных стратегий вознаграждения сотрудников. В данной статье исследуется концепция дифференциации заработной платы на предприятиях малого и среднего бизнеса, основанная на сбалансированной системе ключевых показателей эффективности (КРІ). В таких системах сотрудники вознаграждаются в зависимости от их измеримого вклада в достижение целей компании. В статье подчеркивается необходимость дифференциации заработной платы на предприятиях малого и среднего бизнеса, где ресурсы часто ограничены, а справедливое распределение имеет решающее значение.

Ключевые слова: малые и средние предприятия, МСП, КРІ, дифференциация, заработная плата.

АННОТАЦИЯ. Шағын және орта кәсіпорындар (ШОБ) әлемдік экономиканың алдыңғы қатарында және олардың табысы қызметкерлерді тиімді марапаттау стратегияларына байланысты. Бұл мақала тиімділіктің негізгі көрсеткіштерінің (KPI) теңгерілген жүйесіне негізделген шағын және орта бизнестегі жалақыны саралау тұжырымдамасын зерттейді. Мұндай жүйелерде қызметкерлер компанияның мақсаттарына қол жеткізуге қосқан үлестері негізінде марапатталады. Мақалада ресурстар жиі шектеулі және әділ бөлу маңызды болып табылатын ШОБ субъектілерінде жалақыны саралау қажеттігін атап көрсетеді.

Негізгі сөздер: шағын және орта кәсіпорындар, ШОБ, KPI, дифференциация, жалақы.

ABSTRACT. Small and medium-sized enterprises (SMEs) are at the forefront of the global economy, and their success depends on effective employee reward strategies. This article explores the concept of wage differentiation in small and medium-sized businesses, based on a balanced system of key performance indicators (KPIs). In such systems, employees are rewarded based on their measurable contributions to achieving company goals. The article highlights the need for wage differentiation in SMEs, where resources are often limited and fair distribution is critical.

Keywords: small and medium enterprises, SMEs, KPI, differentiation, wages.

Малые и средние предприятия (МСП) играют жизненно важную роль в мировой экономике. Поскольку эти предприятия стремятся к росту, они должны решать проблемы, связанные с оплатой труда сотрудников. Одной из стратегий, набирающей популярность на МСП, является дифференциация заработной платы посредством сбалансированной системы ключевых показателей эффективности (KPI). Этот подход предлагает справедливый и эффективный способ вознаграждения сотрудников в зависимости от их вклада в деятельность компании. В этой статье мы рассмотрим концепцию дифференциации заработной платы на предприятиях малого и среднего бизнеса и то, как сбалансированная система KPI может изменить правила игры для этих предприятий.

Дифференциация заработной платы, или оплата за результат, признает, что не все сотрудники в равной степени вносят вклад в успех компании. МСП часто ограничены бюджетными ограничениями, поэтому крайне важно эффективно распределять ресурсы. Дифференциация заработной платы позволяет предприятиям более существенно признавать и вознаграждать высокопроизводительных сотрудников, а также мотивировать других повышать свою производительность.

Роль KPI в МСП

Ключевые показатели эффективности (KPI) — это измеримые показатели, которые оценивают эффективность компании в различных аспектах ее деятельности. Для МСП ключевые показатели эффективности обеспечивают структурированную основу для оценки успеха бизнес-стратегий. Общие ключевые показатели эффективности для малого и среднего бизнеса включают показатели финансовой деятельности (выручка, рентабельность), удовлетворенность клиентов, производительность труда сотрудников и многое другое. Внедрение ключевых показателей эффективности помогает МСП сосредоточиться на своих целях, но они также могут служить основой для справедливой системы дифференциации заработной платы.

Преимущества сбалансированной системы KPI

1) Справедливость и равенство.

Сбалансированная система ключевых показателей эффективности гарантирует объективное определение заработной платы. Сотрудники вознаграждаются в зависимости от их вклада, исключая субъективность и фаворитизм.

2) Мотивация

Когда сотрудники видят четкую связь между своей работой и вознаграждением, они более мотивированы преуспевать в своих должностях. Это, в свою очередь, влияет на общую производительность компании.

3) Экономическая эффективность.

МСП могут лучше управлять своими бюджетами, распределяя ресурсы там, где они окажут наиболее существенное влияние, тем самым оптимизируя затраты, сохраняя при этом конкурентоспособность.

4) Привлечение и удержание.

Сбалансированная система ключевых показателей эффективности может привлечь высокопроизводительные таланты и побудить нынешних сотрудников оставаться в компании, сокращая затраты на набор и обучение.

5) Адаптивность.

МСП могут адаптировать ключевые показатели эффективности к своим конкретным целям, что облегчает адаптацию к меняющимся рыночным условиям и потребностям бизнеса.

Внедрение сбалансированной системы КРІ

Для начала необходимо определить ключевые показатели предприятия малого и среднего бизнеса. Сначала необходимо определить ключевые показатели эффективности, которые наиболее актуальны для их бизнеса. Это могут быть финансовые показатели, удовлетворенность клиентов, производительность или любые другие показатели, напрямую связанные с их бизнес-целями.

Затем следует установить четкие, конкретные и достижимые цели для каждого ключевого показателя эффективности. Сотрудники должны понимать, чего от них ожидают и как будет оцениваться их эффективность.

Постоянный мониторинг и обратная связь имеют решающее значение. Регулярные проверки позволяют вносить коррективы, признавать хорошие результаты и определять области, где необходимы улучшения.

Также следует создать прозрачную и справедливую структуру вознаграждений, соответствующую достижениям ключевых показателей эффективности. Это могут быть бонусы, повышение заработной платы или другие стимулы.

Давайте обсудим несколько реальных примеров дифференциации заработной платы на малых и средних предприятиях (МСП) в Российской Федерации:

1) Фармацевтические МСП.

В российской фармацевтической отрасли МСП применяют дифференциацию заработной платы на основе сбалансированной системы ключевых показателей эффективности для повышения эффективности и производительности. Например, средняя фармацевтическая компания в Москве внедрила ключевые показатели эффективности, ориентированные на объем производства, контроль качества и эффективность продаж. Высокопроизводительные сотрудники, такие как менеджеры по производству и руководители продаж, получают бонусы и повышение заработной платы в зависимости от достижения своих ключевых показателей эффективности, в то время как менее эффективные должности имеют более умеренную структуру оплаты. Эта стратегия помогла компании сократить расходы и повысить общую производительность.

2) ИТ-стартапы.

В России растет число ИТ-стартапов, и многие из этих стартапов используют дифференциацию заработной платы с помощью ключевых показателей эффективности. Одним из примеров является московский стартап по разработке программного обеспечения. Ключевые показатели эффективности компании включают скорость завершения проектов, удовлетворенность клиентов и время устранения ошибок. Лучшие разработчики получают бонусы по результатам работы и доли в компании, а отстающие получают дополнительное обучение и наставничество. Такой подход способствовал созданию конкурентной, но в то же время совместной рабочей среды, что привело к более быстрой реализации проектов и удовлетворению потребностей клиентов.

3) Промышленные МСП.

Промышленные МСП в России также приняли стратегии дифференциации заработной платы. Небольшая машиностроительная фирма в Санкт-Петербурге использует ключевые показатели эффективности, связанные с эффективностью производства, качеством продукции и снижением затрат. Работники, участвующие в производственном процессе, получают премии по результатам достижения данных КРІ. Такой подход повысил вовлеченность сотрудников и качество продукции, одновременно оптимизируя производственные затраты.

4) Розничные сети.

Розничные предприятия малого и среднего бизнеса в России внедряют дифференциацию заработной платы для мотивации сотрудников и увеличения продаж. Например, розничная сеть в Новосибирске измеряет такие ключевые показатели эффективности, как объем продаж на квадратный метр, удовлетворенность клиентов и оборачиваемость товарных запасов. Менеджеры магазинов и продавцы получают бонусы по результатам работы, привязанные к этим ключевым показателям эффективности. Такой подход привел к увеличению объемов продаж и увеличению количества довольных клиентов.

5) Сельскохозяйственные предприятия.

В обширном сельскохозяйственном секторе России многие МСП используют ключевые показатели эффективности для дифференциации заработной платы. Например, сельскохозяйственный кооператив в Уральском регионе устанавливает ключевые показатели эффективности, связанные с урожайностью, обслуживанием техники и сокращением отходов. Фермеры и рабочие, которые соответствуют этим ключевым показателям эффективности или превосходят их, получают финансовые стимулы, а тем, кто не соответствует, предоставляется дополнительное обучение и поддержка. Это привело к повышению урожайности сельскохозяйственных культур и сокращению потерь ресурсов.

Эти реальные примеры демонстрируют, что МСП в Российской Федерации все больше осознают преимущества дифференциации заработной платы за счет сбалансированной системы КРІ. Такие системы не только мотивируют сотрудников, но и способствуют общему росту и конкурентоспособности этих предприятий. Адаптируя ключевые показатели эффективности к своим конкретным отраслевым и бизнес-целям, российские МСП добиваются устойчивого успеха в самых разных отраслях.

Хотя сбалансированная система КРІ предлагает значительные преимущества, она не лишена проблем. Некоторым МСП может быть сложно выбрать подходящие ключевые показатели эффективности, обеспечить точность данных или справиться с сопротивлением со стороны сотрудников, которые боятся, что их будут принуждать к более строгим стандартам производительности. Крайне важно решать эти вопросы вдумчиво и прозрачно.

Хотя дифференциация заработной платы посредством сбалансированной системы ключевых показателей эффективности может дать множество преимуществ, некоторые компании в Российской Федерации столкнулись с трудностями и проблемами в ходе внедрения. Данные проблемы представлены в таблице 1.

Таблица 1. Проблемы внедрения системы КРІ в организацию.

Проблема	Описание
1) Сопротивление сотрудников	Некоторые сотрудники могут сопротивляться установлению ключевых показателей эффективности и дифференциации заработной платы, опасаясь давления, фаворитизма и несправедливого обращения.
2) Выбор подходящих КРІ	Определение соответствующих ключевых показателей эффективности может быть сложной задачей, что приводит к неэффективной дифференциации.
3) Точность данных	Точный сбор данных имеет решающее значение; неточности могут привести к неверным оценкам эффективности.
4) Субъективность	Обеспечение объективности измерения ключевых показателей эффективности может оказаться затруднительным и подорвать

	доверие к системе.
Юридические и этические вопросы	Соблюдение трудового законодательства и этических норм имеет жизненно важное значение; неправильное обращение с этим аспектом может привести к юридическим проблемам.
5) Общение	Плохое информирование о целях, реализации и ожидаемых результатах КРІ может привести к путанице и разочарованию.
6) Акцент на краткосрочных целях	Чрезмерный акцент на краткосрочных ключевых показателях эффективности может сдерживать долгосрочную устойчивость и рост.
7) Негибкость	Чрезмерно жесткая система КРІ может подавить творчество и инновации, ограничивая свободу сотрудников.
8) Влияние на сотрудничество сотрудников	Чрезмерное внимание к отдельным КРІ может затруднить командную работу и способствовать конкуренции между коллегами.
9) Проблемы с удержанием	Неэффективная дифференциация заработной платы может привести к потере талантливых специалистов, стремящихся к большему признанию.

Компаниям в Российской Федерации, как и в любой другой стране, важно осознавать эти потенциальные проблемы при внедрении системы дифференциации заработной платы на основе КРІ. Решение этих проблем посредством эффективной коммуникации, регулярных проверок и приверженности принципам справедливости и прозрачности может помочь смягчить эти проблемы и гарантировать, что система функционирует должным образом.

В условиях дифференциации заработной платы на предприятиях малого и среднего бизнеса (МСП) в Российской Федерации предлагаемая методика КРІ ориентирована на сбалансированную систему ключевых показателей эффективности (КРІ). Эта методология помогает МСП оценивать эффективность работы сотрудников и связывать ее со справедливым и объективным вознаграждением. Ниже приведены ключевые компоненты и формулы, которые следует учитывать при использовании этой методологии КРІ:

1. Определить ключевые показатели эффективности (КРІ).

Первым шагом является определение соответствующих КРІ для вашего конкретного бизнеса. Сюда могут входить финансовые показатели, удовлетворенность клиентов, производительность и многое другое.

2. Установление четкой цели.

Установите четкие, конкретные и достижимые цели для каждого ключевого показателя эффективности. Эти цели должны быть измеримыми и соответствовать целям вашего бизнеса.

3. Регулярный анализ и обратная связь.

Постоянно отслеживайте и предоставляйте отзывы о выполнении ключевых показателей эффективности. Это предполагает отслеживание фактической производительности по сравнению с установленными целями.

4. Справедливая структура вознаграждения.

Создайте прозрачную и справедливую структуру вознаграждения, соответствующую достижению ключевых показателей эффективности. Формула расчета вознаграждения сотрудников может варьироваться в зависимости от характера КРІ. Вот некоторые примеры.

1) Для финансовых КРІ: расчет бонуса на основе процента от дохода или увеличения прибыльности.

Вы можете использовать следующую формулу для расчета бонуса в зависимости от процента дохода или увеличения прибыльности:

Бонус = Процент * (Увеличение дохода или прибыли)

Где:

Бонус — это сумма бонуса, которую вы хотите рассчитать.

Процент — это процент, который вы хотите использовать для расчета бонуса.

Например, если бонус составляет 10% от увеличения дохода, вы должны использовать 0,10 в качестве процента.

Увеличение дохода или прибыли — это сумма, на которую увеличился доход или прибыльность. Это может быть положительное число, отражающее увеличение.

Данная формула позволяет определить сумму бонуса исходя из заданного процента дохода или повышения доходности. При необходимости отрегулируйте процент, чтобы отразить ставку бонуса, которую вы хотите применить.

2) Для ключевых показателей эффективности удовлетворенности клиентов: бонус на основе результатов опроса или отзывов клиентов.

Для расчета бонуса по результатам опросов или отзывов клиентов можно воспользоваться следующей приблизительной формулой:

Бонус = Рейтинг * Вес

Где:

Бонус — это сумма бонуса, которую вы хотите рассчитать.

Рейтинг представляет собой результат опроса или оценку отзывов клиентов. Эта оценка может быть представлена по шкале (например, от 1 до 5, от 1 до 10 или по любой другой шкале, используемой в системе опросов или обзоров).

Вес — это фактор, который вы можете присвоить рейтингу, чтобы определить его влияние на бонус. Этот вес отражает важность или значимость результата опроса или обзора при расчете бонуса.

Эта формула позволяет вам рассчитать бонус на основе рейтинга, полученного в опросе или отзыве клиента, с возможностью гибкой настройки веса, чтобы подчеркнуть или ослабить влияние рейтинга на бонус, в зависимости от ваших конкретных требований и приоритетов.

3) Для ключевых показателей эффективности производительности сотрудников: Бонус в зависимости от увеличения производительности или повышения эффективности.

Для расчета премии за повышение производительности или повышение эффективности можно использовать следующую приблизительную формулу:

Бонус = (Увеличение производительности или эффективности) * (Множитель)

Где:

Бонус — это сумма бонуса, которую вы хотите рассчитать.

Повышение производительности или эффективности — это показатель того, насколько улучшилась производительность или эффективность. Это может быть числовое значение, например процентное увеличение производительности или числовое улучшение эффективности.

Множитель — это фактор, который вы можете настроить, чтобы определить влияние повышения производительности или эффективности на бонус. Множитель позволяет контролировать, насколько увеличение производительности или эффективности влияет на бонус.

Эта формула позволяет рассчитать бонус на основе увеличения производительности или эффективности, а также позволяет точно настроить влияние этого увеличения с помощью множителя. Отрегулируйте множитель так, чтобы он отражал желаемый акцент на повышении производительности или эффективности при расчете бонусов.

5. Совокупные показатели KPI.

Рассмотрите возможность агрегирования показателей по нескольким KPI, чтобы определить общую производительность. Это можно сделать с использованием средневзвешенных значений или других соответствующих методов агрегирования.

6. Расчет вознаграждений сотрудников.

После суммирования показателей производительности вы можете рассчитать вознаграждения сотрудников на основе заранее определенной формулы. Например:

Общий бонус = (Взвешенный балл для KPI1 * Вес для KPI1) + (Взвешенный балл для KPI2 * Вес для KPI2) + ...

Здесь необходимо назначить вес каждому KPI в зависимости от его важности для организации. Взвешенные баллы рассчитываются путем умножения достигнутого балла производительности на присвоенный весовой коэффициент.

7. Распределение бонусов.

После расчета общей суммы бонуса вы можете распределить ее между сотрудниками в зависимости от их индивидуальных результатов. Это распределение может осуществляться в форме повышения заработной платы, единовременных бонусов, акций компании или любого другого стимула, соответствующего вашей структуре вознаграждения.

Важно отметить, что конкретные формулы и веса будут различаться в зависимости от характера вашего бизнеса и выбранных вами ключевых показателей эффективности. Прозрачность и справедливость этой системы имеют решающее значение для обеспечения мотивации сотрудников и устранения опасений по поводу субъективности и предвзятости.

Хотя методология предназначена для повышения справедливости и мотивации, важно решать потенциальные проблемы, такие как сопротивление сотрудников, выбор правильных ключевых показателей эффективности, обеспечение точности данных и снижение субъективности во время внедрения этой системы.

В заключение, дифференциация заработной платы на малых и средних предприятиях, основанная на сбалансированной системе KPI, предлагает многообещающий подход к управлению оплатой труда сотрудников и стимулированию роста бизнеса. Используя ключевые показатели эффективности для объективного измерения производительности и соответствующего вознаграждения сотрудников, МСП могут повысить справедливость, мотивацию и общую эффективность. Чтобы раскрыть весь потенциал своей рабочей силы и оставаться конкурентоспособными в сегодняшней динамичной бизнес-среде, МСП должны рассмотреть возможность принятия этого подхода.

Список источников

1) Армстронг, М. (2022). «Управление вознаграждением сотрудников и практика». Коган Пейдж.

2) Гордеев, П. С. (2020). «Управление мотивацией персонала на малых и средних предприятиях через систему KPI». «Управление мотивацией персонала на малых и средних предприятиях через систему КПЭ». Вестник Российской академии предпринимательства, 20(3), 159-167.

3) Десслер, Г. (2020). «Управление персоналом». Пирсон.

4) Ермолаев, А. А., Долгова Л. В. (2019). «Оценка эффективности управления персоналом на малых и средних предприятиях на основе балансировки KPI». «Оценка эффективности управления человеческими ресурсами на малых и средних предприятиях на основе балансирования KPI».] Научный журнал «Управление и социальное развитие», 1(25), 42-49.

5) Козлов, А. И. (2021). «Использование системы балансировки KPI в управлении оплатой труда на малых предприятиях». «Использование системы балансирования KPI в управлении заработной платой на малых предприятиях».] Управление персоналом, 2, 43-49.

6) Лоулер, ЕЕ III, и Будро, JW (2019). «Достижение стратегического совершенства: оценка кадровых организаций». Издательство Стэнфордского университета.

- 7) Медведева, Е. С. (2022). «Роль балансировки КРІ в стимулировании сотрудников малых и средних предприятий». [«Роль балансировки КРІ в стимулировании сотрудников малых и средних предприятий».] Экономический журнал, 11(3), 59-68.
- 8) Милкович, Г.Т., и Ньюман, Дж.М. (2019). «Компенсация». Макгроу-Хилл Образование.
- 9) Пфедфер, Дж. (2023). «Шесть опасных мифов о зарплате». Гарвард Бизнес Обзор, 76(3), 109–119.
- 10) Каплан Р.С. и Нортон Д.П. (2021). «Сбалансированная система показателей: перевод стратегии в действие». Гарвардская деловая пресса.

МАТЕРИАЛДЫҚ ЕМЕС АКТИВТЕРДІҢ КОМПАНИЯ ҚҰНЫНА ӘСЕРІ: ӨЛШЕУ ЖӘНЕ МОДЕЛЬДЕУ

Нысанбай А.Д.¹, Мухамедиева Г.М.², Нургалиева А.М.³.
^{1,2,3} Университет Кайнар, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

Аңдатпа: Бүгінгі таңда кәсіпорындарды қамтамасыз етуде және олардың экономикалық қызметінің тиімділігін арттыруда материалдық емес активтердің рөлінің өсуі байқалады.

Алайда, физикалық активтерден айырмашылығы, материалдық емес активтер отандық кәсіпорындардың есептілігінде тиісті көрініс таппайды, материалдық емес активтердің тиімділігін талдау мен бағалаудың әдістемелік тәсілдері жеткілікті түрде пысықталмаған, дегенмен олар кәсіпкерлік қызметтің коммерциялық табысына айтарлықтай әсер етеді. Отандық кәсіпорындардың бәсекелестік стратегияларының басты факторы зияткерлік меншік объектілерін құруды және материалдық емес активтерді пайдалануды ынталандыру болуға тиіс. Шаруашылық жүргізуші субъектілердің операциялық, қаржылық және инвестициялық қызметінің тиімділігін арттырудың кепілі материалдық емес активтерді шаруашылық айналымға тарту болып табылады.

Кілт сөздер: интеллектуалды меншік, MeA, Даму бағыттары, патент, пайдалы өнертабыс, инновация, сауда

ВЛИЯНИЕ НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ АКТИВОВ НА СТОИМОСТЬ КОМПАНИИ: ИЗМЕРЕНИЕ И МОДЕЛИРОВАНИЕ

Нысанбай А.Д. 1, Мухамедиева Г.М.², Нургалиева А.М.³.
^{1,2,3} Университет Кайнар, г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация. На сегодняшний день имеет место рост роли нематериальных активов в обеспечении конкурентоспособности предприятий и повышении эффективности их хозяйственной деятельности. Однако в отличие от физических активов нематериальные не находят должного отражения в отчетности отечественных предприятий, недостаточно проработаны методические подходы к анализу и оценке эффективности нематериальных активов, хотя они существенно влияют на коммерческий успех предпринимательской деятельности. Главным фактором конкурентных стратегий отечественных предприятий должно стать стимулирование создания объектов интеллектуальной собственности и использования нематериальных активов. Залогом повышения эффективности операционной, финансовой и инвестиционной деятельности субъектов хозяйствования является привлечение нематериальных активов в хозяйственный оборот.

Ключевые слова: интеллектуальная собственность, НМА, направления развития, патент, полезное изобретение, инновации, торговля.

THE IMPACT OF INTANGIBLE ASSETS ON THE VALUE OF THE COMPANY: MEASUREMENT AND MODELING

Nysanbay A.D.¹, Mulhamediyeva G.M.², Nurgalieva A.M.³.
^{1,2,3} Университет Кайнар, Almaty, Republic of Kazakhstan

Abstract. Today, there is a growing role of intangible assets in ensuring the competitiveness of enterprises and improving the efficiency of their business activities. However, unlike physical assets, intangibles are not adequately reflected in the statements of domestic enterprises; methodological approaches to analyzing and evaluating the effectiveness of intangible assets are not sufficiently developed, although they significantly affect the commercial success of entrepreneurial activities. The main factor in the competitive strategies of domestic enterprises should be the promotion of the creation of objects of intellectual property and the use of intangible assets. The key to improving the efficiency of operating, financial and investment activities of business entities is the involvement of intangible assets in the economic turnover.

Keywords: Intellectual property, IA, development directions, patent, useful invention, innovations, trade.

Активтер - бұл материалдық нысаны болуы да, болмауы да мүмкін кәсіпорынның экономикалық құралдары және оның болуы активтің болуының қажетті өлшемі болып табылмайды.

Сонымен, материалдық емес активтер ғылыми-техникалық, маркетингтік, ұйымдастырушылық және басқа да жетістіктер мен оларға құқықтарды білдіреді. Екінші жағынан, материалдық емес активтер-бұл иелеріне белгілі бір кірісті немесе басқа пайданы қамтамасыз ететін, құны бар және материалдық мазмұны жоқ ұзақ мерзімді айрықша құқықтар.

Материалдық емес активтер-бұл инновациялардан, бірегей ұйымдастырушылық жобалардан немесе адам ресурстарын басқару тәжірибесінен туындайтын құнның материалдық емес көздері.

Материалдық емес активтерге мынадай сипаттамаларға сәйкес келетін активтердің ақшалай емес, айналымнан тыс түрлері жатады:

- нақты құрылымның болмауы;
- мүліктің басқа түрлерінен айырмашылығы;
- қызмет көрсету кезінде, жұмыста және компанияның басқа да қажеттіліктері үшін пайдалану мүмкіндігі;
- ұзақ қолдану (кем дегенде бір жыл).

Қаржылық есептіліктің халықаралық стандарттары (ҚЕХС) материалдық емес активті физикалық формасы жоқ, анықталатын, монетарлық емес актив ретінде сипаттайды [2, б. 77].

38 материалдық емес активтер ХҚЕС (IAS) сәйкес материалдық емес активті тану оның белгілі бір критерийлер мен талаптарға сәйкестігін білдіреді:

- активтің бөлінуі, яғни активті кәсіпорыннан ажырату немесе бөлу және онымен келесі әрекеттерді (сату, айырбастау, жалға беру) жүзеге асырудың ықтимал мүмкіндігі;
- актив бұл құқықтарды кәсіпорыннан немесе басқа құқықтар мен міндеттемелерден беруге немесе бөлуге бола ма, шарттық немесе басқа заңды құқықтардың нәтижесі болып табылады;
- ҰМА объектісін бақылауды қамтамасыз ету;
- кәсіпорынның активтен туындайтын күтілетін болашақ экономикалық пайда алу мүмкіндігі бар;
- активтің құнын сенімді түрде бағалауға болады.

Жалпы, олар ХҚЕС-ке және ресейлік стандарттардың ережелеріне ұқсас, бірақ кейбір айырмашылықтар бар. Сонымен, ПБУ сәйкес жоғарыда аталған критерийлерге мыналарды қосу керек [4, б. 34].:

- активтің өзі және осы ұйымның зияткерлік қызмет нәтижесіне немесе даралау құралына құқығының бар екендігін растайтын тиісті түрде ресімделген құжаттардың болуы-патенттер, куәліктер, басқа да қорғау құжаттары, зияткерлік қызмет нәтижесіне немесе дараландыру құралына айрықша құқықты иеліктен шығару туралы шарт, шартсыз айрықша құқықтың ауысуын растайтын құжаттар және т. б.);

- нысанды ұзақ уақыт пайдалану;
- ұйым объектіні сатуды көздемейді.

Материалдық емес активтердің құрамында кәсіпорынды мүліктік кешен (тұтастай немесе оның бір бөлігі) ретінде сатып алуға байланысты туындаған іскерлік бедел де ескеріледі. Материалдық емес актив ретінде бұл мән кәсіпорынды сатып алу кезінде балансқа қойылады.

Бүгінгі таңда материалдық емес активтердің мәнін анықтауға да, жіктеуге де бірыңғай тәсіл жоқ. Әдеби көздерден алынған ақпаратты жалпылау негізінде материалдық емес активтердің келесі жіктелуі ұсынылады (1-кесте).

1-кесте – Материалдық емес активтердің жіктелуі

Жіктеу белгісі	МеА түрлері
Пайда болу көзі	- кәсіпорында құрылған - сатып алынған - жарғылық қорға жарналар
Иеліктен шығару дәрежесі	- толығымен иеліктен шығарылған - ішінара иеліктен шығарылған
Пайдалану ұзақтығы	- ағымдағы - ұзақ мерзімді
Функционалдық мақсаты	- маркетинг түрі - техникалық-технологиялық үлгідегі - танымдық түрі
Қолдану дәрежесі	- жұмыс істейтін - жұмыс істемейтін
Пайдалану саласы	- ішкі пайдалану үшін - уақытша пайдалануға беру үшін - сату үшін
Өндіріске қатысу дәрежесі	- өндіріс көлеміне тікелей байланысты - өндіріс көлеміне тікелей байланысты емес
МеА пайда болуына әкелген іс-әрекеттің сипаты	- ғылыми нәтиже - зерттеу жұмысы - жобалау-конструкторлық жұмыс

Материалдық емес активтердің коммерциялық қызметтің тиімділігіне әсерін модельдеу (2-кесте).

2-кесте – Материалдық емес активтердің жіктелуі

Жіктеу белгісі	МеА түрлері
Сәйкестендіру дәрежесі	- анықталатын - Анықталмайтын
Құқық объектісі	- өнертабыс - тауар белгісі және т. б.
Шығындар көлемі	- үлкен инвестицияларды қажет етеді - ең аз инвестицияны қажет етеді - іс жүзінде қосымша инвестицияларды қажет етпейді

Құнды қалыптастыру ортасы	- ішкі (мысалы., өнертабыстар) - сыртқы (мысалы., тауар белгісі)
Құқықтық қорғау дәрежесі	- тиісті құжаттармен (құқықтармен, лицензиялармен, патенттермен) қорғалған - тиісті құжаттармен қорғалмаған
Кәсіпорын құнына әсері	- тікелей әсер етеді - жанама әсері бар

Интеллектуалдық әлеует инновациялық әлеуеттің құрамдас бөлігі ретінде мынадай компоненттер жүйесін білдіреді: материалдық емес активтер, маркетингтік ресурстар, басқарушылық-инфрақұрылымдық ресурстар, еңбек ресурстары. Жоғарыда айтылғандай, материалдық емес активтердің материалдық нысаны жоқ, оларды сәйкестендіруге (кәсіпорыннан бөлуге) және бір жылдан астам уақыт ішінде пайдалану мақсатында кәсіпорын ұстауға болады. Инновациялық қызметке қатысты материалдық емес активтер объектілері кәсіпорындардың зияткерлік меншігін білдіреді [5, б. 86].

Материалдық емес активтердің тағы бір түрі-бренд. Брендті дәстүрлі емес материалдық емес активтерге жатқызуға болады, өйткені ол жақында отандық кәсіпорындардың қызметінде қолданыла бастады.

Материалдық емес активтердің тағы бір маңызды түрі-кәсіпорынның имиджі. Имидж-бұл жасанды түрде жасалған кәсіпорын бейнесі. Ол көбінесе белгілі бір тақырыппен байланысты барлық идеялардың, білімнің, тілектердің, сезімдердің жиынтығы ретінде сипатталады.

Осылайша, материалдық емес активтерді кәсіпорындар бәсекеге қабілеттілігін арттыру мақсатында белсенді пайдалануы керек.

Мұндай факторлардың кәсіпорын құнына, оның капиталдандырылуына әсерін ескеру және бағалау үшін дереккөзде көрсетілген әдіске жүгінуге болады [3, б.15]. Компанияның нарықтық құнын анықтау кезінде уақыт, тәуекел, материалдық емес активтер, сыртқы бәсекелестік сала және бағаланатын объектінің ішкі ерекшеліктері сияқты факторларды ескеру қажет.

$$MK^* = (A^* + MeA^*) - P^* = (A^* - P^*) + MeA^*,$$

мұндағы А - кәсіпорын активтері;

П - кәсіпорынның пассивтері;

МК - кәсіпорынның меншікті капиталы;

MeA - материалдық емес (баланстық емес) активтерге;

(* - тиісті шарттың нарықтық құнын білдіретін белгі).

Компанияның құнына әсер ететін барлық факторларды есепке алу үшін бірнеше (көп факторлы) регрессияның аналогын құру арқылы компанияның құнын бағалаудың математикалық моделін құру әдісін қолдануға болады. Модельденген көрсеткіш ретінде компания қызметінің тиімділігін бағалау кезінде интегралды көрсеткіш ретінде қабылданған компанияның құны қарастырылады. Модельденген индикаторға әсер ететін көптеген факторлар - бұл компания қызметінің сыртқы және ішкі факторларының жиынтығы. ҰМА әсерін ескере отырып, ұйым құнының факторлық моделін әзірлеудің мақсаты – болашақта ұйымның нарықтық құнын арттыру үшін олардың маңыздыларына әсер ету үшін компания қызметінің әрбір факторының компания құнына әсер ету дәрежесін анықтау.

Ұсынылған әдістеме бойынша сіз эконометрикалық модель құра аласыз, оның негізгі қызметі қоғамдық тамақтануды, соның ішінде барлар, кафелер, мейрамханалар жұмысын ұйымдастыру болып табылады [6, б. 47].

Жалпы алғанда, соңғы жылдары бөлшек сауда кәсіпорындарының балансында материалдық емес активтер құнының айтарлықтай өзгеруі байқалады деген қорытынды жасауға болады, бірақ оларды пайдалану тиімділігінің көрсеткіштері әлі де жеткілікті жоғары емес. Сонымен қатар, сауда ұйымдарының қызметіндегі материалдық емес активтердің рөлі өте жоғары екендігі даусыз.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 38 «Нематериальные активы» (введен в действие на территории Российской Федерации Приказом Минфина России от 25.11.2011 №160н).
2. Майорова Е.А. Понятие и классификация нематериальных активов торговли // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2016. № 2 (15). С. 182-185.
3. Сарилова О.А., Верещагина А.С., Анисимов А.Н. Применение экономикоматематического моделирования для оценки влияния нематериальных активов на стоимость предприятия // Фундаментальные исследования. 2012. № 9-3. С. 734-738.
4. Мухин В. Управление интеллектуальной собственностью: учебник для вузов. Litres, 2017.
5. Ларина Т.Е. Нематериальные активы как оценочная категория // NOVAUM.RU. 2017. № 5. С. 51-53.
6. Щербачева Л.В. Трансформация интеллектуальной собственности. Scientific magazine «Kontsep», 2016.
7. Пахомова Т.В. Деловая репутация руководителя как основная составляющая нематериальных активов предприятия // Образование и наука без границ: социальногуманитарные науки. 2018. № 3. С. 82-85.

Авторлар туралы мәліметтер

* Нысанбай Ардақ Дәніханұлы – 1 курс магистранты, Kainar University, e-mail: erke_00_kz@mail.ru

** Мухамедиева Г.М. – PhD, руководитель академической школы, Kainar University, e-mail: murat_gulzada@mail.ru

*** Нургалиева А.М. – к.э.н., доктор (PhD), доцент, Kainar University.

БІЛІМ ЭКОНОМИКАСЫ ЖҮЙЕСІНДЕГІ ИННОВАЦИЯЛЫҚ БАҒДАРЛАНҒАН ФИРМАНЫҢ МОДЕЛІН ДАМУ

Рахимбаев А.А.¹, Мухамедиева Г.М.², Утегулова Б.С.³
^{1,2,3} Университет Қайнар, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

Андатпа: Мақалада қазақстандық кәсіпорындардың инновациялық даму мәселелері зерттеледі. Осы мәселелерді шешу үшін кәсіпорынның инновациялық дамуының тұжырымдамалық моделі ұсынылды, оның негізінде тік инновациялық жүйе және нарық субъектілерінің көлденең өзара әрекеті. Инновациялық даму құралдарын сипаттауға ерекше назар аударылады, олардың тиімділігін кәсіпорынның инновациялық белсенділігіне, демек, оның инновациялық дамуына әсер ету арқылы бағалауға болады. Инновациялық даму құралдарының ішінде адами капиталды дамыту құралдары, корпоративтік өсуді басқару құралдары, басқарудың ұйымдастырушылық-экономикалық құралдары, кәсіпорынның ғылыми-техникалық әлеуетін басқару құралдары бар.

Кілт сөздер: инновациялық жүйе, инновациялық даму моделі, адами капиталды дамыту, корпоративтік өсу модельдері, ұйымдастырушылық басқару тетігі.

РАЗВИТИЕ МОДЕЛИ ИННОВАЦИОННО-ОРИЕНТИРОВАННОЙ ФИРМЫ В СИСТЕМЕ ЭКОНОМИКИ ЗНАНИЙ

Рахимбаев А.А.¹, Мухамедиева Г.М.², Утегулова Б.С.³
^{1,2,3} Университет Қайнар, г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация. Авторы исследовали проблемы инновационного развития российских предприятий. Для решения этих проблем предложена концептуальная модель инновационного развития предприятия, в основе которой вертикальная инновационная система и горизонтальное взаимодействие субъектов рынка. Особое внимание уделено характеристике инструментов инновационного развития, эффективность которых может быть оценена по воздействию на инновационную активность предприятия, а следовательно, и на его инновационное развитие. Среди инструментов инновационного развития выделены инструменты развития человеческого капитала, инструменты управления корпоративным ростом, организационно-экономические инструменты управления, инструменты управления научно-техническим потенциалом предприятия.

Ключевые слова: инновационная система, модель инновационного развития, развитие человеческого капитала, модели корпоративного роста, организационно-управленческий механизм, научно-технический потенциал.

DEVELOPMENT OF THE INNOVATION-ORIENTED FIRM MODEL IN THE KNOWLEDGE ECONOMY SYSTEM

Rakhiymbaev A.A.¹, Mulhamediyeva G.M.², Utegulova B.S.³
^{1,2,3} Университет Қайнар, Almaty, Republic of Kazakhstan

Abstract. The authors investigated the problems of innovative development of Russian enterprises. To solve these problems, the conceptual model of innovative development of the enterprise, based on an innovative system of vertical and horizontal interaction of market participants. Particular attention is paid to the characteristics of innovative development tools whose effectiveness can be evaluated on the impact on the innovative activity of the enterprise, and, consequently, its

innovative development. Among the innovative development tools identified: human capital development tools and corporate growth management tools, organizational and economic management tools, management tools of scientific and technical potential of the enterprise.

Keywords: innovative system, innovative development model, human capital development, corporate growth model, organizational-administrative mechanism, scientific and technical potential

Экономикалық жүйенің дамуы оның қатысушыларының негізгі сипаттамаларының өзгеруін қамтиды. Сонымен қатар, дамудың өзі дәстүрлі де, инновациялық да болуы мүмкін. Бұл мақалада нарықтың негізгі қатысушыларының тиімділігін арттыруға мүмкіндік беретін идеяларды іздеудің, инновацияларды дайындаудың және оларды іске асырудың мақсатты процесі түсінілетін экономикалық жүйені дамытудың инновациялық түрі қарастырылады: кәсіпорындар дамиды және олардың тиімділігін арттырады, қоғам - қажеттіліктерді қанағаттандыру дәрежесін арттырады, мемлекет - бюджеттік тиімділікті арттырады және т. б. Кәсіпорындағы инновациялық қызметті дамыту оның табысты дамуының шешуші факторларының бірі болып табылады.

Өзіміз білетіндей, Қазақстанның үлкен ресурстық әлеуеті бар, оның ішінде ғылыми-техникалық және зияткерлік, инновациялық дамуға ықпал ететін бірқатар перспективалы ғылыми-техникалық әзірлемелер, озық технологиялар жоғалған жоқ. Сонымен қатар, қолданыстағы нарықтық тетік, институционалдық ортаның, инфрақұрылымның және инновациялық жүйелердің даму деңгейі отандық кәсіпорындардың, ең алдымен өнеркәсіптік кәсіпорындардың табысты дамуына ықпал етпейді [3, б. 20]. Отандық өндірушілердің инновациялық қызметінің инновациялық белсенділігі мен тиімділігі төмен, олардың бәсекеге қабілетті өнімдері көптеген позицияларда жеткіліксіз. Жоғарыда айтылғандар импортты алмастыру саясаты жағдайында нарықта даму мүмкіндіктерін пайдалануда қиындықтар туғызады.

Осылайша, инновациялық қызметті ұйымдастыруды жетілдіру және инновациялық дамудың артықшылықтарын пайдалану бағытында кәсіпорынның инновациялық саясатын қайта қарау қажеттілігі туындайды, оның жағдайында инновацияларды жүйелі енгізу дамудың басты факторына айналады [4, б. 102].

Айта кету керек, табысты инновациялық дамуға келесі факторлар ықпал етеді:

- нақты тұжырымдалған нысаналы көзқарастары бар мемлекеттің инновациялық саясаты;

- инновациялық әлеуетті пайдалану және оны дамыту;

- бизнес, мемлекет және ғылыми-білім беру қоғамдастығы және т. б. арасындағы инновациялық қызметті іске асыруда қажетті институттар арасындағы ынтымақтастық қатынастарын дамыту, сондай-ақ оларды үйлестіру;

- кәсіпорын қызметінің стратегиялық және операциялық аспектілерінде басымдықтар құру;

- инновацияларды коммерцияландырудың әртүрлі формалары мен әдістерін қолдану;

- инновациялық қызмет саласындағы заңнаманы жетілдіру;

- үздік халықаралық тәжірибені жүйелі зерделеу және енгізу.

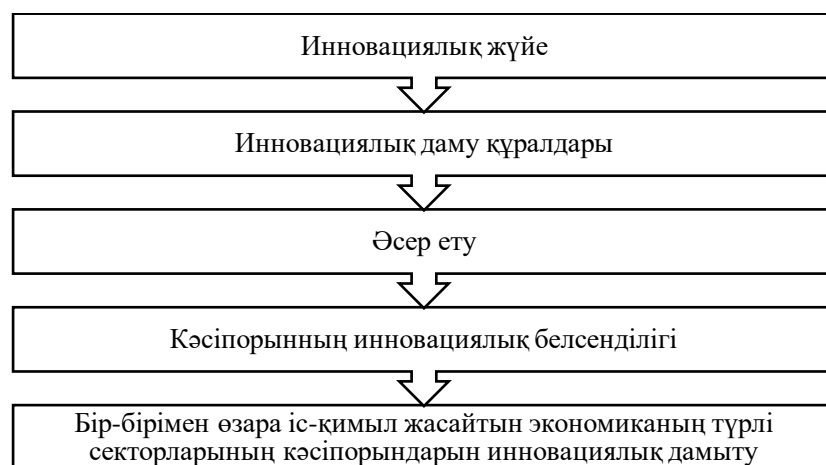
Қазақстан Республикасында инновациялық даму стратегиясын әзірлеу кезінде ұзақ уақыт бойы жоғары технологиялық салалар мен ғылымға, ең алдымен Ұлттық Ғылым академиясы (ҰҒА) шеңберінде шоғырланған тәсіл басым болды, яғни жүйе қатаң және тігінен бағытталған.

Алайда, тәжірибе көрсеткендей, экономикалық субъектілер арасындағы жаңа білімді тез қалыптастыруға, игеруге және таратуға мүмкіндік беретін көлденең өзара әрекеттесу олардың икемділігі мен бейімделуінің жоғары деңгейіне байланысты орынды болады. Сондықтан инновациялық жүйені ұлттық шекаралар шегінде (шағын және ірі компаниялар, университеттер, зертханалар, технопарктер мен инкубаторлар) ғылыми білім мен технологияларды өндірумен және коммерциялық іске асырумен айналысатын өзара байланысты ұйымдардың (кұрылымдардың) жиынтығы ретінде ұсыну неғұрлым қолайлы болып табылады.

Сонымен қатар, инновациялық жүйе - бұл инновациялық процестерді қамтамасыз ететін және берік ұлттық тамыры, дәстүрлері, саяси және мәдени ерекшеліктері бар құқықтық, қаржылық және әлеуметтік сипаттағы институттар кешені [1, б. 5]. Осылайша, тігінен бағытталған жүйе оның қатысушылары арасындағы көлденең байланыстарды дамыту арқылы икемді болады.

Біз қолданыстағы пікірмен келісеміз [5, б. 68] кәсіпорынның инновациялық дамуын басқару жүйесі – бұл басқару элементтерін, мақсаттарды, принциптерді, функцияларды, құрылымдарды, ресурстарды, әдістерді, технологияларды, құралдарды қамтитын, біртұтас тұтастық ретінде жұмыс істейтін және инновациялық дамуға әсер ету механизмін қалыптастыратын өзара байланысты элементтер жиынтығы адами капиталдың белсенділігі мен дамуы.

Инновациялық даму моделі мыналарды қамтиды: инновациялық даму құралдары арқылы кәсіпорынның инновациялық дамуына ықпал ететін инновациялық белсенділігін ынталандыратын инновациялық жүйе. Тұжырымдамалық тұрғыдан мұндай модель төменде көрсетілген (1-сурет).



1 сурет – Кәсіпорынның инновациялық даму моделі

Ескерту: сурет [5, б. 68] ақпарат көзінің негізінде құрылған.

Кәсіпорынның инновациялық даму құралдарының сипаттамасына егжей-тегжейлі тоқталайық (2-сурет).

Кәсіпорынның инновациялық даму құралдары			
Адами капиталды басқару құралдары	Корпоративтік өсуді басқару құралдары	Басқарудың ұйымдастырушылық экономикалық құралдары	Ғылыми-техникалық әлеуетті басқару құралдары
<ul style="list-style-type: none"> - кадрлық жоспарлау, - біліктілікті арттыру, - кадрлар даярлауға тапсырысты іске асыратын өнімнің ЖОО-ларын мемлекеттік қолдау, - жоғары оқу орындарының үздік түлектерін жұмысқа орналастыру бойынша мемлекеттің кепілдіктері, - кәсіпорындарды білікті қызметкерлермен қамтамасыз ету 	<ul style="list-style-type: none"> - меншікті капиталды ұлғайту, - активтер айналымын арттыру, - сатудың рентабельділігін арттыру, - қайта инвестицияланған пайданы ұлғайту, - меншікті және қарыз қаражаттарының арақатынасын өзгерту 	<ul style="list-style-type: none"> бюджеттік қаржыландыру, - несиелеуді қолдау, - салықтық жеңілдіктер, - инновациялық даму стратегиясын әзірлеу, - кәсіпорындардың инновациялық қызметін қолдау инфрақұрылымын құру және дамыту; - инновациялық қызметті нормативтік-құқықтық реттеу 	<ul style="list-style-type: none"> - түгендеу, - құқықтық қорғау, - коммерцияландыру, - құнын бағалау, - шаруашылық айналымға тарту, - қаржылық нәтижелерді бөлу, - коммерциялық құпия режимін жетілдіру

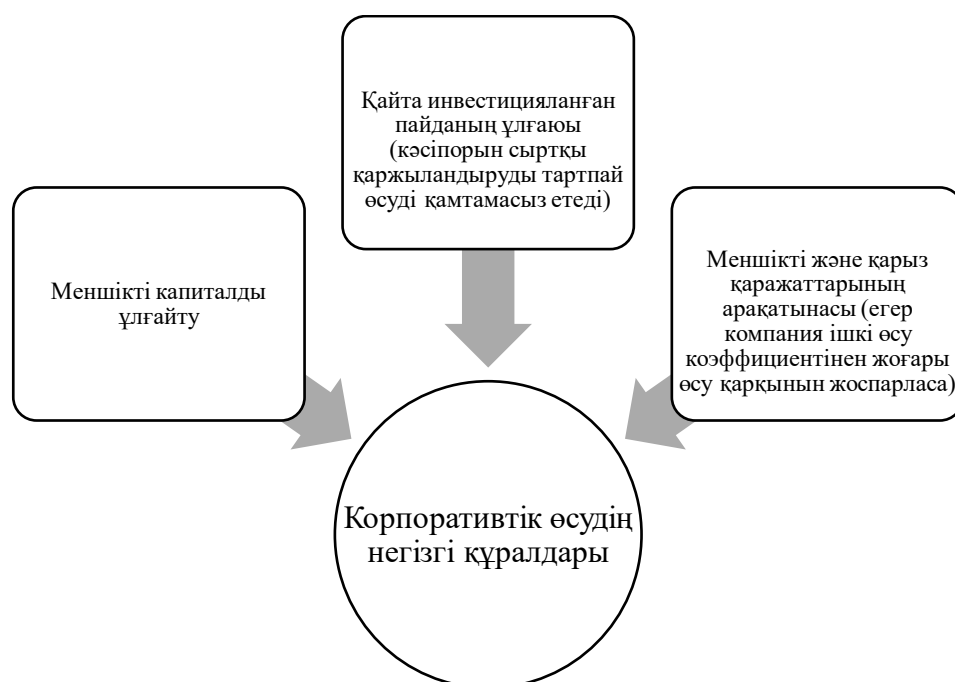
2 сурет – Кәсіпорынның инновациялық даму құралдары
Ескерту: сурет [4, б. 78] ақпарат көзінің негізінде құрылған.

1. Адами капиталды басқару құралы. Экономиканың қазіргі даму кезеңінде адами капиталдың өсу факторлары жүйесіндегі мемлекеттің рөлін арттыру үрдісі байқалады. Бұл экономикалық мемлекеттік саясатта бекітілген, оның шеңберінде әлеуметтік-экономикалық даму стратегиясы әзірленеді, оның іске асырылу нәтижесі адам капиталының дамуының белгілі бір деңгейі болып табылады, экономикалық, оның ішінде еңбек, қоғамдағы қатынастар заңмен реттеледі, адамның өмір сүру жағдайларына тікелей әсер ететін табиғи ортаның жай-күйі үшін жауапкершілік қалыптасады және т. б. Адами капиталға әсер етудің негізгі құралы мемлекеттік бюджет болып табылады, оның шеңберінде білім беруді, денсаулық сақтауды, мәдениетті, ғылымды, әлеуметтік сақтандыру және әлеуметтік қорғау жүйесін қаржыландыру саясаты айқындалады.

Бизнесті адами капиталды қалыптастыруға және оны дамыту үшін қолайлы жағдайлар жасауға тартудың ең тиімді құралдарының бірі-бизнестің әлеуметтік жауапкершілігі механизмі [8, б. 121]

Кәсіпорындардағы инновацияларды дамытумен адами капиталды дамытудың белгілі бір деңгейіне ие персонал айналысады, ол сапалық параметрлер тұрғысынан жеке кәсіпорынның ғана емес, сонымен бірге бүкіл саланың дамуын қамтамасыз ете алады [2, б. 35] Бұл кәсіпорындардың инновациялық дамуын басқару жүйесінде жұмысшылардың адами капиталының даму деңгейін арттыруға бағытталған құралдар блогын бөлу қажеттілігін анықтайды [6, б. 29]

2. Корпоративтік өсуді басқару құралы нарықтағы бәсекелестік позицияларды ұстап тұру, нығайту және арттыру болып табылатын қарқынды дамып келе жатқан компанияның негізгі басымдығы болып табылады. Компаниялардың ұзақ мерзімді өсу стратегиясы, ең алдымен, іскерлік, оның ішінде инновациялық, белсенділік есебінен қызметті дамытуға және оның тиімділігін арттыруға бағытталған. Микроэкономикалық зерттеулер деңгейінде компанияның (фирманың) қазіргі заманғы өсу теориясының қалыптасуының негізі елдер мен аймақтар деңгейіндегі ұлттық экономикалардың жалпы экономикалық көрсеткіштерінің өзара байланысын сипаттайтын макроэкономикалық модельдерді зерттейтін экономикалық өсу теориясы болды. Экономикалық өсу теориясы Математикалық және модельдік аппараттың көмегімен экономиканың теңгерімді өсу жағдайларын, оның оңтайлы дамуының алғышарттарын зерттейді [7, б. 105]. Төменде корпоративтік өсудің негізгі құралдары ұсынылған (3-сурет).



3 сурет – Корпоративтік өсудің негізгі құралдары

Ескерту: 3 сурет [7, б. 105] ақпарат көзінің негізінде құрылған.

3. Басқарудың ұйымдастырушылық-экономикалық тетігі өндірістің тиімділігін арттыруға, инновациялық қызметті дамытуға ықпал ететін, жұмыс істеп тұрған өндірістерді жаңғыртуды ынталандыратын және т.б. экономикалық жағдайлар жасауға арналған. Төменде бөлінген топтар бойынша ұйымдастырушылық-экономикалық механизмнің негізгі құралдары ұсынылған (1-кесте). [5, б. 70].

1-кесте – Кәсіпорынның инновациялық дамуын басқарудың ұйымдастырушылық-экономикалық механизмнің құралдары

Құралдар	Іс-шаралар
Бюджеттік қаржыландыру	<ul style="list-style-type: none"> - Өңір бюджеті есебінен құрылған әзірлемелерді патенттеуді қаржыландыру; - ғылыми зерттеулер мен әзірлемелерге арналған мемлекеттік сыйлықтар; - ғылыми зерттеулер мен әзірлемелерге арналған гранттар; - мемлекеттік тапсырыс; - мемлекеттік және мемлекеттік емес қорлар арқылы жанама қаржыландыру.
Кәсіпорынды несиелендіруді қолдау	<ul style="list-style-type: none"> - Кәсіпорындарға инновациялық жобаларға кредиттерге кепілдік беру; - мемлекеттік инновациялық жобаларды, келісімшарттар мен тапсырыстарды орындау кезінде тәуекелдерді сақтандыру; - мемлекеттік тапсырыс шеңберінде инновациялық әзірлемелермен айналысатын кәсіпорындарға кредит беру
Салық жеңілдіктері	<ul style="list-style-type: none"> - Өндірістің инновациялық технологияларына инвестицияланатын кәсіпорындар пайдасының бір бөлігін салықтан босату; - кәсіпорындарға салықтық жеңілдіктер; - есептелген төлем сомасынан өткен жылы ҒЗТКЖ-ға барлық шығыстардың өсім үлесін шегеру; - нәтижелі ҒЗТКЖ-ға пайызсыз салық несиесін беру; - ұйымдардың мүлік салығы бойынша жеңілдіктер
Кәсіпорындардың инновациялық қызметінің инфрақұрылымын құру және дамыту;	<ul style="list-style-type: none"> - Бизнес-инкубаторларды, технопарктерді қалыптастыру; - венчурлік қорларды қалыптастыру; - инновациялық процестің әртүрлі кезеңдерінде қолдауды қамтамасыз ететін құрылымдарды қалыптастыру.
Инновациялық қызметті нормативтік-құқықтық реттеу	<ul style="list-style-type: none"> - Саланы инновациялық дамыту стратегияларын қалыптастыру; - даму үшін жағдайларды заңнамалық бекіту инновациялық қызмет.

4. Кәсіпорындардың ғылыми-техникалық әлеуетін басқаруды ұйымдастыру – бұл кәсіпорын қызметтерінің зияткерлік қызмет нәтижелеріне және зияткерлік меншік объектілеріне әсер ету процесі, ол кәсіпорынның нарықтық қызметтерінің бірыңғай тізбегіне құрылуы керек-сату, Қаржы, маркетинг, технологияларды беру және коммерцияландыру, экспорттық бақылау. Кәсіпорында ғылыми-техникалық әлеуетті іске асыру [9, б. 98]. сияқты процестер аясында жүзеге асырылады:

- жаңа өнімді әзірлеу және игеру және/немесе бар өнімді сапалы өзгерту;

- өнімді сатып алудың, өндірудің және өткізудің жаңа технологиялары мен әдістерін игеру;
- жаңа өткізу нарықтарын игеру;
- кәсіпорында ресурстардың барлық түрлерін тартудың жаңа көздерін дамыту;
- басқарудың жаңа әдістері мен стандарттарын әзірлеу, игеру және енгізу;
-стейкхолдер-жеткізушілермен, тұтынушылармен, бәсекелестермен, меншік иелерімен, жергілікті билік органдарымен, мемлекеттік органдармен және т. б. өзара іс-қимылдың жаңа нысандарын іске асыру.

Дамудың инновациялық түрін тандаған кәсіпорындар бәсекелестердің қайталануы қиын бірегей бәсекелестік артықшылықтарды құра алады және дамыта алады, өйткені инновациялық процесс - бұл инновациялық идеяны белгілі бір уақытта немесе басқа уақытта кәсіпорындардың инновациялық дамуын ынталандыратын немесе тежейтін көптеген сыртқы және ішкі факторлардың әсерінен болатын тауарға айналдырудың кешенді және ұзақ процесі.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Андрюшкевич О. А., Денисова И. М. Особенности формирования национальных инновационных систем // Анализ и моделирование экономических процессов / Центральный экономико-математический институт РАН. Москва, 2013. С. 24–48. \
2. Ветрова Е. Н., Коковина Е. В. Отдельные аспекты управления интеллектуальным капиталом организации // Современные проблемы науки и образования. 2011. № 5. С. 118.
3. Ветрова Е. Н., Лапочкина Л. В., Рохчин В. Е. Проблемы регулирования промышленного развития в современных условиях. СПб: Изд-во СПбГЭУ, 2015. 92с.
4. Касс М. Е. Формирование стратегии инновационного развития предприятия на основе управления нематериальными активами: монография. Н.Новгород: ННГАСУ, 2011. 159 с.
5. Лысенко А. Н. Модель системы управления инновационным развитием машиностроительных предприятий на региональном уровне // Организатор производства. 2013. № 4. С. 68–73.
6. Носкова К. А. Современные тенденции управления человеческим капиталом // Гуманитарные научные исследования. 2013. № 2. URL : <http://human.snauka.ru/2013/02/2343>. (дата обращения: 11.02.2016).
7. Романенко О. А. Основы финансового моделирования корпоративного роста // Вестник Саратовского Государственного социально-экономического университета. 2014. № 2. С. 104–108.
8. Снегов В. В., Дядик В. В. Оценка потенциала участия крупного бизнеса в социально-экономическом развитии Арктического региона // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2013. № 2 (26). С. 29–39.
9. Скляр Е. Н. Современное состояние и перспективы развития научно-технического потенциала промышленного предприятия URL : <http://refdb.ru/> (дата обращения: 04.02.2016).

Авторлар туралы мәліметтер

* Рахимбаев Айбол Айбекович – 1 курс магистранты, Kainar University, e-mail: askar_max18@mail.ru

** Мухамедиева Г.М. – PhD, руководитель академической школы, Kainar University, e-mail: murat_gulzada@mail.ru

*** Утегулова Б.С. - PhD, Acting Professor, Kainar University.

ЦИФРОВИЗАЦИЯ И ВНЕДРЕНИЕ НОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В УПРАВЛЕНИИ МАРКЕТИНГОМ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ АПК

Иванов М.А.¹, Шалгимбаева К.Б.²

^{1,2} Казахский национальный аграрный исследовательский университет, Алматы, Республика Казахстан

Аннотация. Данная статья рассматривает актуальные аспекты цифровой трансформации в маркетинге агропромышленного комплекса (АПК). Фокус направлен на интеграцию цифровых инноваций для повышения эффективности маркетинговых стратегий в условиях сельского хозяйства. Обсуждаются ключевые шаги успешного внедрения, включая интеграцию данных, обучение персонала, эффективное использование социальных медиа, создание цифровых рынков и торговых платформ, а также внедрение мониторинга и аналитики. Целью работы является поддержка предприятий АПК в успешной адаптации к цифровой эпохе, обеспечивая устойчивое развитие и оптимизацию производства.

Ключевые слова: Цифровая трансформация, маркетинг, сельское хозяйство, инновации, агропромышленный комплекс, данных, социальные медиа.

АӨК КӘСПОРЫНДАРЫНДА МАРКЕТИНГТІ БАСҚАРУДА ЦИФРЛАНДЫРУ ЖӘНЕ ЖАҢА ТЕХНОЛОГИЯЛАРДЫ ЕНГІЗУ

Иванов М.А.¹, Шалгимбаева К.Б.²

^{1,2} Қазақ ұлттық аграрлық зерттеу университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

Аңдатпа. Бұл мақала агроөнеркәсіптік кешен (АӨК) маркетингіндегі цифрлық трансформацияның өзекті аспектілерін қарастырады. Фокус ауыл шаруашылығы жағдайында маркетингтік стратегиялардың тиімділігін арттыру үшін цифрлық инновацияларды біріктіруге бағытталған. Деректерді біріктіру, қызметкерлерді оқыту, әлеуметтік медианы тиімді пайдалану, цифрлық нарықтар мен сауда платформаларын құру, мониторинг пен талдауды енгізу сияқты табысты енгізудің негізгі қадамдары талқыланады. Жұмыстың мақсаты өндірісті тұрақты дамыту мен оңтайландыруды қамтамасыз ете отырып, АӨК кәсіпорындарын цифрлық дәуірге табысты бейімдеуде қолдау болып табылады.

Түйін сөздер: Цифрлық трансформация, маркетинг, ауыл шаруашылығы, инновация, агроөнеркәсіптік кешен, деректер, әлеуметтік медиа.

DIGITALIZATION AND INTRODUCTION OF NEW TECHNOLOGIES IN MARKETING MANAGEMENT AT AGRICULTURAL ENTERPRISES

Ivanov M.A.¹, Shalgimbaeva K.B.²

^{1,2} Kazakh National Agrarian Research University, Almaty, Republic of Kazakhstan

Summary. This article examines the current aspects of digital transformation in the marketing of the agro-industrial complex (AIC). The focus is on the integration of digital innovations to improve the effectiveness of marketing strategies in agriculture. The key steps of successful implementation are discussed, including data integration, staff training, effective use of social media, creation of digital markets and trading platforms, as well as the introduction of monitoring and analytics. The aim of the

work is to support agricultural enterprises in successfully adapting to the digital era, ensuring sustainable development and optimization of production.

Keywords: Digital transformation, marketing, agriculture, innovation, agro-industrial complex, data, social media.

Развитие цифровых технологий и переход к цифровой экономике является стратегическим направлением государственной политики Республики Казахстан, способствующим осуществлению прорывного научно-технического и социально-экономического развития страны. Выбранное направление исследования является новым, вопрос оценки эффективности цифровой трансформации организации является практически неизученным как в казахстанской, так и в мировой практике. Сельское хозяйство, являясь ключевым сектором мировой экономики, сталкивается с постоянно меняющимися вызовами и возможностями [1].

В наше время внедрение цифровых технологий становится неотъемлемой частью эволюции агропромышленного комплекса (АПК), привнося инновационные подходы и повышая эффективность производства. Цифровая трансформация в АПК представляет собой не только внедрение современных технологий, но и переосмысление традиционных методов управления и ведения бизнеса в сельском хозяйстве. Этот процесс охватывает широкий спектр аспектов, начиная от использования сенсоров и автоматизации производства до управления данными и разработки цифровых маркетинговых стратегий. Особенности маркетинга в АПК — отрасли, где продукция подвергается воздействию сезонных и климатических факторов — требуют уникального подхода к цифровизации. Введение новых технологий в маркетинг на предприятиях АПК становится необходимостью для обеспечения стабильности и конкурентоспособности в современной экономической среде [2].

Эта статья представляет собой обзор ключевых тенденций и особенностей цифровой трансформации в маркетинге сельскохозяйственных предприятий, а также рассматривает вызовы и перспективы, с которыми они сталкиваются при интеграции новых технологий. Рассматривая влияние цифровой революции на стратегии маркетинга в АПК, мы стремимся выявить возможности оптимизации процессов и повышения эффективности в этом важном секторе экономики.

Методология исследования основана на системном подходе с использованием контент-анализа, научной литературы по теме исследования, сравнительного анализа, анализа взаимосвязи и рядов динамики. Сбор и анализ данных в сельском хозяйстве становятся все более важными компонентами современных методов управления и принятия решений в агропромышленном комплексе (АПК) [3].

Одним из ключевых аспектов является использование технологий сенсоров, датчиков и систем мониторинга для сбора разнообразной информации. Датчики, размещенные в почве, могут измерять ее влажность, температуру и химический состав. Эти данные не только предоставляют информацию о состоянии почвы, но и позволяют оптимизировать использование воды и удобрений, что важно для повышения эффективности сельскохозяйственного производства и уменьшения воздействия на окружающую среду. Системы мониторинга климата также играют важную роль в агропроизводстве. Датчики измеряют температуру, влажность воздуха, скорость ветра и другие параметры, предоставляя информацию о метеорологических условиях. Эти данные помогают фермерам принимать решения относительно времени посева, полива и уборки урожая. Особенно важен становится сбор данных о растениях. Модернизированные технологии могут предоставлять информацию о фазах роста, здоровье растений и наличии вредителей. Это позволяет своевременно выявлять потенциальные проблемы, предотвращать урон и снижать необходимость в химических обработках. Однако сбор данных – это лишь первый этап. Важным компонентом современного сельского хозяйства становится анализ собранных информационных данных. С применением методов машинного обучения и искусственного интеллекта можно выявлять паттерны, оптимизировать

производственные процессы и предсказывать урожайность. Этот анализ не только улучшает эффективность производства, но и позволяет фермерам принимать информированные решения на основе данных. Сбор и анализ данных в сельском хозяйстве, таким образом, являются краеугольными камнями цифровой трансформации в АПК, способствуя устойчивому развитию, оптимизации ресурсов и повышению общей эффективности сельскохозяйственного производства. Значение данных в контексте принятия маркетинговых решений в агропромышленном комплексе (АПК) нельзя недооценивать. Данные играют ключевую роль в определении стратегий маркетинга, повышении эффективности кампаний и достижении конкурентных преимуществ [4].

Во-первых, сбор и анализ данных о потребительском спросе и предложении помогают фермерам и производителям адаптировать свою продукцию к изменяющимся требованиям рынка. Это важно в условиях, где сезонные и климатические факторы могут существенно влиять на предпочтения потребителей и объемы производства. Данные также предоставляют информацию о конкуренции и ценообразовании на рынке. Анализ конкурентной среды позволяет разработать эффективные стратегии ценообразования и позиционирования продукции. Кроме того, оценка реакции потребителей на ценовые изменения и маркетинговые акции позволяет корректировать подходы к продвижению товаров. В сельском хозяйстве, где производственные процессы тесно связаны с природными условиями, данные об условиях почвы, климате и урожайности играют важную роль. Использование данных о почвенных характеристиках и погодных условиях позволяет оптимизировать расходы на удобрения, воду и другие ресурсы, повышая тем самым эффективность производства.

Применение аналитических инструментов на основе данных также способствует более точному определению целевой аудитории и разработке персонализированных маркетинговых стратегий. Это особенно важно в контексте сельского хозяйства, где разнообразие продукции и особенности региональных рынков требуют индивидуального подхода. Таким образом, значение данных для маркетинговых решений в сельском хозяйстве нельзя переоценить. Они не только обеспечивают информированность и основу для принятия решений, но и позволяют создавать более устойчивые, эффективные и инновационные стратегии в условиях постоянной динамики и вызовов в данной отрасли. Социальные платформы играют ключевую роль в продвижении сельскохозяйственной продукции, предоставляя уникальные возможности для взаимодействия с потребителями, создания бренда и улучшения общей видимости сельскохозяйственных предприятий.

Одной из основных преимуществ является возможность прямого взаимодействия с целевой аудиторией, что способствует установлению тесных отношений между производителями и потребителями. На платформах, таких как Instagram, Facebook и Twitter, фермеры и агробизнес могут делиться информацией о своей продукции, производственных процессах и уникальных чертах своих ферм. Фотографии и видеоматериалы, демонстрирующие этапы выращивания продукции, условия содержания животных или даже повседневную жизнь на ферме, создают эмоциональную привязанность к бренду. Социальные платформы также служат площадкой для образования потребителей о производственных методах, устойчивости, и экологических и этических практиках ферм. Это особенно важно в современном мире, где потребители все более озабочены происхождением и качеством продуктов. Возможности для запуска рекламных кампаний на социальных платформах обеспечивают фермерам и производителям сельскохозяйственной продукции эффективный инструмент для привлечения внимания к своим товарам. Таргетированная реклама позволяет достигать определенных групп потребителей, учитывая их интересы, поведение и предпочтения. Социальные медиа также способствуют созданию сообщества вокруг бренда. Поддержка от потребителей, обсуждение продукции, а также обмен отзывами и рекомендациями помогают укреплять доверие к бренду. Это важный элемент в условиях сильной конкуренции, где потребители все более склонны обращаться к мнению других людей при принятии решения о покупке. Таким образом, социальные платформы стали неотъемлемой частью маркетинговых стратегий в сельском хозяйстве, предоставляя производителям возможность эффективно взаимодействовать с

аудиторией, повышать осведомленность о своей продукции и строить прочные отношения с потребителями. Эффективное использование социальных медиа в маркетинге сельского хозяйства требует особых стратегий, учитывая уникальные особенности этой отрасли. Во-первых, фермеры и сельскохозяйственные предприятия должны активно использовать платформы социальных медиа для создания и поддержания онлайн-присутствия. Это включает в себя регулярное обновление контента, такого как фотографии полей, процессов производства и даже истории о том, как происходит выращивание продукции. Стратегия подчеркивания устойчивости и экологичности производства может быть ключевой в использовании социальных медиа. Рассказывая о методах улучшения экологических показателей, использовании альтернативных энергетических источников и других практиках, предприятия привлекают внимание потребителей, увлеченных заботой о окружающей среде. Важно также активно взаимодействовать с аудиторией. Ответы на комментарии, вопросы и обратную связь создают позитивное впечатление и укрепляют связь между фермерами и потребителями. Организация конкурсов, опросов или даже виртуальных туров по ферме через социальные медиа может стимулировать участие аудитории. Важным элементом стратегии является использование визуального контента. Фотографии и видео, демонстрирующие процессы производства, животноводческие хозяйства и обработку урожая, привлекают внимание и создают более яркое впечатление. Использование Instagram, YouTube или Pinterest для визуального контента может быть особенно эффективным.

Создание сообщества вокруг своей марки в социальных медиа также способствует формированию лояльной аудитории. Обмен опытом с другими фермерами, дачниками и потребителями создает позитивное сообщество, которое поддерживает и рекомендует продукцию. Наконец, важно следить за аналитикой и измерять эффективность стратегии. Анализировать вовлеченность аудитории, рост числа подписчиков и эффективность конкретных кампаний поможет оптимизировать стратегию использования социальных медиа в маркетинге сельского хозяйства. Внедрение цифровых технологий в агропромышленный комплекс (АПК) встречается с несколькими препятствиями, которые отражают особенности данной отрасли. Прежде всего, одним из основных вызовов является ограниченный доступ к технологиям для некоторых сельскохозяйственных предприятий, особенно малых. Это может быть обусловлено финансовыми ограничениями, нехваткой технической подготовки сотрудников или отсутствием инфраструктуры. Еще одним значимым препятствием является сложность внедрения новых технологий в сельскохозяйственные процессы, связанная с различными факторами. К примеру, многие традиционные методы производства, основанные на опыте и традициях, могут затруднять прием цифровых инноваций. Это требует не только обучения персонала, но и изменения в культуре предприятия, чтобы успешно внедрить и использовать цифровые технологии.

Другим существенным препятствием является неопределенность в отношении возврата инвестиций в цифровые технологии в сельском хозяйстве. Некоторые сельскохозяйственные предприниматели могут быть сдержаны неопределенностью в том, насколько быстро они смогут окупить затраты на новые технологии и воспользоваться преимуществами. [5] Это может создавать сдерживающий эффект на процесс внедрения. Также стоит отметить, что цифровые технологии в агропромышленном комплексе часто сталкиваются с проблемами в области стандартизации данных и совместимости систем. Различные поставщики технологий могут использовать разные стандарты и форматы данных, что затрудняет их взаимодействие и обмен информацией. Успешное внедрение цифровых технологий в АПК требует не только технической экспертизы, но и стратегического подхода к преодолению культурных, организационных и экономических барьеров. В контексте цифровой трансформации в сельском хозяйстве существует несколько возможных путей решения проблем, с которыми это направление может столкнуться. В первую очередь, одним из ключевых моментов является интеграция современных технологий в существующие агропроцессы. Это включает в себя обучение сельскохозяйственных работников использованию цифровых инструментов и внедрение технологических решений, которые легко адаптируются к различным типам

сельскохозяйственной техники. Важным аспектом является разработка и внедрение систем управления, которые могут эффективно обрабатывать и анализировать большие объемы данных. Это включает в себя создание аналитических инструментов, способных выявлять паттерны и предоставлять ценную информацию для принятия решений на основе данных. Эффективное использование аналитики данных позволит агропредприятиям лучше понимать производственные процессы, оптимизировать расходы и повышать качество продукции. Одним из путей решения проблем сельского хозяйства является также акцент на разработке и внедрении инновационных технологий, таких как датчики, дроны и системы искусственного интеллекта. Эти технологии могут предоставить более точные данные о состоянии почвы, росте растений и других аспектах производства, что в свою очередь способствует принятию более обоснованных решений в управлении фермой.

Кроме того, создание партнерств между сельскохозяйственными предприятиями, технологическими компаниями и образовательными учреждениями может стать способом содействия обмену знаниями и опытом, способствуя более эффективному внедрению цифровых решений. Такие партнерства могут обеспечить доступ к экспертизе в области цифровых технологий и содействовать обучению сельскохозяйственных работников. В целом, успешная цифровая трансформация в сельском хозяйстве требует комплексного подхода, включающего в себя технологические, образовательные и стратегические меры.[6] Адаптивность, обучение и взаимодействие с заинтересованными сторонами играют ключевую роль в преодолении вызовов и успешном внедрении цифровых решений в агропроизводство.

Взаимосвязь цифровизации маркетинговой деятельности и качества управления маркетингом на предприятиях АПК явно прослеживается. Однако, слабая подготовка инфраструктурных объектов препятствует цифровой трансформации АПК. Предприятия АПК в основном не проявляют готовность к апробации инноваций. И в первую очередь, это происходит в виду недостатка необходимых ресурсов, требующихся для инвестиций в цифровые технологии.

В заключении можно отметить, что цифровая трансформация в агропромышленном комплексе (АПК) играет решающую роль в оптимизации производства и устойчивом развитии сельского хозяйства. Основные тенденции в цифровом маркетинге для АПК свидетельствуют о широком внедрении технологий, таких как искусственный интеллект, аналитика данных, мобильные приложения и автоматизированные системы управления. Применение цифровых технологий в сельском хозяйстве обеспечивает эффективное управление ресурсами, улучшает прогнозирование и оптимизацию производственных процессов. Интегрированные платформы для управления фермой становятся неотъемлемой частью современного сельского хозяйства, способствуя повышению урожайности и снижению негативного воздействия на окружающую среду. Важными результатами цифровой трансформации в АПК являются улучшение качества продукции, сокращение затрат и создание более устойчивых моделей бизнеса для сельскохозяйственных предприятий. Однако, несмотря на положительные тенденции, стоит учитывать вызовы, такие как ограниченный доступ к технологиям и необходимость адаптации к разнообразным климатическим условиям. Цифровая трансформация в маркетинге для АПК не только улучшает оперативные процессы, но и создает новые возможности для устойчивого и инновационного развития сельского хозяйства. Продвижение цифровых решений в этой отрасли представляет собой важный шаг в создании эффективной и устойчивой сельскохозяйственной системы в будущем.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Шумпетер Й. Теория экономического развития / Й. Шумпетер. – М.: Прогресс, 1982. – 455 с. – ISBN отсутствует.
2. Кондратьев Н. Д. Избранные сочинения / Н. Д. Кондратьев. – М.: Экономика, 1993. – 543 с. – ISBN 5-282-01499-8.

3. Удальцова Н. Л. Подходы к инновациям и инновационной деятельности как фактору конкурентоспособности / Н. Л. Удальцова // Экономические науки. – 2015. – № 2 (123). – С. 25-28.

4. Друкер П. Ф. Инновации и предпринимательство / П. Ф. Друкер. – М.: Вильямс, 1992. – 423 с. – ISBN 978-5-8459-1195-7.

5. Валента Ф. Управление инновациями / Ф. Валента. – М.: Прогресс, 1985. – 137 с. – ISBN отсутствует.

6. Твисс Б. Управление научно-техническими нововведениями: сокр. пер. с англ. / Б. Твисс. – М.: Экономика, 1989. – 271 с. – ISBN 5-282-00629-4.

Сведения об авторах

¹ Иванов Максим Алексеевич - Бакалавр, Казахский национальный аграрный исследовательский университет, e-mail: 10maksimus@gmail.com

² Шалгимбаева Куляш Басаргабызовна - Профессор Казахского национального аграрного исследовательского университета, e-mail: dulat.sagi@mail.ru

Авторлар туралы мәліметтер

¹ Иванов Максим Алексеевич - Бакалавр, Қазақ ұлттық аграрлық зерттеу университеті, e-mail: 10maksimus@gmail.com

² Шалгимбаева Куляш Басаргабызовна - Қазақ ұлттық аграрлық зерттеу университетінің профессоры, e-mail: dulat.sagi@mail.ru

Information about the authors

¹ **Ivanov Maxim Alekseyevich**- Bachelor, Kazakh National Agrarian Research University, e-mail: 10maksimus@gmail.com

² **Shalgimbaeva Kulyash Basargabizovna**- Acting Professor Kazakh National Agrarian Research University, e-mail: dulat.sagi@mail.ru

ӘОЖ 332.1, 7

АУМАҚТЫҚ ДАМУДЫ МЕМЛЕКЕТТІК РЕТТЕУ

Нашимхан К.А.¹, Исаева А.Т.²

¹Абай атындағы Қазақ Ұлттық педагогикалық университеті, Алматы қ, Қазақстан Республикасы

Андатпа. Нарықтық қатынастар аясының кеңеюі, экономиканы басқару жүйесіндегі соңғы уақытта жүргізіліп жатқан өзгерістер аймақтардың әлеуметтік-экономикалық жүйедегі орны мен рөліне айтарлықтай ықпалын тигізді. Аймақ экономикасын басқару, олардың дамуын мемлекет тарапынан реттеу мәселелері өзекті бола түсері сөзсіз. Осыған орай Қазақстан Республикасының аймақтық даму ерекшелігі туралы, жергілікті аймақтық даму ерекшеліктерін және елімізде аймақтық дамуда атқаралып жатқан стратегиялық бағдарламалардың мәнін ашу. Ең негізгі бағыт - жеке аймақтардағы халықтың өмір сүру деңгейіндегі айырмашылықтарды жою болып табылады.

Түйін сөздер: аумақтық даму, мемлекеттік реттеу, жұмыссыздық, экономика, жетілдіру, басқару.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ

Нашимхан К.А.¹, Исаева А.Т.²

¹Казахский национальный педагогический университет им.Абая, г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация. Расширение сферы рыночных отношений, проводимые в последнее время изменения в системе управления экономикой оказали значительное влияние на место и роль регионов в социально-экономической системе. Безусловно, актуальными становятся вопросы управления экономикой региона, регулирования их развития со стороны государства. В этой связи раскрыть особенности регионального развития Республики Казахстан, особенности местного регионального развития и сущность стратегических программ, реализуемых в стране в региональном развитии. Самым основным направлением является устранение различий в уровне жизни населения в отдельных регионах.

Ключевые слова: территориальное развитие, государственное регулирование, безработица, экономика, совершенствование, управление.

UDC 332.1., 7

STATE REGULATION OF TERRITORIAL DEVELOPMENT

Nashimkhan K.A.¹, Issaeva A.T.²

¹Abai Kazakh National Pedagogical University, Almaty, Republic of Kazakhstan

Summary. The expansion of the sphere of market relations, recent changes in the economic management system have had a significant impact on the place and role of regions in the socio-economic system. Of course, the issues of managing the region's economy and regulating their development by the state are becoming relevant. In this regard, to reveal the features of the regional development of the Republic of Kazakhstan, the features of local regional development and the

essence of strategic programs implemented in the country in regional development. The most basic direction is to eliminate differences in the standard of living of the population in certain regions.

Keywords: territorial development, state regulation, unemployment, economy, improvement, management.

Республиканың әр аймағы елдің экономикалық кешенінде белгілі бір орынға ие, сонымен қатар ол басқа аймақтармен біртұтас экономикалық тұтастықты құрайды. Сондай-ақ, әр аймақтың өзіндік табиғи ресурстары, оларды орналастыру ерекшеліктері, экономикалық даму деңгейі, экономиканың өзіндік құрылымы бар. Осыған байланысты аймақтық саясат қалыптасып, іске асырылуда. Мемлекеттік реттеу мәселесі аймақтық саясатты іске асыру кезінде ерекше маңызға ие. Бүкіл әлемде мемлекеттік реттеудің тиімділігін арттыру міндеті барған сайын маңызға ие болуда. Бірақ барлық мемлекеттер үшін оңтайлы әмбебап модель жоқ, әр мемлекет өзінің тарихи дамуының белгілі бір кезеңінде оның ұлттық ерекшеліктеріне сәйкес келетін ыңғайлы модель жасауы керек.

Аумақтық дамуды мемлекеттік реттеудің негізгі мақсаты өңірлердің орнықты экономикалық өсуін, бүкіл республика экономикасының өркендеуі үшін мүмкіндіктер жасау болып табылады. Мақсатқа жету мемлекеттік және аймақтық мүдделердің бірлігін, олардың үйлесімін білдіреді. "Аймақтардың экономикасын мемлекеттік реттеу өңірлердің әлеуметтік–экономикалық дамуының, мемлекеттік және нарықтық реттеудің тиісті тетіктерін қалыптастыруды және шаралар кешенін қабылдауды талап ететін мәселелерді шешу үшін неғұрлым күрделі мәселелердің бірі болып табылады. Аймақтарды дамыту және проблемаларды шешу үшін келесі факторларды атап өткен жөн [3, 192 б]. Олар келесідей:

- табиғи ресурстарды дұрыс пайдалану;
- өңірлердің әлеуметтік-экономикалық жағдайын жақсарту;
- аумақтарды инновациялық технологиялармен жарактандыру;
- аймақтардағы экологиялық проблемаларға мұқият назар аудару".

"Аймақтардың даму факторларын іске асыруға әртүрлі деңгейдегі мемлекеттік билік органдарын, жеке кәсіпорындар мен ұйымдарды, сондай-ақ жергілікті өзін-өзі басқару органдарын тарту қажет. Осыған байланысты өзара байланысты және бірін бірі толықтыратын үш бағыт бойынша аумақ экономикасын басқару тетігін жетілдіру жоспарлануда:

- біріншісі макро деңгейде - аймақ экономикасын басқару тетігін одан әрі жетілдіру;
- екіншісі - мезо деңгейінде басқарудың тиімді өңірлік тетігін қалыптастыру;
- үшіншісі - жергілікті өзін-өзі басқару әдістерін жетілдіру.

Аймақтар дамуын мемлекеттік реттеу тиісті тетіктерді қалыптастыруды және өңірлердің, мемлекеттің және нарықтық экономиканың әлеуметтік-экономикалық дамуын реттеу жөнінде тұтас шаралар кешенін қабылдауды талап ететін мәселелердің бірі болып табылады. Өңірлерді дамытуды мемлекеттік реттеудің негізгі бағыттарының бірі мемлекеттің әлеуметтік саясатын ұтымды жүргізу болып табылады. Қазіргі әлеуметтік саясаттың негізгі мақсаты - кедейлік деңгейін төмендету және қоғамдағы әлеуметтік-экономикалық теңсіздікті азайту. Өңірлердің экономикалық өсуі мен бәсекеге қабілеттілігінің негізгі міндеті халықтың әл-ауқатын арттыру болып табылады, бірақ әлеуметтік проблемаларды шешу үшін мынадай бағыттар бойынша әлеуметтік процестерді мемлекеттік реттеуді күшейту қажет: кірістерді ұлғайту және елдің әл-ауқатын арттыру. Аймақтардың дамуын мемлекеттік реттеудің негізгі бағыты болып - мемлекеттің әлеуметтік саясатын ұтымды да тиімді жүргізу. Қазіргі таңда қолданылып отырған әлеуметтік саясаттың негізгі мақсаты кедейшілік деңгейін төмендету және қоғамдағы әлеуметтік-экономикалық теңсіздікті азайтуға бағытталуы тиіс.

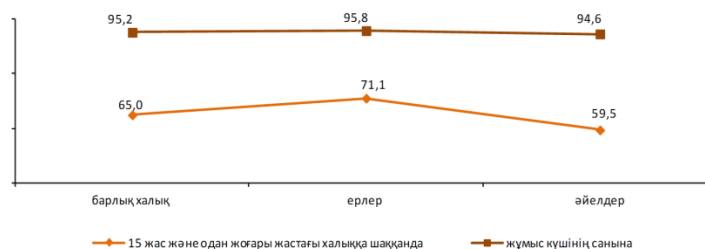
Қазіргі таңда аймақтардың дамуы бір деңгейде емес. Сол себепті барлық аймақтардың экономикасын теңестіру үшін мемлекет тарапынан көмек көрсетіліп және артта қалған аймақтарды қолдау мен ынталандыру үшін қосымша экономикалық механизмдер қолданып тәжірибе алмастыру қажет. Артта қалған аймақтарды қолдау мен ынталандыру механизмінде

негізгі орын инвестиция болып табылады. Аймақтық экономиканы дамытудың оңтайлы бағыттарының бірі шағын және орта бизнесті қолдау.

Қазақстан аймақтарының дамуын қиындататын негізгі факторлар: Біріншіден, әлеуметтік-экономикалық теңсіздік. Екіншіден, Қазақстан өңірлердің әлсіз экономикалық дербестігімен сипатталады. Үшіншіден, жоғары орталықтандыру және әлсіз аймақаралық үйлестіру тұрақты дамуға кедергі келтіреді. Төртінші мәселе – тұрақсыз урбанизация.

Бүгінгі таңда әлемнің дамыған елдерінің қай-қайсысын алып қарасақ та олардың экономикасының негізгі бағытының бірі әлеуметтік салаға бағытталған болып келеді. Өйткені әлеуметтік сала сол елдегі халықтың тұрмыс жағдайын, халықтың өмір сүру деңгейін және сол елдің жалпы экономикасының жағдайын көрсетеді. Сондықтан әрбір елдің экономикасы халықтың әлеуметтік жағдайын көтеру үшін тұрақты экономикалық өсуді қажет етеді. Еліміздің нарықтық экономикаға өтуіне байланысты еңбек рыногының қатынастары күрделене түсуде. Осы еңбек рыноғында тепе-теңдіктің бұзылуы экономикада қоғамның дамуына тиімсіз құбылыс болып табылатын жұмыссыздықты қалыптастырады. Экономикада жұмыссыздар болып еңбекке жарамды жастағы еңбекке қабілетті, бірақ қазіргі уақытта жұмыс орны жоқ адамдар табылады.

2023 жылдың I тоқсанында жұмыспен қамту деңгейі 15 жастан үлкен жастағы халық санына шаққанда 65%, жұмыс күшінің санына шаққанда – 95,2% құрады. Жұмыссыздық деңгейі (Халықаралық еңбек ұйымының әдістемесі бойынша) 4,8% құрады. Жұмыссыздар саны 453,4 мың адамды құрады. Жұмыс істемейтін және білім алумен немесе оқытумен айналыспайтын NEET жастарының үлесі 7,9%-ды құрады (1-сурет).



1 сурет – Жұмыспен қамту деңгейі

Ескерту: сурет [2] ақпарат көзінің негізінде құрылған.

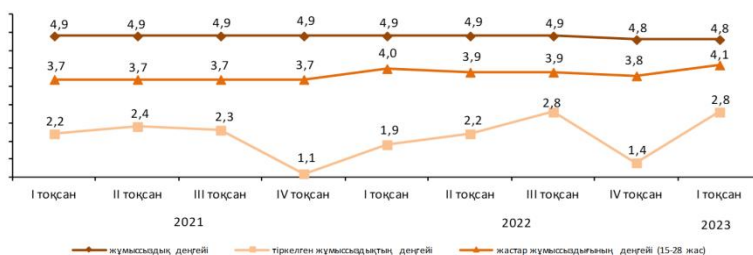
ҚР жұмыспен қамту органдарында ағымдағы жылғы наурыз айының соңына 265,8 мың адам жұмыссыздар ретінде ресми тіркелген. Тіркелген жұмыссыздардың үлесі өткен жылдың I тоқсанымен салыстырғанда 0,9% өсті және жұмыс күшінің санынан 2,8% құрады.

15 пен 34 жас аралығындағы жастар арасындағы жұмыссыздық деңгейі 4,1%-ды құрады (1-кесте).

1-кесте – Жұмыссыздар жасы және жынысы бойынша, мың адам

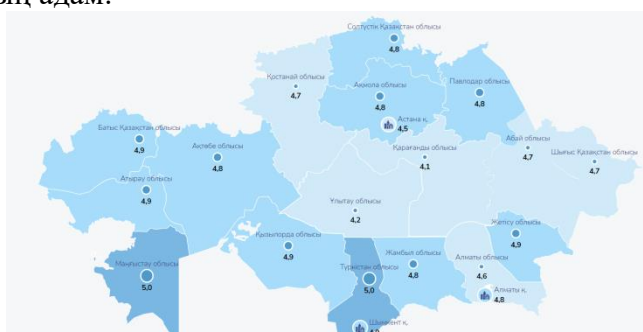
	Барлығы		
	екі жыныс бойынша	оның ішінде	
		ерлер	әйелдер
Жұмыссыз халық, барлығы	453 453	208 104	245 349
жасы:			
15	-	-	-
16-24	34 780	14 207	20 573
25-28	30 994	12 792	18 202
29-34	87 348	40 276	47 072
35-44	148 826	68 822	80 004
45-54	87 596	44 737	42 859
55-64	63 909	27 270	36 639

2022 жылғы I тоқсанымен салыстырғанда 2023 жылы I тоқсанда жұмыссыздық деңгейі 4,8% деңгейіне дейін төмендеді (2-сурет).



2 сурет – Жұмыссыздық деңгейі

Халықтың еңбек нарығының статистикалық көрсеткіштерін талдай отырып, жұмыссыздық проблемасы 20 өңірдің 8-інде: Түркістан, Маңғыстау, Жетісу, Абай, Жамбыл, Батыс Қазақстан облыстары мен Алматы және Шымкент қалаларында аса өткір екені атап өтілді (3-сурет). Айта кетейік, ресми статистика бойынша елімізде жұмыссыздық деңгейі 4,7% – жұмыссыздар саны 452,6 мың адам.



3 сурет - Қазақстан Республикасы өңірлері бойынша жұмыссыздық деңгейі

2023 жылдың қорытындысы бойынша жұмыссыздар саны ең көп облыстар Алматы қаласы, Түркістан облысы және Астана қалаларына үлесіне тиеді. Ал жұмыссыздар саны ең аз аймақтарға Ұлытау, Абай және Жетісу облыстар жатады (2-кесте).

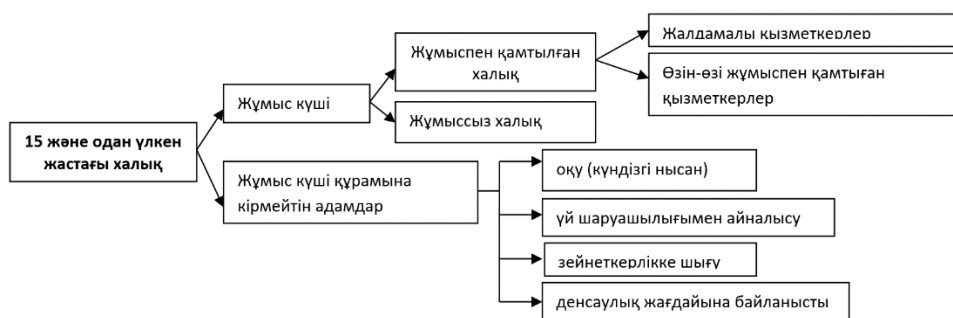
2-кесте – Қазақстан Республикасы өңірлерінің жұмыссыздар саны, мың адам

	Жұмыс күші, адам	Жұмыспен қамтылған халық, адам	Жұмыссыз халық, адам	Жастар жұмыссыздығының деңгейі, % (15-28 жастағылар)	Жұмыс күші құрамына кірмейтін адамдар, адам
Қазақстан Республикасы	9 485 343	9 031 890	453 453	4,1	4 410 747
Абай	299 128	284 884	14 244	3,7	140 296
Ақмола	429 760	409 524	20 236	3,7	166 995
Ақтөбе	448 943	427 417	21 526	3,6	194 436
Алматы	732 536	698 147	34 389	3,3	303 055
Атырау	352 778	335 399	17 379	2,9	103 788
Батыс Қазақстан	349 406	332 322	17 084	4,1	151 790
Жамбыл	571 149	543 152	27 997	5,1	246 444
Жетісу	324 323	308 267	16 056	5,1	157 690
Қарағанды	549 639	526 562	23 077	3,5	313 880

Қостанай	473 671	451 049	22 622	4,6	181 280
Қызылорда	350 892	333 410	17 482	3,5	194 472
Маңғыстау	358 003	339 974	18 029	4,9	121 857
Павлодар	403 211	383 896	19 315	3,3	175 228
Солтүстік Қазақстан	284 045	270 177	13 868	5,1	141 533
Түркістан	838 236	796 338	41 898	4,0	481 862
Ұлытау	105 381	100 966	4 415	4,3	50 375
Шығыс Қазақстан	381 970	364 147	17 823	3,0	189 968
Астана қаласы	686 002	655 348	30 654	4,0	275 780
Алматы қаласы	1 096 045	1 042 626	53 419	5,5	503 267
Шымкент қаласы	450 225	428 285	21 940	3,7	316 751

Халықтың жұмыспен қамтылуын іріктеп зерттеу деректері бойынша 2023 жылдың I тоқсанында Қазақстан экономикасының түрлі салаларында 9 млн адам жұмыспен қамтылды, оның ішінде 6,9 млн адам жалдамалы жұмыспен, 2,1 млн адам өзін-өзі жұмыспен қамтыды (4-сурет).

2022 жылдың I тоқсанымен салыстырғанда жалпы жұмыспен қамту 250,8 мың адамға, негізінен жалдамалы жұмыскерлердің (197,7 мың адам) есебінен өсті, сонымен қатар өзін-өзі жұмыспен қамтығандар саны (53,1 мың адам) өсті.



4 сурет – Еңбек нарығының негізгі көрсеткіштерін қалыптастыру әдістемесі

Жұмыспен қамтылғандардың ең көп үлесі сауда (17,2%), білім беру (12,9%) және өнеркәсіп (12,6%), ауыл шаруашылығы (11,5%) салаларында байқалды (3-кесте).

Негізгі жұмыста орта есеппен бір жұмыспен қамтылған халыққа аптасына нақты жұмыс істеген сағаттары 38 сағатты, бір жалдамалы қызметкерге – 40 сағатты, өзін-өзі жұмыспен қамтыған қызметкерге – 34 сағатты құрады.

Жұмыссыз, бірақ жұмыс іздемеген немесе жұмысқа кірісуге дайын емес адамдар саны (әлеуетті жұмыс күші) 28,2 мың адамды құрады.

Жұмыс күш құрамына кірмейтін адамдардың үлесі 15 және одан жоғары жастағы халықтың 31,7%-ын құрады [2].

3-кесте – Жұмыссыздық деңгейі және жұмыссыз халықтың білімі, %

	Барлығы	Оның ішінде білімі барлар					
		жоғары білім	техникалық және кәсіптік білім	орта кәсіптік(арнайы) білім	жалпы орта білім	негізгі орта білім	бастауыш білім
Халық, екі жыныс бойынша	4,8	3,8	4,2	5,2	10,6	20,9	5,7
соның ішінде:							
ерлер	4,2	3,2	3,2	4,7	9,4	28,6	12,3
әйелдер	5,4	4,2	5,5	5,7	12,0	6,7	0,9

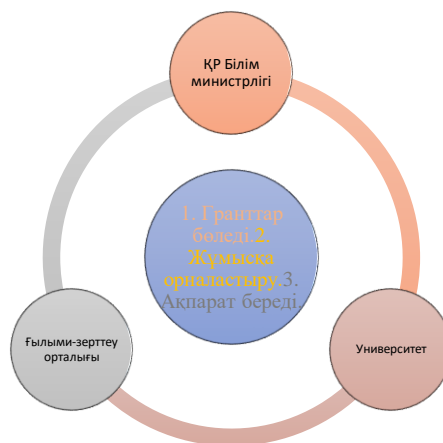
Қоғам мен мемлекет үшін жастардың орны ерекше. Себебі олар – болашақ иегерлері. Бүгінгі жас буын ертеңгі ел тізгінін ұстайтын азаматтар. Жоғарғы білімді жастардың жұмыссыздығы олардың мамандықты дұрыс таңдамауы, немесе сұранысқа ие салалардан гөрі, бүгінгі таңда сәнге айналғандарын таңдауға тырысатындықтары деп айтуға болады. Статистикалық мәліметтерге қарасақ, оқу орнын бітіргеннен кейін жұмыстың болмауы бойынша 16 682 адам, жұмысты табу мүмкіндігі жоқ - 96 615 адам және басқа да себептермен тіркелген (4-кесте).

Жастар жұмыссыздығының негізгі себептері:

1. Жоғары жалақы перспективасымен беделді мамандық алуға ұмтылу;
2. Заманауи нарық жағдайына сәйкес жаңа өндіріс орындарының ашылмауы;
3. Нарыққа бәсекелестікті қанағаттандыра алатын жаңа мамандықтардың болмауы;
4. ЖОО маңынан сала бойынша ғылыми зерттеу институттарының құрылмауы;
5. Бос жұмыс орындары туралы нақты ақпараттың жоқтығы;
6. Мамандықтарға мемлекеттік гранттардың нарықтың сұранысына сәйкес бөлінбеуі;
7. Оқу орындары мен өндірістің арасындағы байланыстың жоқтығы;

4-кесте – Жұмыссыз халық жұмыспен қамтылмаудың себептері бойынша, мың адам

	Барлығы		
	екі жыныс бойынша	оның ішінде	
		ерлер	әйелдер
Жұмыссыз халық, барлығы	453 453	208 104	245 349
ұйымның таратылуына (банкрот болуына), штаттың қысқаруына байланысты босату	40 319	25 691	14 628
өз еркі бойынша босату	94 025	49 347	44 678
шарт (келісім, келісімшарт) мерзімінің аяқталуына байланысты босату	19 329	11 104	8 225
кәсіпкерлік қызметтің аяқталуы	10 131	4 281	5 850
Үй шаруашылығын жүргізу	38 162	7 239	30 923
зейнеткерлікке шығу	1 919	1 099	820
Оқу орнын бітіргеннен кейін жұмыстың болмауы	16 682	6 858	9 824
жұмысты табу мүмкіндігі жоқ	96 615	46 009	50 606
жұмыс істеуге қажеттілік жоқ	3 123	1 541	1 582
денсаулық жағдайына байланысты	18 094	11 987	6 107
маусымдық сипаттағы (маусым емес) жұмыс	14 473	8 058	6 415
отбасылық (жеке) жағдайларға байланысты	97 317	33 044	64 273



5-сурет – Авторлық ұсыныс

Ескерту: сурет зерттеулер негізінде автормен құрастырылған.

Жастарды жұмыспен қамтамасыз етудің басты жолы – қазіргі білім жүйесін еңбек нарығы талаптарына сәйкестендіру. ҚР Білім Министрлігі, Жоғарғы оқу орындары мен Ғылыми-зерттеу орталықтары арасындағы байланыс – жұмыссыздықты шешу жолы. Ең алдымен Ғылыми-зерттеу орталықтарын құру. Олар ҚР Білім Министрлігі және университеттермен тікелей байланыста болуы қажет. Ғылыми-зерттеу орталықтарының міндеті – кәсіпорындармен тікелей қарым-қатынас орната отырып, қай салада қандай мамандар қаншалықты қажет екені жөнінде ақпарат жинақтайды. Кәсіпорындардан келіп түскен ақпараттарды ҚР Білім Министрлігіне жібереді. Ал ҚР Білім Министрлігінің міндеті – сол ғылыми-зерттеу орталықтарынан келген мәліметке сүйене отырып, мамандар қажет салаларға мөлшерін ескере келе, университеттерге гранттар бөледі. Және де жаңа жұмыс орындарын құрады. Ал университеттердің міндеті – министрлік бөлген гранттар бойынша жастарды оқытып, кәсібилікке дағдыландырады. Университеттен кейін жастар Ғылыми-зерттеу орталықтары көрсеткен жұмыс орындарына орналасады. Демек, жастардың жұмыссыз қалуына себеп жоқ. Яғни, бұл жерде үш басқару жүйесі арасындағы байланыс қоғамға қажет екенін көрсетеді (5-сурет).

Осындай басқару жүйесі қалыптасса, онда елімізде:

1. Жұмыссыздық болмайды;
2. Жаңа кәсіпорындар, өндірістер құрылады;
3. Өндіріс саласындағы мамандар тапшылығы болмайды;
4. Жаңашыл ғылыми бағыттар бойынша жобалар қалыптастыру мүмкіндігі;
5. Еліміздің әлеуметтік-экономикалық жағдайы жақсарады;
6. Дамыған елдер қатарынан көрінуге мүмкіндік береді;

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Бекенова г.ы. аймақтар экономикасы. Оқу құралы. – алматы, 2010.-856 <https://startinfo.kz/buisness/aimaktuk-economicanu-damuty/>
2. Ұлттық статистика бюросы - жұмыспен қамту және жұмыссыздық <https://stat.gov.kz/industries/labor-and-income/stat-empt-unempl/publications/9212/>
3. Аймақтық экономиканы басқару мәселері: оқу құралы/г.с. смағұлова-алматы: экономика,-2011.-576.
4. Жергілікті басқару және оның өзекті мәселелері:оқу құралы/а.к.танкиева.-алматы:экономика,-2007.-192 б.
5. Қазақстан экономикасын басқару негіздері:оқу құралы/к.б. бердалиев-алматы:экономика,-2008.-99б.

Авторлар туралы мәліметтер

*Нашимхан Күмісай Асылханқызы – Мемлекеттік және жергілікті басқару мамандығы 4 курс студенті, Абай атындағы Қазақ Ұлттық педагогикалық университеті, e-mail: nashimkhan2003@mail.ru

** Исаева Айну́р Турсыналиевна – э.ғ.к., аға оқытушы, Абай атындағы Қазақ Ұлттық педагогикалық университеті, e-mail: issaeva_ainur@mail.ru

Сведения об авторах

* Нашимхан Кумисай Асылхановна - студентка 4 курса специальности Государственное и местное управление, Казахский национальный педагогический университет имени Абая, e-mail: nashimkhan2003@mail.ru

** Исаева Айну́р Турсыналиевна - к. э. н., ст. преподаватель, Казахский национальный педагогический университет имени Абая, e-mail: issaeva_ainur@mail.ru

Information about the authors

* Nashimkhan Kumisai Asylkhanovna - 4th year student of the specialty State and Local Administration, Abai Kazakh National Pedagogical University, e-mail: nashimkhan2003@mail.ru

** Issaeva Ainur Tursynaliyevna - Candidate of Economics, senior lecturer, Abai Kazakh National Pedagogical University, e-mail: issaeva_ainur@mail.ru

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ

Рашидова Лейла Анваровна
Университет международного бизнеса имени Кенжегали Сагадиева
Алматы, Республика Казахстан

Аннотация. Целью исследования, результаты которого отражены в данной статье, является анализ проблем, связанных с неэффективным использованием рабочего времени на предприятиях, поиск путей их решения, а также разработка алгоритма расчета и оценки эффективности рабочего времени. Рассматриваются основные направления улучшения использования рабочего времени на предприятиях с учетом причин. Разработка стратегических путей, приоритетов повышения эффективности использования трудовых ресурсов. Предметом исследования являются трудовые ресурсы на предприятиях. Были поставлены следующие задачи исследования: рассмотрение теоретических аспектов, выявление основных проблем повышения эффективности использования трудовых ресурсов.

Ключевые слова: эффективность, рабочее время, трудовые ресурсы, кадровый потенциал, производительность труда.

EFFECTIVENESS OF LABOR RESOURCES IN ENTERPRISES

Rashidova Leila Anvarovna
University of International Business named after Kenzhegali Sagadiev
Almaty, Republic of Kazakhstan

Summary. The purpose of the study, the results of which are reflected in this article, is to analyze the problems associated with the ineffective use of working time in enterprises, to find ways to solve them, as well as to develop an algorithm for calculating and assessing the efficiency of working time. The main directions for improving the use of working time in enterprises are considered, taking into account the reasons. Development of strategic ways and priorities for increasing the efficiency of using labor resources. The subject of the study is labor resources at enterprises. The following research objectives were set: consideration of theoretical aspects, identification of the main problems of increasing the efficiency of the use of labor resources.

Key words: efficiency, working time, labor resources, human resources, labor productivity.

КӘСПОРЫНДАРДАҒЫ ЕҢБЕК РЕСУРСТАРЫНЫҢ ТИІМДІЛІГІ

Рашидова Лейла Анваровна
Кенжеғали Сағадиев атындағы Халықаралық бизнес университеті
Алматы, Қазақстан Республикасы

Аңдатпа. Нәтижелері осы мақалада көрсетілген зерттеудің мақсаты кәсіпорындарда жұмыс уақытын тиімсіз пайдалану мен байланысты мәселелерді талдау, оларды шешу жолдарын табу, сондай-ақ есептеу және бағалау алгоритмін жасау болып табылады, жұмыс уақытының тиімділігі. Себептерді ескере отырып, кәсіпорындарда жұмыс уақытын пайдалануды жақсартудың негізгі бағыттары қарастырылған. Еңбек ресурстарын пайдалану тиімділігін арттырудың стратегиялық жолдары мен басымдықтарын әзірлеу. Зерттеу пәні кәсіпорындардағы еңбек ресурстары болып табылады. Зерттеудің келесі міндеттері қойылды:

теориялық аспектілерді қарастыру, еңбек ресурстарын пайдалану тиімділігін арттырудың негізгі мәселелерін анықтау.

Түйін сөздер: тиімділік, жұмыс уақыты, еңбек ресурстары, адам ресурстары, еңбек өнімділігі.

Экономическое развитие любой отрасли в современном мире основано на росте производительности труда и повышении эффективности использования трудовых ресурсов. Именно производительность труда в большей степени, чем любой другой фактор, определяет уровень и качество жизни всего общества и является в долгосрочной перспективе лучшим показателем экономической эффективности хозяйственного комплекса. Вопросы повышения эффективности трудовых ресурсов особенно актуальны для Республики Казахстан и для ее отраслей экономики. В этом аспекте ключевая роль должна принадлежать трудовым ресурсам.

Трудовые ресурсы – часть населения страны, которая по физическому развитию, полученному образованию, профессионально-квалификационному уровню способна заниматься общественно полезной деятельностью. Также в теоретико-методологическом плане под трудовыми ресурсами понимается та часть населения, которая обладает физическим развитием и интеллектуальными (умственными) способностями, необходимыми для трудовой деятельности. В современной экономической теории к трудовым ресурсам относятся как занятое население, так и потенциальные работники. Понятие «трудовые ресурсы» широко отражено в отечественных и зарубежных работах. В зарубежной литературе, научных исследованиях этому понятию соответствует термин «человеческие ресурсы» или HR (Human Resources) (Ермолаева С.Г. 2018). В количественном отношении в состав трудовых ресурсов входит все трудоспособное население, занятое независимо от возраста в сферах общественного хозяйства и индивидуальной трудовой деятельности. Кадровый потенциал – важнейшая интегральная характеристика персонала, представляющая собой его максимальную способность достигать целей предприятия и выполнять поставленные перед ним задачи. Кадровый потенциал является специфическим производным рынка труда (рисунок 1).

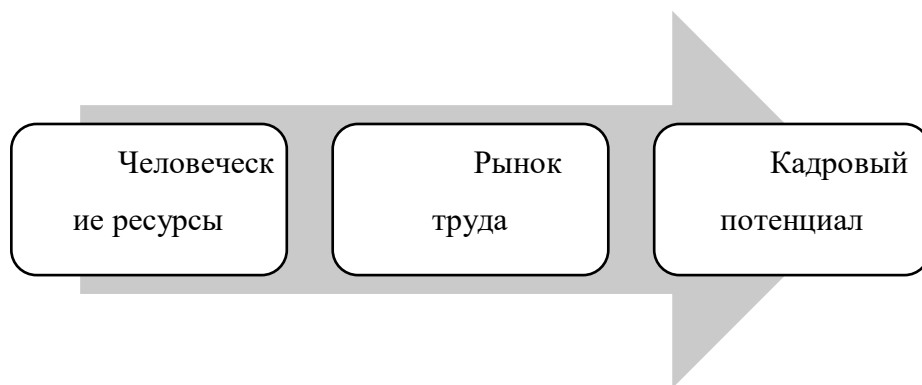


Рисунок 1 - Кадровый потенциал как производная от трудовых ресурсов

Внутренний рынок основан на движении трудовых ресурсов (персонала) внутри предприятий. Появление относительно изолированных внутренних рынков определяется спецификой профессий, необходимых для организаций. В рамках внутренних рынков условия труда и его оплата регулируются административными правилами производственно-экономических систем.

Одним из инструментов, оказывающих непосредственное влияние на производительность труда, является рационализация рабочего времени, что приводит к сокращению потерь и увеличению полезного рабочего времени.

Во многих научных работах отмечается, что сокращение потерь рабочего времени напрямую влияет на производительность труда. Тайм-менеджмент становится предметом ряда

научных исследований. Многие экономисты полагают, что существует тесная связь между уровнем использования рабочего времени и производительностью труда. Производительность труда увеличивается пропорционально уровню трудовой дисциплины. Это приводит к повышению эффективности использования рабочего времени на предприятии. Таким образом, к факторам повышения производительности труда на рабочих местах относятся, прежде всего, комплекс мер по исключению потерь рабочего времени и более рационально его использовать. Результаты исследования, проведенного группой зарубежных ученых, свидетельствуют о том, что увеличение количества часов работы приводит к увеличению утомляемости, что, в свою очередь, влияет на эффективность труда. Она имеет тенденцию к снижению. Недавно международное сообщество уделяет значительное внимание гибкому рабочему времени, то есть форме организации рабочего времени, при котором в определенных пределах работник может самостоятельно определять продолжительность рабочего времени в смену. Постоянное использование гибкого рабочего времени способствует повышению производительности труда работников в большей степени, чем использование фиксированного рабочего времени (рисунок 2).

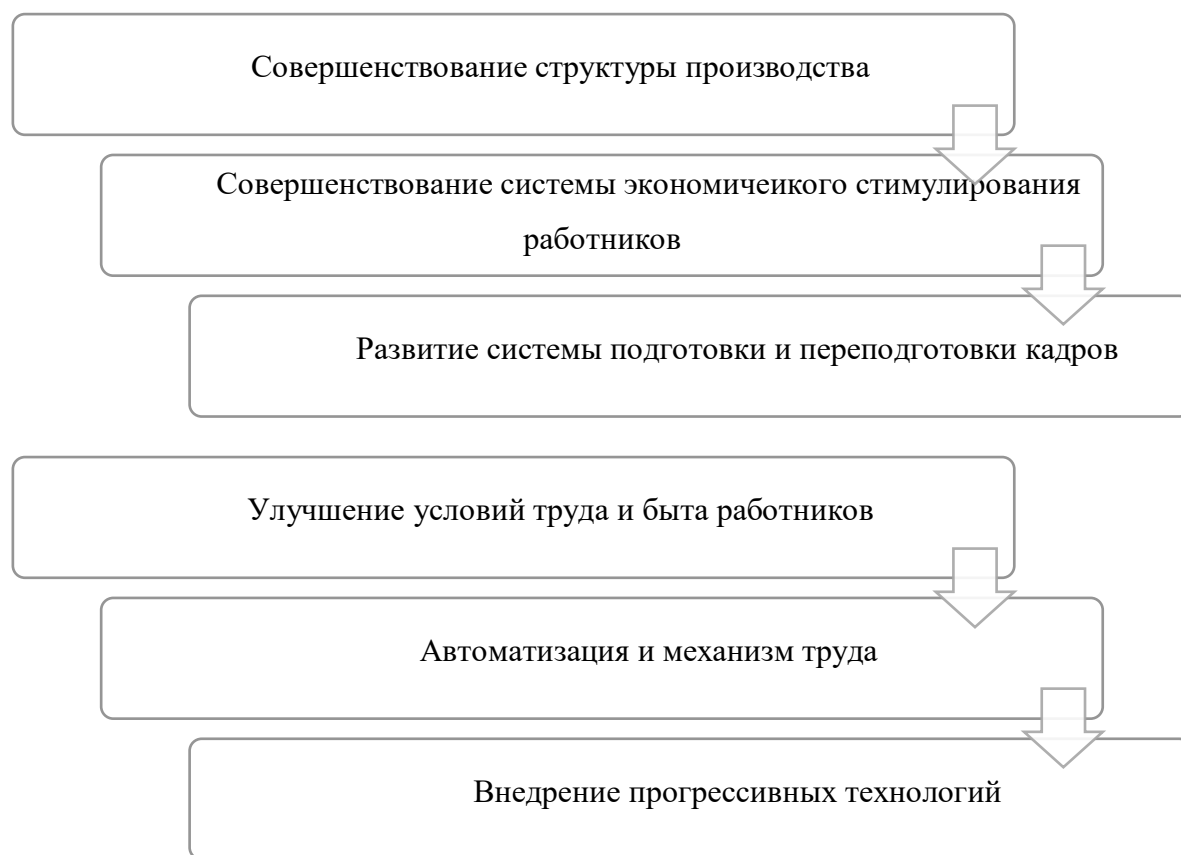


Рисунок 2 - Пути улучшения использования трудовых ресурсов

Меры по повышению трудовой дисциплины:

- Внедрение автоматизированных систем контроля рабочего времени персонала;
- Разработка и внедрение бонусной системы, направленной на устранение нарушения трудовой дисциплины;
- Регулирование трудового поведения персонала;
- Проведение обучения для персонала;

Меры по совершенствованию производственного снабжения и организации труда:

- Внедрение экономических принципов производства;
- Знакомство с рабочим местом и системой «1С»;

- Рационализация технологий и методы работы;
- Улучшение рабочих мест и обслуживания;
- Улучшение условий работы в виде заработной платы.

В последние годы многие организации создали культуру измерения производительности, но эти усилия часто были сосредоточены на сокращении, а не на улучшении. Это может привести к негативному подходу. Это вводит организацию в войну с собой, и в результате такие меры наносят ущерб моральному духу и производительности, а не стимулируют повышение производительности и обслуживания клиентов. Целью показателей эффективности, как и всего остального в офисе, является выполнение миссий. Эти меры предназначены для мониторинга того, насколько хорошо выполняется работа, и используются для вознаграждения сотрудников, чья производительность превышает контрольные показатели. Фокус работников должен быть позитивный: добиваемся ли мы успеха? Что мы можем сделать лучше завтра? Кого нужно признать и вознаградить? Команда, состоящая из высшего руководства, руководства среднего звена и сотрудников, разрабатывает, контролирует и модифицирует меры по мере необходимости (как правило, в связи с законодательными или технологическими изменениями в процессах).

На самом деле существует всего четыре основных принципа, чтобы достичь эффективности своей команды:

1. Иметь четкую и понятную цель.
2. Предоставлять сотрудникам возможность самостоятельно делать то, что необходимо для «выполнения цели». Дать свободу креативности, собственного подхода к задаче и т.д.
3. Измерить результаты, чтобы определить, насколько успешно выполняется цель или нет. Отслеживать прогресс заданий.
4. Адаптироваться, постоянно дорабатывать и совершенствовать бизнес-план, цель, и самого себя в рабочей сфере.

Эти методы требуют мало времени и ресурсов, но приносят огромные преимущества в реальных условиях.

Конкретные меры по улучшению использования рабочего времени должны учитывать специфику деятельности предприятия. Например, предлагать комплекс мероприятий, связанных с ежегодным медицинским осмотром работников для выявления заболеваний; улучшение санитарных условий труда; улучшение атмосферы на рабочем месте, систематические инструктажи по технике безопасности и т.д.

Список использованной литературы:

1. Гаврилов А.Г. Сущность и управление трудовыми ресурсами предприятия. Международный журнал гуманитарных и естественных наук. - 2020.
2. Основные индикаторы рынка труда в Республике Казахстан. [Электронный ресурс]. – 2022. – URL: <https://stat.gov.kz/> (дата обращения: 10.11.2023).
3. Анализ рынка труда РК: какие профессии становятся наиболее дефицитными. - 2020 г.
4. Янченко Е.В. Человеческие ресурсы в системе социально-трудовых отношений. - Научная статья по специальности «Экономика и бизнес».
5. Яковенко Н.Ю., Здоровец Ю.И., Нежелъченко Е.В., Ясенюк С.Н. Эффективность использования персонала. [Электронный ресурс]. – 2020. – URL: http://dspace.bsu.edu.ru/bitstream/123456789/37454/1/Yakovenko_Effektivnost_20.pdf (дата обращения: 13.11.2023).

Сведения об авторе

*Рашидова Лейла Анваровна - студент бакалавриата, Университет международного бизнеса имени Кенжегали Сагадиева, e-mail: rashidova.leila.17@gmail.com

Авторлар туралы мәліметтер

*Рашидова Лейла Анваровна – бакалавриат студенті, Кенжеғали Сағадиев атындағы Халықаралық бизнес университетінің, e-mail: rashidova.leila.17@gmail.com

Information about the author

*Rashidova Leila Anvarovna - undergraduate student, Kenzhegali Sagadiev University of International Business, e-mail: rashidova.leila.17@gmail.com

УДК 316.346.2

ГЕНДЕРНАЯ ДИСКРИМИНАЦИЯ НА РЫНКЕ ТРУДА КАЗАХСТАНА

Соколенко В.¹, Саурукова А.К.².

^{1,2} Казахский национальный аграрный исследовательский университет,
г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация. В статье описана важность проблемы гендерной дискриминации на рынке труда в Республике Казахстан, а также методы и пути решения проблемы. Предоставлена информация о численности населения по полу и типу местности на начало 2023 года. Присутствуют данные о разнице в заработных платах между мужчинами и женщинами в разных областях и регионах Казахстана. Рассмотрены разные методы борьбы с гендерным неравенством в экономической сфере и не только, а также, как обстоят дела с решением данной проблемы в Республике Казахстан. В заключении предоставлены размышления о том, как решение проблемы гендерного неравенства повлияют на экономику, общественную жизнь и население в стране.

Ключевые слова: гендерное неравенство, рынок труда, дискриминация, устойчивое развитие, женщины, феминизм.

ҚАЗАҚСТАННЫҢ ЕҢБЕК НАРЫҒЫНДАҒЫ ГЕНДЕРЛІК КЕМСІТУШІЛІК

Соколенко В.¹, Саурукова А.К.²

^{1,2} Қазақ ұлттық аграрлық зерттеу университеті,
Алматы қ., Қазақстан Республикасы

Аңдатпа. Мақалада Қазақстан Республикасындағы еңбек нарығындағы гендерлік кемсітушілік проблемасының маңыздылығы, сондай-ақ проблеманы шешу әдістері мен жолдары сипатталған. 2023 жылдың басына жынысы мен жер түрі бойынша халық саны туралы ақпарат берілді. Қазақстанның әртүрлі облыстары мен өңірлеріндегі ерлер мен әйелдер арасындағы жалақының айырмашылығы туралы деректер бар. Экономикалық саладағы гендерлік теңсіздікпен күресудің әртүрлі әдістері ғана емес, сондай-ақ Қазақстан Республикасында осы проблеманы шешудің жағдайы қалай қаралды. Қорытындыда гендерлік теңсіздікті шешу елдегі экономикаға, қоғамдық өмірге және халыққа қалай әсер ететіні туралы ойлар берілген.

Түйін сөздер: гендерлік теңсіздік, еңбек нарығы, кемсітушілік, тұрақты даму, әйелдер, феминизм.

GENDER DISCRIMINATION IN THE LABOR MARKET OF KAZAKHSTAN

Sokolenko V.¹, Saurukova A.K.².

^{1,2} Kazakh National Agrarian Research University,
Almaty, Republic of Kazakhstan

Summary. The article describes the importance of the problem of gender discrimination in the labor market in the Republic of Kazakhstan, as well as methods and ways to solve the problem. Information is provided on the population by gender and type of terrain at the beginning of 2023. There are data on the difference in wages between men and women in different regions and regions of Kazakhstan. Different methods of combating gender inequality in the economic sphere and not only are considered, as well as how things are with the solution of this problem in the Republic of Kazakhstan. In conclusion, reflections are provided on how solving the problem of gender inequality will affect the economy, public life and the population in the country.

Keywords: gender inequality, labor market, discrimination, sustainable development, women, feminism.

Введение. Одним из актуальных вопросов в настоящее время является - проблема гендерного неравенства. Этот феномен заключается в том, что мужчины и женщины обладают разными правами и возможностями. Но в современном мире гендерное неравенство ярко проявляется на рынке труда, при устройстве на работу и чаще всего в сторону женщин. Данная ситуация наблюдается во всех странах мира, в том числе и в Казахстане. Концепция неравного восприятия мужчин и женщин в сознании современного общества сформировалась под давлением стереотипов, традиционного воспитания, неправильной трактовки религии и других подобных факторов. Известно, что в ходе эволюции, человечество научилось решать многие проблемы, такие как рабство, крепостное право, но проблема гендерного неравенства по-прежнему остается нерешенной. Из этого появился такой термин, активно используемый в настоящее время, под названием - «феминизм». Оно представляет собой огромное движение, которое борется за права женщин во всех сферах жизни. В Казахстане феминизм сформировался в 1990-е годы, после обретения независимости.[1] Отсюда родилось ещё одно новое течение под названием - гендерная экономика. Оно представляет собой отрасль экономического изучения о взаимосвязи социально-экономического развития и гендерного неравенства. [2]

Если человечество продолжит двигаться в соответствии с нынешними тенденциями, то устранить гендерные разрыв удастся только через 108 лет [3]. Однако, Казахстан не стоит на месте, так как в этом году по данным Всемирного экономического форума о глобальном гендерном разрыве, наша республика находится на 62 месте, с индексом 72.1%, в рейтинге из 146 стран. [4] Для сравнения, в 2022 году мы занимали 65-ую позицию, а в 2021 году 80-ую. [5]

Проблема гендерного неравенства на рынке труда в Казахстане, является актуальной не только для нашей Республики, но и для всего мира. Экономика любой страны неспособна качественно функционировать во время того, как в различных ее сферах и отраслях происходят процессы дискриминации по половой принадлежности.

Свою важность, борьба за равные права между мужчинами и женщинами, отражается во всех сферах общественной жизни, включая экономику, так как препятствует развитию экономики страны и всего мира. Когда при приеме на работу, для работодателя в приоритете стоит пол сотрудника, то он уже менее ценит его способности и умения. Тем самым, компании рискуют потерять хороших, высококвалифицированных людей и препятствуют своему же развитию. Так же, борьба с гендерной дискриминацией является ключевым фактором для достижения устойчивого развития. Известно, что в списке из 17 целей «Устойчивого развития в Казахстане» пятую строчку занимает «Гендерное равенство».[6]

Причиной гендерного разрыва выступает роль женщин в семье. Как правило, по всем канонам матери и девушки должны заниматься бытовыми делами, ухаживать за детьми, хранить семейный очаг, а мужчина - добытчик и должен идти по карьерной лестнице, чтобы обеспечить свою семью благами. Так было устроено в патриархальной системе, однако в реальной жизни все выглядит немного иначе. В 2019 году проведенный опрос «31 каналом» доказал, что вопрос о гендерной дискриминации в Казахстане, особенно актуален при поисках работы. Из четырех тысяч опрошенных женщин, лишь 18% смогли найти работу без проблем. В остальных случаях, 9% сталкиваются с домогательствами на рабочем месте, 14% утверждают,

что им отказывают в трудоустройстве из за наличия детей и целым 42% были предложены маленькие зарплаты, только по причине их принадлежности к женскому полу. [7]

Численность женского населения в Республике Казахстан составляет 52%, из которых всего 4.3 миллиона женщин являются занятыми, что составляет 48% от общего числа занятого населения [8]. (рисунок 1).

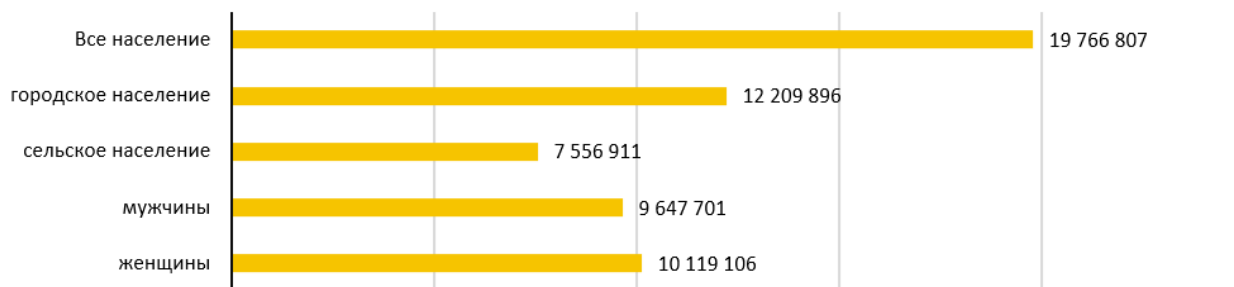


Рисунок 1 – Численность населения РК на начало 2023 года

Примечание: рисунок составлен на основе источника [9].

Причиной гендерной дискриминации на рынке выступает в первую очередь положение женщины в обществе, а также предпочтения работодателей. Большинство нанимателей, имеют такое мнение, что сотрудницы женского пола, изначально являются непривлекательными для какой-либо работы, и на это у них есть свои аргументы. Во-первых, замужние женщины рано или поздно родят и уйдут в декретный отпуск, закрепив за собой место, а в последствии может потерять свою квалификацию и перестать быть востребованным специалистом. А также по причине выплат пособий по беременности, временной нетрудоспособности. Во-вторых, при приеме на работу, практически всегда выражают недоверие к молодым специалистам. Считается, что наиболее уязвимыми являются девушки в возрасте 18-26 лет и взрослые женщины после 40. [10] В- третьих, работодатели отмечают, что женщина имеющая одного, или нескольких детей, вероятнее всего будет часто брать больничные, например по причине болезни детей. Так, представительниц прекрасного пола вытесняют в сферу менее престижного труда, где квалификация почти не играет роли. С целью получения работы, женщины идут на такой риск, как работать без оформления трудового договора, что является нарушением трудового законодательства Республики Казахстан. Чаще всего такие нарушения имеют место в сфере торговли, обслуживания, на предприятиях малого и среднего бизнеса. [11]

Однако, согласно статье 6 Трудового кодекса Республики Казахстан, запрещена дискриминация в сфере труда [12]

1. Каждый имеет равные возможности в реализации своих прав и свобод в сфере труда. Никто не может быть ограничен в правах в сфере труда, кроме случаев и в порядке, которые предусмотрены настоящим Кодексом и иными законами Республики Казахстан.

2. Никто не может подвергаться какой-либо дискриминации при реализации трудовых прав по мотивам происхождения, социального, должностного и имущественного положения, пола, расы, национальности, языка, отношения к религии, убеждений, места жительства, возраста или физических недостатков, принадлежности к общественным объединениям или по иным обстоятельствам.

3. Не являются дискриминацией различия, исключения, предпочтения и ограничения, которые в соответствии с законами Республики Казахстан устанавливаются для соответствующих видов трудовой деятельности либо обусловлены особой заботой государства о лицах, нуждающихся в повышенной социальной и правовой защите.

4. Лица, считающие, что они подверглись дискриминации в сфере труда, вправе обратиться в суд или иные инстанции в порядке, установленном законами Республики Казахстан. [12]

Также следует отметить, что заработная плата мужчин на 33,7% больше, чем у женщин. По данным экспертов, самые высокие зарплаты у мужчин были выявлены в Улытауской (489,8 тысячи тенге), Мангистауской (590,6 тысячи тенге), Атырауской (631,8 тысячи тенге) областях. Также в этих регионах была зафиксирована наибольшая разница в заработных платах в гендерном разрезе. Например, в Мангистауской области зарплаты мужчин превышали зарплаты женщин в два раза, в Улытауской области этот показатель равен 68%, а в Атырауской - 85,9%. Что касается казахстанских девушек, то Жетысуский регион является единственным где разница отмечалась в пользу женского пола, а наиболее высокие зарплаты были зафиксированы в Алматы (320,1 тысячи тенге), в Атырауской области (339,8 тысячи тенге), и в Астане (365,1 тысячи тенге). Самую высокую оплату получали женщины в сфере информации и связи (403 тысячи тенге), финансовой и страховой деятельности (460,2 тысячи тенге), горнодобывающей промышленности и разработке карьеров (535,8 тысячи тенге). При этом наименьшая разница в заработных платах была зафиксирована в Алматинской, Жамбылской и Северо-Казахстанской областях. [13] (рисунок 2).

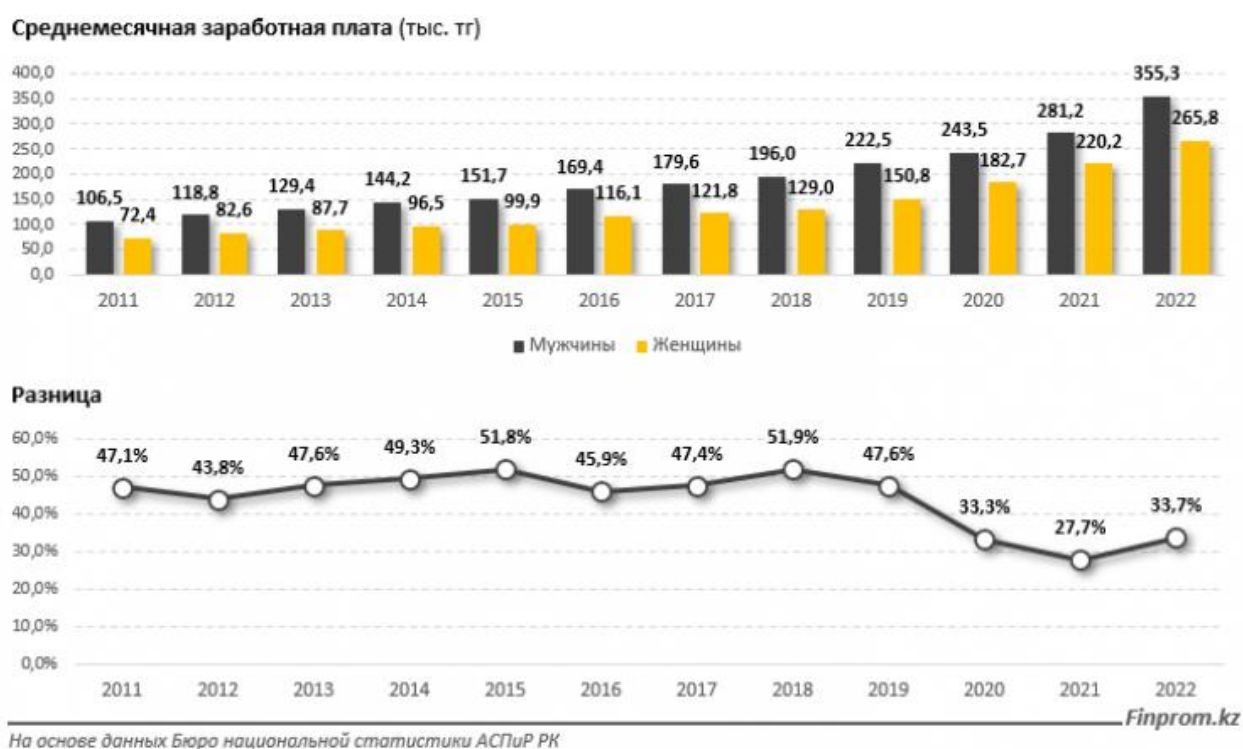


Рисунок 2 – Среднемесячная заработная плата в РК

Примечание: рисунок составлен на основе источника [14].

Одним из методов устранения гендерного неравенства на рынке труда является создание профсоюзов, направленных на защиту прав женщин в экономической сфере. Основной целью такого движения выступают требования по улучшению условий работающих девушек, обеспечение безопасности и ликвидация любых форм дискриминации. Известно, что в марте этого года был издан сборник Территориальным объединением профсоюзов Павлодарской области - «Профсоюзы на защите прав трудящихся женщин». Первая его часть посвящена обобщению опыта работы Комиссии по делам трудящихся женщин, по защите прав трудящихся девушек, созданию благоприятных условий труда на предприятиях Павлодарской области, а также обеспечение свободы и прав. Во второй части сборника представлен анализ коллективных договоров предприятий края по защите прав трудящихся представительниц женского пола: обеспечении льгот и гарантий для матерей, воспитывающих детей с

инвалидностью, дополнительных оплачиваемых отпусков, оказании поддержки женщин находящихся в отпуске без заработной платы по уходу за ребенком. [15]

Важнейшую роль в продвижении прав женщин играет «Комиссия по положению женщин», которая является основным глобальным органом, занимающимся продвижением гендерного равенства. На основе постановлений 2018-2020 годов, наиболее обзорными темами на 2020-2024 годы выступают:

2020 год: обзор и оценка хода осуществления Пекинской декларации и Платформы действий и решений 23-й специальной сессии Генеральной Ассамблеи и ее вклада в полную реализацию Повестки дня в области устойчивого развития на период до 2030 года.

2021: Приоритетная тема: всестороннее и эффективное участие женщин в общественной жизни и принятии решений, а также ликвидация насилия для достижения гендерного равенства и расширения прав и возможностей всех женщин и девочек. Тема обзора: расширение прав и возможностей женщин и связь с устойчивым развитием (согласованные выводы шестидесятой сессии).

2022: Приоритетная тема: достижение гендерного равенства и расширение прав и возможностей всех женщин и девочек в контексте политики и программ в области изменения климата, охраны окружающей среды и уменьшения опасности бедствий. Тема обзора: расширение экономических прав и возможностей женщин в меняющемся мире труда (согласованные выводы шестьдесят первой сессии).

2023: Приоритетная тема: инновации и технологические изменения, а также образование в цифровую эпоху для достижения гендерного равенства и расширения прав и возможностей всех женщин и девочек. Тема обзора: Проблемы и возможности в достижении гендерного равенства и расширении прав и возможностей сельских женщин и девочек (согласованные выводы шестьдесят второй сессии).

2024: Приоритетная тема: ускорение достижения гендерного равенства и расширение прав и возможностей всех женщин и девочек путем борьбы с нищетой и укрепления институтов и финансирования с учетом гендерной перспективы. Тема обзора: Системы социальной защиты, доступ к государственным услугам и устойчивая инфраструктура для обеспечения гендерного равенства и расширения прав и возможностей женщин и девочек (согласованные выводы шестьдесят третьей сессии). [16]

Комиссия по положению женщин стремится к защите и расширению прав и возможностей женщин и девочек в мире. Для обеспечения соблюдения прав девушек во всех странах, государствам следует внести соответствующие изменения в национальные законодательства и следить за их соблюдением.

Также самым эффективным способом борьбы с гендерной дискриминацией будет осознание и понимание. Распространение этой проблемы среди молодежи, влиятельных лиц и в СМИ поможет обществу понять глобальность данной проблемы. Это возможно осуществить через образовательные программы, воспитание в садиках и школах, так как ранние социальные нормы формируются в возрасте от 0 до 6 лет, когда ребенок социализируется и познает окружающий мир. Важно образовывать детей в этом направлении как можно раньше, что бы в будущем они не имели границ и рамок. [17]

Образование имеет огромную силу в борьбе с гендерным неравенством, так как еще в школьном возрасте существуют такие понятия как «хобби для мальчиков», «девчачья профессия» и тому подобное. Так, существует стереотип утверждающий что математика это наука для мальчиков. Современные исследователи связывают гендерное разделение в STEM (Science, Technology, Engineering and Math – Наука, Технологии, Инженерия и Математика) с социальными ролями которые детям присваивают родители и общество. Следовательно, в человеческом сознании сложилось такое «правило» что девочке важно удачно выйти замуж, а вот мальчик может заниматься наукой. [18] Но важно понимать, что у профессий и хобби не существует гендера и каждый вправе заниматься тем, что ему нравится. Школьное образование, искоренив понятия «для мальчиков, для девочек», способно направлять детей к выбору профессии на основе интересов и способностей, а не по гендерному признаку. Так же

задачей родителей и педагогов является научить детей относиться уважительно и иметь толерантность к любому человеку, в независимости от его пола, возраста, национальности и остальных факторов.

Государство также имеет огромное влияние на проблему гендерного неравенства в сфере труда, политики, образования и остальных сферах общественной жизни. Правительство способно внедрять законы уничтожающие дискриминацию в любом ее виде, а также строго следить за их соблюдением. Как было сказано выше, одной из целей Устойчивого развития Республики Казахстан является достижение гендерного равенства. На пятом месте расположилась цель: Обеспечение гендерного равенства и расширения прав и возможностей всех женщин и девочек. И вот несколько представленных задач:

5.1 Повсеместно ликвидировать все формы дискриминации в отношении всех женщин и девочек.

5.2 Ликвидировать все формы насилия в отношении всех женщин и девочек в публичной и частной сферах, включая торговлю людьми и сексуальную и иные формы эксплуатации.

5.5 Обеспечить всестороннее и реальное участие женщин и равные для них возможности для лидерства на всех уровнях принятия решений в политической, экономической и общественной жизни.

Но к сожалению, реализация цели Гендерного равенства не имеет активного развития и улучшения ситуации (рисунок 3). [19]

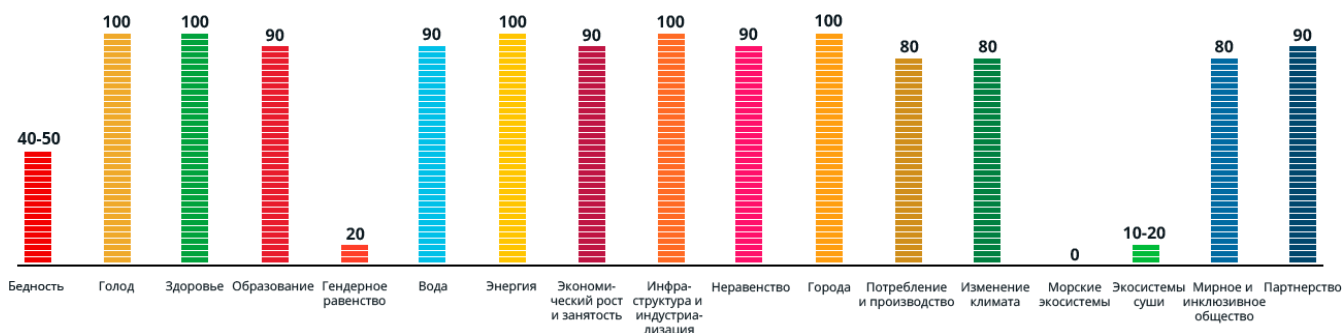


Рисунок 3 –Цели устойчивого развития

Примечание: рисунок составлен на основе источника [19].

Как показано на рисунке 3, из 17 целей в области устойчивого развития в РК, цель гендерного равенства занимает нижние позиции, это говорит о том, что государство меньше всего уделяет этой проблеме.

Подводя итоги, можно сказать, что и в Казахстане гендерное неравенство, как и в других зарубежных странах, также проявляется в неравных возможностях для полноценного участия в экономической жизни. Для снижения гендерного неравенства в РК, во-первых, необходимо проводить работу в СМИ среди мужчин и женщин, чтобы они перестали стесняться проявлять себя в различных профессиях, это будет способствовать улучшению качества жизни населения, а также увеличит количество высококвалифицированных специалистов на рынке. Устранение данного вида дискриминации это простой, и в то же время большой шаг к развитию нашей страны. Но, к сожалению, в последнее время мы все чаще слышим новости о дискриминации женщин, не только на рынке труда, но и в обществе в целом.

Во-вторых, государство должно понимать серьезность проблемы и принимать меры во всех сферах общественной жизни. Ответственность прежде всего лежит на родителях, воспитывающих своих детей по традиционному воспитанию, что в последствие приводит к проблемам при выборе профессии, а затем, в какой-то степени к низкому уровню грамотности населения, так как это мешает развитию и населения страны и экономики.

В-третьих, важно распространять тему гендерной дискриминации в школах, вузах и активно бороться с ней, увеличивая качество грамотности населения.

В-четвертых, создание профсоюзов, направленных на защиту прав женщин в экономической сфере приведет к устранению гендерного неравенства на рынке труда.

Таким образом, искоренив гендерную дискриминацию на рынке труда в Республике Казахстан, мы способны будем внести глобальные, положительные изменения в пользу экономики и устойчивого развития, если мы не хотим всегда оставаться развивающейся страной, и выйти уже на новый уровень развития.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Феминизм в Казахстане – www.wikipedia.org
2. И.Е.Калаихина. Гендерный фактор в экономическом развитии России – www.demoscope.ru
3. Trade&Gender. Gender equality is important for economic growth. – www.worldbank.org
4. Кристина Опенкова. Доклад о глобальном гендерном разрыве 2023 года: что изменилось в Казахстане за год. – www.factcheck.kz
5. Редакция. Доклад о глобальном гендерном разрыве: что изменилось в Казахстане? – www.factcheck.kz
6. Цели устойчивого развития. 17 Целей устойчивого развития – www.egov.kz
7. Почему женщинам в Казахстане труднее найти работу, чем мужчинам. – informburo.kz
8. Сколько женщин работает в Казахстане и где. – www.tengrynews.kz
9. Численность населения Республики Казахстан (на начало 2023г.), Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан – <https://stat.gov.kz/ru/industries/social-statistics/demography/publications/6373/>
10. Абдимомынова А.Ш, Махамбетова М.А, Жусупов А.Е, Талапбаева Г.Е, Ерниязова Ж.Н. РГП ХВ Кызылординский Государственный Университет имени Коркыт Ата. Международный журнал экспериментального образования. - 2015. - №3(часть 3) – С. 370-372. Гендерная структура занятости в Казахстане: проблемы дискриминации. – expeducation.ru
11. Туржанова Р.Г. Положение женщин на рынке труда в Республике Казахстан. Экономико-правовой колледж при Казахско-Русском международном университете, Республики Казахстан, г. Актобе
12. Трудовой кодекс Республики Казахстан от 23. Статья 6. Запрещение дискриминации в сфере труда. – Параграф www.online.zakon.kz
13. Как различаются зарплаты мужчин и женщин в Казахстане. – www.zakon.kz
14. Зарплаты мужчин и женщин сравнили аналитики – www.tengrinews.kz
15. Издан новый сборник «профсоюзы на защите прав трудящихся женщин» - www.kasipodaq.kz
16. Commission on the Status of Women – www.unwomen.org
17. В каком возрасте происходит процесс социализации. – www.dop-mosreg.ru
18. Гендерное неравенство в STEM образовании. – www.sysblok.ru
19. Цели устойчивого развития | Электронное правительство Республики Казахстан. – www.egov.kz

Сведения об авторах

*Соколенко Виктория – студентка 1 курса, ОП Экономика, Высшей школы бизнеса и права, Казахский национальный аграрный исследовательский университет, e-mail: viktoriasokolenko80@gmail.com

**Саурукова Айнура Каналбаевна, научный руководитель, кандидат экономических наук, ассоц., профессор, ORCIDID: 0000-0002-7463-0545, e-mail: Aika_s08@mail.ru

Авторлар туралы мәліметтер

* Соколенко Виктория – Виктория Соколенко – Қазақ ұлттық аграрлық зерттеу университеті Бизнес және құқық жоғары мектебінің экономика факультетінің 1 курс студенті, e-mail: viktoriasokolenko80gmail.com

** Саурукова Айнура Каналбаевна, ғылыми жетекшісі, э.ғ.к., қауымдастырылған профессор, ORCIDID: 0000-0002-7463-0545, e-mail: Aika_s08@mail.ru

Information about the authors

* Sokolenko V. - 1 Higher School of Business and Law, Kazakh National Agrarian Research University, Kazakh National Agrarian Research University, e-mail: viktoriasokolenko80gmail.com

**Saurukova Ainura Kanalbaevna, scientific adviser, Candidate of Economic Sciences, assoc., Professor, ORCIDID: 0000-0002-7463-0545, e-mail: Aika_s08@mail.ru

КӘСІПОРЫНДАҒЫ ҚАРЖЫ МЕНЕДЖМЕНТІ ЖӘНЕ ОНЫ ДАМУДЫҢ НЕГІЗГІ БАҒЫТТАРЫ

Сырлыбаева М.Т.¹, Нұржан Қ.²

^{1,2}Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті, Алматы қ-сы,
Қазақстан Республикасы

Аңдатпа. Ұсынылып отырған мақалада Қазақстан Республикасындағы кәсіпорынның қаржылық менеджменттің жағдайы және оны дамытудың негізгі бағыттары туралы айтылады. Кәсіпорындағы қаржылық менеджмент тиімділігі көп жағдайда пайдаланылатын ақпараттық болады және анықталады. Өз кезегінде кәсіпорындағы қаржылық менеджменттің ақпараттық базасының қалыптасуы стратегиялық шешімдерді қабылдауға және қаржы қызметін ағымдық тиімді басқаруға бағытталған сәйкесті ақпараттық көрсеткіштерді мақсатты бағытты таңдау процесін білдіреді. Сондықтанда қаржылық менеджменттің ақпараттық базасын құрайтын барлық көрсеткіштердің жиынтығы ақпарат көздерінің түрлері бойынша топтастырылуы мүмкін және нақты кәсіпорынның тәжірибелік қызметінде әрбір топ бойынша қолданылуын процедуралық дәйектеуді талап етеді.

Кілтті сөздер: Кәсіпорын, қаржылық менеджмент, стратегия, бюджет, операциялар, инвестиция.

ФИНАНСОВЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ НА ПРЕДПРИЯТИИ И ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ЕГО РАЗВИТИЯ

Сырлыбаева М.Т.¹, Нуржан К.²

^{1,2}Казахский национальный педагогический университет имени Абая, г. Алматы,
Республика Казахстан

Аннотация. В представленной статье описано состояние финансового управления предприятием в Республике Казахстан и основные направления его развития. В свою очередь, формирование информационной базы финансового менеджмента на предприятии означает процесс выбора соответствующих информационных показателей, направленных на принятие стратегических решений и эффективное текущее управление финансовой деятельностью. Поэтому совокупность всех показателей, составляющих информационную базу финансового менеджмента, может быть сгруппирована по видам источников информации и требовать регламентированной последовательности использования каждой группы в практической деятельности реального предприятия.

Ключевые слова: Предприятие, финансовый менеджмент, стратегия, бюджет, операции, инвестиции

FINANCIAL MANAGEMENT AND THE PRINCIPAL DIRECTIONS OF ITS DEVELOPMENT

Syrlybayeva M.¹, Nurzhan K.²

^{1,2}Kazakh National Pedagogical University named after Abaya, Almaty,
Republic of Kazakhstan

Summary. The presented article describes the state of financial management of the enterprise in the Republic of Kazakhstan and the main directions of its development. In turn, the formation of the

information base of financial management in the enterprise means the process of choosing the appropriate information indicators aimed at making strategic decisions and effective current management of financial activities. Therefore, the set of all indicators that make up the information base of financial management can be grouped by types of information sources and require a procedural sequence of use for each group in the practical activity of a real enterprise.

Keywords: Enterprise, financial management, strategy, budget, operations, investment.

Қазақстан Республикасының нарықтық экономикасы соңғы жылдары сенімділікпен алға жылжуда. Сонымен қатар, шаруашылық үрдісті реттеудің негізгі механизмі ретінде бәсеке де қарқынды дамуда. Кәсіпорынға, акционерлік қоғамға, кез-келген басқа шаруашылық субъектісінен бәсекеге қабілеттілікті тек олардың құзырындағы капитал мен қаржы ресурстарының қозғалысын дұрыс басқару ғана қамтамасыз ете алады. Қаржы менеджменті – кәсіпорын қаражатын басқарудың әмбебап құралы. Қаржы менеджменті немесе қаржы ресурстары мен қатынастарын басқару шаруашылық субъектісінің бәсекеге қабілеттілігін арттыру мақсатында қаржы саласындағы нарық механизмін реттеу қағидалары, әдістері, формалары мен құралдарын қамтиды.

Қаржы менеджменті - бұл маңызды қаржылық шешім қабылдайтын ғылым. Қаржы менеджменті кәсіпорынның стратегиялық және тактикалық мақсаттарына қол жеткізу үшін қаржысын басқаруға бағытталған ғылым. Қаржы менеджментінің ең басты бағыты ақша ағымын және айналым қаражаттарын басқару болып табылады. Сонымен, қаржы менеджменті функционалды тұрғыдан экономикалық басқарудың жүйесі және қаржы механизмінің бір бөлігі, институционалды тұрғыдан қаржы менеджменті басқару органы, ал ұйымдастырушылық - құқықтық тұрғыдан кәсіпкерлік қызметтің бір түрі болып табылады.

Қаржылық менеджмент – кәсіпорын және ұжымдардың ақша қаражаты айналымын ұйымдастыру, қаржы ресурстарының құрылуы, бөлінуі және пайдаланумен байланысты басқару мәселелерін жүзеге асыру және оған әзірлік әдісі мен принциптерінің жүйесі болып табылады. Қаржылық менеджмент – қаржы ресурстарының айналымын басқаруға, сонымен қатар осы ресурстардың қозғалыс үрдісі барысында нарық субъектілерінің арасында пайда болатын қатынастарды басқаруға бағытталған. Қаржылық менеджмент фирманың қаржысымен жұмыс атқарады, яғни фирманың өндірісті әрекетіне жұмсалған фирманың өз капиталы және қарыз капиталымен жұмыс атқарады (үлестірілмеген пайда, амортизациялық қорлар, банк несиелері, құнды қағаздар эмиссиясы). Сонымен қатар қаржылық менеджмент басқа да экономикалық пәндермен тығыз байланысты теориялық пән болып табылады. Қаржылық менеджмент міндеті – фирма кірісінің қалыпты деңгейін сақтай отырып, қарапайым акциялар бойынша мүмкін болатын дивидендтің барынша көбейтілуін қадағалау, яғни фирманың оңтайлы қызмет ету тәртібін анықтау. Қаржылық менеджменттің басты мақсаты – қазіргі кезде және болашақта кәсіпорын иелерінің әл – ауқатын барынша көбейту. Бұл мақсат кәсіпорынның нарықтың құнын барынша көбейтуді қамтамасыз ету барысында көрінеді, бұл өз кезегінде кәсіпорын иелерінің қаржы мүдделерін жүзеге асырады. Кәсіпорынның нарықтық құнын барынша көбейту үрдісі оның пайдасын барынша көбейту арқылы жүзеге асырылады [1, 65б.].

Қаржылық менеджмент өзінің басты мақсатын жүзеге асыру үрдісінде келесі негізгі тапсырмаларды шешуге бағытталады:

1. Алдағы уақытта кәсіпорынның даму тапсырмаларына сәйкес қаржы ресурстарының жеткілікті көлемін құрауды қамтамасыз ету.
2. Кәсіпорынның негізгі бағыт разрезінде қаржы ресурстарының құрылған көлемін тиімді пайдалануды қамтамасыз ету.
3. Қаржы айналымын оқтайланды.
4. Көзделген қаржы тәуекелі дәрежесінде кәсіпорынның пайдасын көбейтуді қамтамасыз ету.
5. Көзделген пайда дәрежесінде қаржы тәуекелі дәрежесін азайту.
6. *Кәсіпорынның даму барысында, оның қаржы теңдігін үнемі қамтамасыз ету.* Қаржылық менеджмент келесі бөлімдерден тұрады:

7. Қаржылық талдау және шешім қабылдау жүйесі.
8. Қысқа мерзімді қаржы ресурстарын қолдануды жоспарлау: (коммерциялық несие) қамсыздандырылмаған қысқа мерзімді қаржыландыру; қамтамасыз етілмеген қысқамерзімді қаржыландыру; қысқа мерзімдік жалды қаржыландыру.
9. Ұзақ мерзімді қаржы ресурстарын қолдануды жоспарлау: капиталды бюджеттендіру; лизинг немесе ұзақ мерзімді несие; қарапайым және артықшылығы бар акциялар шығару; инвестициялық жобаларды бағалау және инвестициялық қоржынды басқару; алдағы кезеңдегі кірістерді ескере отырып, ақшаның құнын бағалау (дисконттау).
10. Мүмкін болатын тәуекелді талдап, бағалау.
11. Шешімнің нұсқамасы және орындалуы.
12. Шешімнің орындалуын бақылау.
13. Шешімнің жүзеге асырылуы барысын талдау және оның орындалуын туралы есеп беру.

Жоспарлау, шешімдер қабылдау өкімдер әзірлеу және бақылау сатыларын қамтиды; демек, бұл ұғымның ауқымы тар мағынадағы қаржы жоспарлауы ұғымын ауқымынан кең. Стратегиялық қаржы менеджменті инвестицияларды және капитал құрылымын ұзақ мерзімді басқару. Оралымды Қаржы менеджментіне өтімділікті қамтамасыз ету жатады; қаржыны басқару, кәсіпорындардың, ұйымдардың өз мақсаттарына жетуі үшін қаржы қатынастарын орнату туралы ғылым. Қаржы менеджменті менеджменттің бөлігі, басқарушылық еңбектің түрлі бағыттарын қамтитын қызмет аясы болып табылады. Қаржы, несие, статистика, экономикалық және қаржылық талдау саласында ғылыми және практикалық талдамалар қаржы менеджментінің алдына қойылған міндеттерді шешу үшін негіз, құрал қызметін атқарады. Қаржы менеджментінің атқарымы: ағымдағы және келешектегі қаржылық жоспарлау; ақша қорларын жасақтау және пайдалану; ақша айналымын ұйымдастыру; материалдық және қаржы ресурстарының теңдестірілуі; капиталдың тиімді құрылымын қолдау; ақшалай қаражаттың түсуі мен пайдаланылуын бақылау; қаржының көмегімен кәсіпорынның тиімді жұмысын және қызметкерлердің іскерлік белсенділігін уәждемелеу. Қаржы менеджментінің негізгі әдістері кәсіпорынның төлем төлеуге қабілеті мен қаржылық орнықтылығын, кәсіпорынның несиеге қабілетін оның теңгерімінің өтемпаздығын, қаржы нәтижелерін, айналым активтерінің айналымдылығын талдау, ықтимал банкроттығын бағалау [2, 48 б.].

Қаржы менеджменті инвестицияны, қаржыландыруды және айналым қаражатын басқаруды және белгілі бір жалпы мақсаттар шеңберінде пайданы бөлуді білдіреді. Қаржы менеджменті кәсіпорынды басқарудың құрамдас бөлігі болып табылады. Бұл кәсіпорынның қаржылық қызметін ұйымдастыратын және қаржылық заңдар мен ережелерге және қаржылық басқару принциптеріне сәйкес қаржылық қатынастарды реттейтін экономикалық басқару жұмысы.

Қаржы менеджментінің негізгі мазмұнына қаржылық мақсаттар мен функциялар, бағалау тұжырымдамалары, нарықтық тәуекелдер мен кірістер, көп айнымалы және факторлық бағалау модельдері, опционды бағалау, капиталды инвестициялау принциптері, капиталды бюджеттеудегі тәуекелдер мен нақты опциялар және т.б. Оның мақсаттары - өнім құнын, пайданы, акционерлердің байлығын, корпоративтік құнды және байланысты тараптардың мүдделерін барынша арттыру.

Жалпы алғанда, кәсіпорындардың қазіргі дамуы мен жұмысында менеджерлердің мүмкіндіктері шектеулі және жан-жақты сауаттылығы жоқ, нәтижесінде қаржылық менеджмент концепциялары тым артта қалып, негізінен келесі тармақтарда көрініс табады. Біріншісі бизнес-менеджерлердің аспектілерінен көрінеді. Негізінен өздерінің ықпалына байланысты менеджерлердің көпшілігі қаржылық менеджменттің маңыздылығын түсінбейді. Осылайша, қазіргі дамуға оңай қарсы тұру, оған заманауи қаржылық менеджмент концепцияларын біріктіру мүмкін емес және қаржылық менеджменттің маңызды мәртебесін көрсете алмайды. Екіншісі – кәсіпорынның даму процесінде қаржылық мақсаттардың анық еместігі. Мысалы, ішкі орта мен сыртқы ортаның әсерінен кәсіпорынның стратегиялық мақсаттары жобаланбайды немесе жұмыс барысында тиісті басшылар қаржылық менеджменттің негізгі мәртебесін төмендете отырып, мүдделерді барынша арттыруға шамадан тыс ұмтылады және оларға әсер

етеді. уақыт пен тәуекелді инвестициялау сияқты көптеген факторларға байланысты. Әсері корпоративтік қаржылық стратегиялық мақсаттарға шектеулер әкелді [3, 102 б.].

Жаңа дәуірде нақты даму жағдайына сәйкес құрылған мінсіз корпоративтік қаржылық құрылым ғана оның дамуына одан әрі ықпал ете алады. Бірақ, егер ол нақты даму жағдайымен үйлеспесе, қаржылық құрылымды негізсіз жобалауға әкеп соғатын болса, ол өз әсерін тигізеді. қаржылық менеджмент мақсаттары туралы. Біріншісі, кәсіпорындардың даму процесінде жетекшілер мен басшылықтың көпшілігі қаржылық менеджменттің маңыздылығын түсінбей, оны формализациялауға бейім болса, екіншісі, қаржылық менеджменттің маңыздылығын түсінгенімен, қаржылық басқарудың кәсіби мамандарын да жұмысқа алады. Алайда, қаржылық қызметкерлер бірнеше қалпақ киіп, стратегиялық мақсаттарға жете алмайды, үшіншіден, қаржылық кадрлардың сапасы тым төмен. Олардың кәсіби практикалық қабілеті ғана емес, теориялық білімдері де жетіспейді. Олар қоғамның дамуы мен өзгерістерін дұрыс түсіне алмайды. жұмыста уақытылы болу. Күнделікті жұмыста жауапкершілік сезімі жоқ, өз жұмысына көңіл бөлу салыстырмалы түрде әлсіз.

Өртүрлі факторлардың әсерінен болатын шектеулерге байланысты көптеген кәсіпорындарда қолма-қол ақшаны басқару жетілдірілмеген, күрделі бос қорлар бар және нақты даму жағдайларына негізделген қорларды толық жоспарлау мен басқаруды жүзеге асырмайды. Даму процесінде қаржылық дебиторлық берешекті пайдалану циклі салыстырмалы түрде ұзақ, ал қаражатты өтеу салыстырмалы түрде баяу. (3) Тауарлы-материалдық қорларды бақылау тұрғысынан көптеген компаниялар тергеу және талдау жұмыстарын жақсы жүргізбеді, бұл олардың өндірістік және пайдалану қызметінің мақсатына әсер етті. Ақша ағынын талдау тұрғысынан, оған көңіл бөлінгенімен, шығындар мен пайданың талдауы жоқ. Егер ол жетілдірілмесе, ұзақ мерзімді перспективада қаржылық бақылау мүмкіндіктері әлсіз болады.

Қаржыны басқару мақсаттары қаражат тартуға әсер етеді. Топты стратегиялық таңдаудағы бірінші қадам – ағымдағы қаражат тартудың мақсатты стратегиялық мәселелерін жетілдіру, қаржыландырудың кешенді стратегиялық механизмін тұжырымдау, негізгі даму бағытын нақтылау, қаржылық қаржыландыру жұмысының тұрақтылығын қамтамасыз ету. Екіншісі – корпоративтік капитал көздерінің құрылымын оңтайландыру. Әдетте кәсіпорынның бастапқы құрылымының стратегиялық мақсаттарын таңдау тұрғысынан қаржылық менеджменттің міндеттері кәсіпорынның даму қажеттіліктерін қанағаттандыруды, қорды басқару құрылымын оңтайландыруды және мақсатты механизмді жетілдіруді қажет етеді. Басқа тұрғыдан талданатын болсақ, корпоративтік құнды ұлғайту идеясы корпоративтік капитал құрылымын өңдеуді және тәуекелдерді мүмкіндігінше азайтуды талап етеді. Үшіншісі – қаржыландыру әдістері тұрғысынан талдау. Бүкіл процесті ағымдағы жағдайға байланысты бірнеше мазмұнға бөлу керек, мысалы, қаржылық қаржыландыру стратегиялары, бағалы қағаздарды қаржыландыру стратегиялары және т.б. Бұл ретте шығындарды азайту үшін бос тұрған қорларды жетілдіру қажет [4, 84 б.].

Күрделі салымдар үшін қаржылық басқару мақсаттары: Бизнес Капитал стратегиясын таңдаудағы бірінші қадам инвестициялық масштабты стратегиялық таңдау болып табылады. Инвестициялық жобаны жобалаудың барлық процесінде күрделі жобаның дизайнын жетілдіруді қамтамасыз ету қажет. Инвестициялық стратегиялық мақсаттарға қатысты мәселелерді кеңейту үшін пайдалану қажет. инвестициялық жобаның негізгі мақсаттары және максималды пайда. Экономикалық міндеттерді талдауда пайданы барынша арттыру негізге алынуы керек. Екіншісі – стратегиялық стандарттарды жетілдіру, оның ішінде кәсіби инвестициялық стратегиялар өте маңызды және соңғы жылдардағы үздіксіз дамумен олардың инвестициялық стратегиялары да әртараптандыруды көрсетті. Қандай құбылыс орын алса да, ол қаражатты қолдаудан бөлінбейді. Тәжірибелік тұрғыдан біз әртараптандырылған стратегиялық тұжырымдамаларды тұжырымдап, дәстүрлі инвестициялық құрылымды өзгертіп, корпоративтік табыс пен құндылықты барынша арттыруымыз керек. Үшіншісі – инвестициялық капитал сыйымдылығы тұрғысынан талдау. Инвестициялардың тұтастығын түбегейлі қамтамасыз ету үшін осыған байланысты мәселелерді оңтайландыру және талдау қажет. Технологияны тиімді

түрде максималды пайданы арттыра алатын технологияны қажет ететін стратегияларға біріктіруге болады.

Қазіргі уақытта кәсіпорын тұрақты дамуға қол жеткізгісі келсе, ол пайданы бөліп, содан кейін стратегиялық мәселелерді талдауы қажет. Әсіресе үлестік саясатты құрастырған кезде шындықтан шығып, кәсіпорынның негізгі жағдайын нақтылау қажет. Содан кейін талдау қаржыландыру қажеттілігі немесе басқа мазмұн. Қатаң айтқанда, дивидендтік саясаттың төрт негізгі түрі бар, атап айтқанда қалдық үлестік саясат, тұрақты үлестік саясат, тіркелген капитал саясаты және төмен қалыпты дивиденд және қосымша дивиденд саясаты. Саясаттың қай түрі болса да, пайданы барынша арттыру мақсатын талдап, толық саясат жүйесін қалыптастыру қажет. Сонымен қатар, оны дамыту процесінде бар әртүрлі тәуекелдерді одан әрі талдау және инвестициялық тиімділікті көзге көрінбейтін түрде жақсартуға болатын мақсатты түзетулер енгізу қажет.

Кәсіпорында қаржылық басқару жүйесін жетілдіру, шығындарды төмендету, қаржы ресурстарын тиімді пайдалануды басқарудың қажеттілігін кәсіпорын басшылары мен менеджерлері тез түсінеді. Бұл жерде туындайтын мәселе біреу ғана, ол осы шараларды қалай жүзеге асыру жолдарын қарастыруды талап ету, есептеу жолдарын жетілдіру. Өнімнің өзіндік құнын есептеу жолдарын жетілдіру, қолда бар қорлар бар жағдайында сатып алу көлемін қалай жоспарлау керек, қандай процестерді жетілдіруге ең алдымен қаражаттарды инвестициялау керек және т.б. осындай басты мәселелерді шешу кәсіпорын үшін өте маңызды болып табылады [5, 92 б.].

Сонымен қатар, кәсіпорында әртүрлі деңгейдегі менеджерлерге нарықтың күшейген бәсекелестік жағдайында басқарушылық шешімді қабылдауға мүмкіндік беретін, қаржы ресурстарын басқару жүйесін жасаудың объективті қажеттілігі де бар. Мәселенің өзектілігі Қазақстанның жеке меншік иелігіндегі және өз қызметінің ерекше салалық, өндірістік және технологиялық ерекшеліктеріне ие, құрылыс кәсіпорындары үшін оның жеткіліксіз жасалуымен күшейеді.

Нарықтық экономика жағдайындағы кәсіпорынның қаржылық ресурстарын басқаруды жетілдірудің жолдарын анықтау бұл кәсіпорын үшін өте маңызды болып табылады. Бұл мақсаттарға жету үшін келесі міндеттерді орындау қажет:

- экономикалық қатынастардың субъектілері ретінде кәсіпорындарды ресурстарын басқарудың мәні мен міндеттерін талқылаумен байланысты, қазіргі уақыттағы сұрақтарды қарастыру;

- Қазақстан кәсіпорындарын қаржылық ресурстармен қамтамасыз ету үшін сыртқы ортаның ерекшеліктерін талдау, олардың қызметінің тиімділігін жоғарылататын резервтерді айқындау;

- кәсіпорынның ресурстарын басқару әдістерін сипаттау, Қазақстандық кәсіпорындардың әдістерді қолдану ерекшеліктерін қарастыру;

- кәсіпорынның қаржылық ресурстарының қалыптасуын жан-жақты зерттеу және талдау;

- ресурстарды басқару тиімділігін жақсарту бойынша экономикалық талдау негізінде ұсыныстарды дайындау;

- қаржы ресурстарының қалыптасуына, кәсіпорынның кадрлар саясатының әсер етуін сипаттау;

- кәсіпорындарда қаржы ресурстарын пайдаланудың тиімділігін талдау;

- кәсіпорынның ресурстарды басқару стратегияларының негізгі бағыттарын өңдеу;

- қаржылық ресурстардың қалыптасуының көзі ретінде кәсіпорындардың табыстылығын жоғарылату бойынша ұсыныстарды енгізу;

Қорыта келе, кәсіпорынды басқарудағы қаржылық менеджменттің орны ерекше болып табылады. Бұл қаржы менеджменті арқылы кәсіпорынның жалпы қызмет ету жағдайы, оның нарықтық экономикадағы бәсеке қабілеттілік орны, кәсіпорын активтерінің құрамы мен

құрылымын талдау, кәсіпорынға қажетті ресурстар көзін анықтау, кәсіпорынның қаржылық жағдайын талдау, бақылау, үйлестіру және ынталандыру іске асырылады.

Шаруашылық жүргізуші субъектінің қаржылық жағдайы – бұл оның қаржылық бәсекеқабілеттілігінің (яғни төлем қабілеті, несие қабілеті) сипаттамасы, қаржылық ресурстарды және капиталды қолдануы, мемлекет және өзгеде шаруашылық субъектілері алдындағы міндеттемелерін орындау болып табылады. Шаруашылық жүргізушісі субъектінің қаржылық жағдайы кеселі талдауларды енгізеді: табыстылықпен рентабельділік, қаржылық тұрақтылық, несиеқабілеттілік, капиталды пайдалану, валюталық өзіндікқайтарым [6, 15б.].

Қаржылық жағдайды талдау үшін ақпарат көзіне болып бухгалтерлік баланс және оған қосымша, статистикалық және жедел есеп беру жатады. Талдау мен жоспарлау үшін шаруашылық жүргізуші субъектісіндегі әрекет етуші нормативтер қолданылады. Әр бір шаруашылық субъектісі өзіннің жоспарлы көрсеткіштерін, нормаларын, нормативтерін, тарифтерін және лимиттерін, оларды бағалау мен қаржы жүйесін реттеу жүйесін жасайды. Бұл ақпарат оның коммерциялық құпиясын, кейде ноу-хауды да құрайды.

Қаржылық есеп берушілік – кәсіпорынның қаржы жағдайы туралы өз уақытындағы, объективті және дәл көп аспектілі ақпараттарды көмегімен іскер шешімдер қабылдау үшін пайдаланушыларға оңайлы және түсінікті формада жеткізу мақсатында қаржылық есепке алу көрсеткіштерінің құжаттық негізде құрастырылған есеп беру формаларының жиынтығы .

Кәсіпорынның қаржылық қызметін талдау үшін мәліметтердің негізгі көзі – есептік бухгалтерлік баланс, балансқа қосымшалар. Қаржылық қордың және оның жеке баптарының мазмұнын дәйектейтін басқада есептік формалар қаржы көрсеткіштеріне әсер ектен факторларды зерттеуге мүмкіндік береді. Сонымен қатар, қаржылық жоспардың тартылған мәліметтер дебиторлық және кредиторлық борыштарының қалыптасуының мерзімін көрсетеді.

Экономикалық жаһанданудың тоқтаусыз толқынымен бетпе-бет келіп, білім экономикасы өркендеуде, ақпараттық технологиялар, коммуникациялық технологиялар және электрондық коммерция өркендеуде, виртуалды компаниялар пайда болуда, кәсіпорын топтары үлкенірек және күшті болуға ұмтылуда және т.б. әрбір аспектінің сипаттамалары және олардың Ол қаржылық менеджментке қиындықтар туғызады. Жаңа жағдайда қазақстандық кәсіпорындардың қаржылық менеджментін халықаралық стандарттармен қалай біріктіру және менеджментті күшейту арқылы экономикалық тиімділікті арттыру теория мен практиканы ұштастырудан жақсы шешілген жоқ. біздің еліміздің экономикалық дамуы қаржылық міндеттемелердің кеңеюіне әкелді, сонымен қатар қаржылық практика мен теорияның дамуына үлкен мүмкіндік берді. Дегенмен, қазіргі қаржылық даму деңгейімен салыстырғанда, біздің еліміздің кәсіпорының қаржы менеджментінің теориялары мен әдістері бойынша зерттеулері арасында әлі де үлкен алшақтық бар және оны жетілдіру қажет.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Мадиярова Э.С., Сүйеубаева С.Н. Қаржылық менеджмент. – Алматы: «Экономика», 2013 ж.
2. Дүйсенбаев К.Ш., Төлегенов Э.Т., Жұмағалиева Ж.Г. Кәсіпорынның қаржылық жағдайын талдау. – Алматы: «Экономика», 2011 ж.
3. Юн Г.Б. Антикризисное управление. / Учеб. пособие. 2-е изд. М., 2008.
4. Ковалов В.В. Практикум по анализу и финансовому менеджменту 2012 ж.
5. Мельников В.Д., Ильясов К.К. Қаржы – Алматы: Қаржы – қаражат, 2015 ж.
6. <https://www.turboreferat.ru/management/arzhlyly-menedzhmentt/42355-224563-page5.html>
7. <https://articlekz.com/kk/article/31081>

Авторлар туралы мәліметтер

*Сырлыбаева Макпал Торбековна - магистр, аға оқытушы, Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті, e-mail: s.makpal-84@mail.ru

** Нұржан Құндыз – «Қаржы» мамандығының студенті, Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті, e-mail: hundez7@inbox.ru

Сведения об авторах

*Сырлыбаева Макпал Торбековна - магистр, старший преподаватель, Казахский национальный педагогический университет имени Абая, e-mail: s.makpal-84@mail.ru

**Нуржан Құндыз - Студентка специальности «Финансы», Казахский национальный педагогический университет имени Абая, e-mail: hundez7@inbox.ru

Information about the authors

* Syrlybayeva Makpal - master, senior lecturer, Kazakh National Pedagogical University named after Abaya, e-mail: s.makpal-84@mail.ru

**Nurzhan Kundyzy - Student majoring in "Finance", Kazakh National Pedagogical University named after Abaya, e-mail: hundez7@inbox.ru

THE PECULARITIES OF PERSONNEL MANAGEMENT IN INTELLECTUAL AND CREATIVE ORGANIZATIONS

Seithan D.E¹.

¹Kurmangazy Kazakh National Conservatory,
Almaty, Republic of Kazakhstan

Scientific supervisor: R.A. Malaeva.
Kurmangazy Kazakh National Conservatory,
Almaty, Republic of Kazakhstan

Annotation. The article presents the features of personnel management in project management in intellectual and creative organizations. The influence of modern global trends in personnel management in the project management of intellectual projects and organizations is considered. The authors reveal the tasks and characteristic features of personnel management within the framework of project work focused on the active use of human resources. Within the scope of the article, the features of team formation and the choice of a leader in the project management of intellectual and creative organizations are highlighted, specific risks of personnel management are highlighted.

Keywords: personnel management, project management, intellectual and creative organizations, project team, project manager, risks of personnel management.

ЗИЯТКЕРЛІК ЖӘНЕ ШЫҒАРМАШЫЛЫҚ ҰЙЫМДАРДАҒЫ ПЕРСОНАЛДЫ БАСҚАРУ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ

Сейітхан Д. Е.¹

Құрманғазы атындағы Қазақ Ұлттық консерваториясы,
Алматы қ., Қазақстан Республикасы
Ғылыми жетекшісі: Малаева Р. А.
Құрманғазы атындағы Қазақ Ұлттық консерваториясы,
Алматы қ., Қазақстан Республикасы

Аннотация. Мақалада зияткерлік және шығармашылық ұйымдардағы жобалық менеджменттегі персоналды басқару ерекшеліктері келтірілген. Зияткерлік жобалар мен ұйымдардың жобалық менеджментіндегі персоналды басқарудың қазіргі әлемдік тенденцияларының әсері қарастырылады. Авторлар адам ресурстарын белсенді пайдалануға бағытталған жобалық жұмыс шеңберінде персоналды басқарудың міндеттері мен сипаттамаларын ашады. Мақала тақырыбы аясында зияткерлік және шығармашылық ұйымдарды жобалық басқаруда команданы қалыптастыру және көшбасшыны таңдау ерекшеліктері, персоналды басқарудың нақты тәуекелдері ерекшеленеді.

Түйінді сөздер: персоналды басқару, жобаны басқару, зияткерлік және шығармашылық ұйымдар, жоба командасы, жоба менеджері, персоналды басқару тәуекелдері.

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ И ТВОРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

Сеитхан Д.Е.

Научный руководитель: Малаева Р.А.
Казахская Национальная консерватория имени Курмангазы,
г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация. В статье представлены особенности управления персоналом в проектном менеджменте в интеллектуальных и творческих организациях. Рассматривается влияние современных мировых тенденций управления персоналом в проектном менеджменте интеллектуальных проектов и организаций. Авторы раскрывают задачи и характерные особенности управления персоналом в рамках проектной работы, ориентированной на активное использование человеческих ресурсов. В рамках тематики статьи выделяются особенности формирования команды и выбора руководителя в проектном управлении интеллектуальных и творческих организаций, выделяются специфические риски управления персоналом.

Ключевые слова: управление персоналом, управление проектом, интеллектуальные и творческие организации, команда проекта, руководитель проекта, риски управления персоналом.

Before talking about the peculiarities of personnel management in intellectual and creative organizations, it is necessary to identify the basic concepts. In this article, by intellectual and creative organizations we will understand companies whose main activity is not the production of goods and services or trade, but the creation of some kind of intellectual product. These are companies working in the field of science, culture, art or media.

We can say with confidence that the principles and procedures of personnel management in such organizations, in comparison with other companies, have a number of important distinctive peculiarities. First of all, these distinctions are due to the difference in the organizational structure of both companies. Below we will look at the main differences between organizations engaged in intellectual and creative activities and companies producing quite material commodities.

Features of the structure of creative organizations: the degree of materiality and structure. The creative nature of the final product determines a less rigid structuring of relations in the process of its manufacturing. Therefore, the organizational structure of intellectual labor companies is more flexible. Also, creative organizations are less formalized and created in violation of the principles of hierarchical structure.

There are several classic types of organizational structure of firms and enterprises: functional, linear-functional, divisional (regional and product), matrix (designing) and, in some cases, network structures. However, none of the above listed classical management structures in its purest form can be applied to an organization engaged in intellectual activity. This is due to the great importance of the creative, intellectual component, a significant degree of personalization of labor results and individualization of management processes in such companies [1, с.103].

A machine-building plant may well be organized according to a linear-functional principle, when the general director is directly subordinate to the financial and commercial director, the production director, the deputy for administrative issues, the director of advertising and PR, the human resources director, and the head of security, who, in their turn, manage the relevant departments, divisions, and services.

The trading network can be built on a regional divisional principle, which assumes that the general director directly supervises the directors in the North-Western, Central districts, etc., who, in turn, manage the business locally. A mobile communications company can be organized according to a matrix functional-divisional principle, according to which each specialist reports to two bosses: for the administrative part and for the functional part, i.e. the head of the IT department of the North-West macro-region on issues related to technology reports to to the GT director of the parent company, and on issues related to the payment of salaries, work schedules, and interaction with the team, to the

director of the regional branch. A company in the intellectual sphere can be built by any of the above methods, but the maximum efficiency of its management will not be achieved in any case. A creative, intellectual organization requires a special organizational structure and a corresponding management structure. The management structure in a creative organization should be more flexible than in any other company built on a functional, linear-functional, divisional, matrix or any other principle. The characteristic feature of the management structure of a creative organization is that it is focused on people. The importance of each individual in managing such a company is extremely high.

Less hierarchy. One of the characteristic features of the management structure of an organization producing an intellectual product is its lower hierarchy compared to production, trading organizations and companies operating in the service sector. The ties of subordination between employees here are not fixed once and for all and may change. An example is the activity of some media, such as publishing houses, which produce not one, but several products. Here, the same person in one publishing house can act as an editor and have employees subordinate to him, and in another publishing house he can be the author of separate publications and report to another editor. At the same time, it is possible that the subordination will be cross if the both editors publish articles in publishing houses of each other. Hierarchy in its traditional form is broken, but for a creative company this is not a problem.

The same thing happens in organizations working in the field of science. When implementing several scientific projects within one certain company, the same specialist may occupy a different position in the subordination structure for each project. When assigning an employee's position in each individual creative or scientific project, it is necessary to take into account his intellectual abilities, personal characteristics, creative potential, etc. One of the features of creative organizations is that the efficiency of the staff may be very high, but it is stronger than in other types of organizations dependent on the psycho-emotional condition of employees.

The innovative nature of creative organizations. Another feature of creative and intellectual organizations is their innovative nature - they offer society an intellectual product, which means they must correspond to the requirements of market, or the better way is to be ahead of the market situation, which is achieved through the implementation of the constant innovations. In this regard, in such companies, the proposal of new ideas by employees is especially welcomed. Further on, if the management in organization is based on a team principle, the "implementer" deals with these ideas [2, c.45].

If the company practices an individual approach to managing by the key employees, then the greater value is not that the employee who is able to generate new ideas, but that one who can serve as both an organizer and an ideologist for the implementation of these ideas. Orientation of the management structure of creative organizations on the personnel. The management structure of a creative organization is built around the key employees who are iconic for the company and, due to their managerial, creative abilities and charisma, act as a kind of "think-tank" that generates new ideas. These can be either brilliant creative individuals, talented people and scientists, or simply active employees.

As a rule, creative people sooner or later choose intellectual, creative organizations to work, although many of them also work in ordinary companies (working in the field of production, trade, services). However, if in an ordinary organization for effective management it is necessary to limit the creative impulses of employees, then in intellectual companies such impulses, on the contrary, are encouraged, and the management structure is built around the most creatively active people. In this case, management in creative organizations is built up according to the following principle: creative people need to be managed, and they, in their turn, organize the work process around themselves.

The features of management in creative organizations: individuals or teams. Management in creative and intellectual organizations can be built on a team or individual (management of individual key employees) principle.

The principle of team structure in creative organizations involves dividing the entire team into groups. Each group must implement the following roles, which involve the performance of certain functions: Idea Generator, Organizer (Idea Implementer), Skeptic, Executors, etc. [3, c.66].

Management of individual key employees is built according to a “node” diagram: the organization acts as a kind of “network” in which all structural, creative, and work processes are concentrated around the main “nodes”. The centers of these nodes are the key employees, each of whom the management coordinates individually.

Let's give an example. The employee manages the project for the development of KKK equipment. In the process of activity, he comes up with ideas that can help to optimize, modernize, and improve the work process and he puts them into practice. He also has ideas that are not related to his current activities, for example, about the LLL product, which he puts in writing and passes on to the management. He also writes scientific articles, develops additional (not related to his current work) projects, makes scientific and applied discoveries, creates know-how, etc., which can be applied by other departments of the company. These are exactly those employees who are the most valuable to the organization. The management system is often built up around the intellectual employees, not because they are good managers, but because they are centers of business and creative activity, and HR (human resources) policies are focused on attracting and keeping such people in the company.

Features of rotation and remuneration. In intellectual organizations, the expanded rotation is possible - not only horizontal, but also vertical. Employees can conditionally move both up and down the career ladder. We say “conditionally” because the career ladder in the usual sense does not exist in such companies.

This leads to another feature of the organizations: the lesser dependence of wages on the employee's hierarchical position, the position he occupies in the company, and the greater dependence on his intellectual and creative abilities. Thus, when transferring to another position in a creative organization, a person, as a rule, does not lose in salary, or, if he is demoted, he loses, but only slightly. An employee can also receive a salary increase while remaining in the same position.

In some scientific and creative organizations, an employee may receive more than his manager. For example, in the media, top correspondents are often paid higher than their editors. In scientific organizations, the salary of the director of the institute and the scientific supervisor may differ in favor of the latter one. In particular, in Sweden, the salary of a scientific director of a Scientific Institute depends primarily on the qualifications and scientific importance of this employee and can be higher than that of the Prime Minister, apart from the director of the same institute.

The value of creative employees. Based on the above features of creative and intellectual organizations, we can draw the following conclusion: the value of employees is defined here differently than in production, trade organizations and service companies. A knowledge worker is perceived here as:

- “center of business activity”, to a certain extent it performs work similar to the work of a manager, organizing people around him and creating an active creative atmosphere (i.e., the degree of charisma is evaluated);
- a person holding a certain position in the company and performing certain functional duties;
- a person who has creative potential and intellectual capabilities to work in this organization;
- a person who creates added value for the company;
- source of innovative activity, generator of ideas and ideologist of their implementation. [4, c.36].

Difficulties in managing talented employees. Naturally, such a personal, personalized orientation of the management structure leads to a number of difficulties associated with increasing the value of individuals for the organization and turning key employees into “irreplaceable people.” For the same reason, flexible working hours should be introduced for both creative employees and the technical staff who support them and their activities. The difficulty lies in the need for a special approach to motivating valuable employees (after all, the quality of the product depends largely on their creative potential) and conducting various events and loyalty programs to retain them in the company.

Of course, it is possible to prevent the resigning of valuable employees, but only if you take all the measures described above before the first signs of staff demotivation appear.

The first difficulty in managing talented people is due to the fact that the effectiveness of these valuable employees depends not only on their qualifications and physical condition, but also on their psycho-emotional condition and general mood (in other organizations the psycho-emotional condition of employees does not matter so much). Therefore, it is necessary to pay special attention to the company's HR management.

The second difficulty is the behavior of creative employees is difficult to predict and, therefore, regulate. Therefore, the creative organization has to create the significant reserve of products, pay more attention to pre-planning and ensure greater financial stability.

An alternative could be the release of a "less creative" product, less dependent on the psychological state of the creative team and capable of providing a stable financial flow (at the level of covering fixed expenses).

It is clear that periods of the key employees' creative activity may not coincide with the production cycles of the enterprise therefore it is imperative to create a stock of products, otherwise the company will periodically suffer shortages.

Additional motivation and growth of the employee value. Considering that the main resource of creative, scientific, and cultural organizations are employees, much attention is paid to their training and improving their professional level. In addition, various educational programs are one of the non-financial motivation factors that help to increase the employee loyalty and efficiency.

The high importance of non-material motivation for creative employees is an axiom that does not require proof. As an example of high non-material motivation to work, we can take the employees of Russian research institutes, who, in especially difficult times for the domestic economy, did not quit their jobs, despite the systematic delay of salaries.

Evidence of the importance of non-material motivation is the relatively low remuneration of scientists' work. Let's analyze the salary levels of employees with the same qualifications. For example, the salary of marketing journalists and journalists specializing in the field of finance, management, organization management, etc., in the media is significantly (up to 2 times) lower than the earnings of marketers engaged in trade, or financiers working in a bank, with the same qualification [5, c.58].

However, people continue to work in the media, scientific and creative organizations. This is due to a number of factors that defy conventional economic interpretation. Employees in such companies are motivated not so much by money as by other, intangible factors. In the media this can be fame and power over the consciousness of the masses, in scientific activity - creativity and satisfaction from communicating with like-minded people, in cultural organizations - creativity and freedom of thought, in companies engaged in public activities - awareness of one's usefulness for society, etc. .

The motivation system in creative organizations must be created taking into account these non-material needs of employees. A creative person, an intellectual worker, when coming to work, must realize that only in a creative organization can he fully realize his potential and become a "star".

Additional motivation for employees of creative organizations is the presentation of prizes, titles, etc. Fight against the «brain drain» of talented personnel. Taking into account that the characteristics of the key employees and their attempts to become indispensable, it is necessary to create significant personnel reserves in a creative organization, which can be used, or may remain unclaimed in the coming years.

Organizations in the creative and intellectual sphere need to conduct careful monitoring of the labor market and large-scale work with young people to identify potentially talented people who can create a greater added value for these companies.

So, for the media, this involves working with a large number of interns, student interns, analyzing their creativity and ability to work on a permanent basis. For a company engaged in scientific activities, this means cooperation with universities, searching for talented students to attract them to work, implementing educational projects in educational institutions, etc.

Working with the personnel reserve is one of the most important areas of development of creative and intellectual organizations. Attracting personnel. To attract employees, creative organizations, like no other, need to conduct active PR. PR is needed to make:

- applicants see the company as an attractive potential employer;
- people get an understanding in advance of the nature of work and relationships in the company, which will reduce the probability of “the deceived expectations” situation;
- employees of creative organizations understand that working in this organization they will get
- additional prestige, increase their value on the labor market and create a brand out of their name [6, с.71].

However, one should remember the eternal danger: by creating a brand from an employee’s name, the employer risks to see his brainchild soon in the service of competitors.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Белбин, Рэймонд М. Команды менеджеров: как объяснить их успех или неудачу / Р. М. Белбин - М.: Ки-вйтс, 2019. - 238 с. ISBN:978-5-99008875-7

2. Бетанова, И. Роль HR в управлении проектами / Бетанова И. // Справочник по управлению персоналом [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://hr-portal.ru/article/rol-hr-v-upravlenii-proektami?page=5> (дата обращения 14.10.2023).

3. ДеВитт, Джин. 5 приемов для грамотного руководства командой / Джин ДеВитт // Harvard Business Review Россия (<http://hbr-russia.ru/upravlenie/upravlenie-personalom/p14642/>) (дата обращения 14.10.2023).

4. Евневич, М. А. Особенности управления персоналом в интеллектуальных и творческих организациях / М. А. Евневич // [Электронный ресурс]. - Режим доступа: HR-портал <http://www.kaus-group.ru/knowledge/300-articles/material/207> (дата обращения: 05.10.2023).

5. Кумков, А. Управление персоналом в проектной деятельности / А. Кумков // [Электронный ресурс]. - Режим доступа: HR-портал <http://hr-portal.ru/article/upravlenie-personalom-v-proektnoy-deyatelnosti?page=0> (дата обращения: 05.10.2023).

6. Михеев, В. А. Рабочая команда как сетевая структура, индуцирующая единое креативное поле / А. В. Ше-вырев, В. А. Михеев, М. А. Федотова // Академический бизнес-журнал «Экономические стратегии» 2023. - № 5. - С. 64-67.

Сведения об авторах

*Сейтхан Дариға Еділқызы – студент 1-курса, специальности «Арт-менеджмент», Казахская Национальная консерватория имени Курмангазы. e-mail: art.knk@mail.ru

**Научный руководитель: Малаева Раушан Аманбековна - к.э.н. доцент, Казахская Национальная консерватория имени Курмангазы. e-mail: Rauka.ru@mail.ru

Авторлар туралы мәліметтер

* Сейтхан Дариға Еділқызы-"Арт-менеджмент" мамандығының 1 курс студенті, Құрманғазы атындағы Қазақ ұлттық консерваториясы. e-mail: art.knk@mail.ru

** Ғылыми жетекшісі: Маллаева Раушан Аманбекқызы- э.ғ.к. доцент, Құрманғазы атындағы Қазақ ұлттық консерваториясы. e-mail: Rauka.ru@mail.ru

Information about the authors

*Seitkhan Dariga Edilkyzy – 1st year student, specialty "Art Management", Kurmangazy Kazakh National Conservatory. e-mail: art.knk@mail.ru

**Supervisor: Mallayeva Raushan Amanbekovna - Candidate of Economics, Associate Professor, Kurmangazy Kazakh National Conservatory. e-mail: Rauka.ru@mail.ru

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ И МАРКЕТИНГ

Тусупбекова А.А.¹, Асанова А.Ж.²

^{1,2}Казахский Национальный Педагогический университет имени Абая, г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация. Статья "Искусственный интеллект и маркетинг" исследует влияние современных технологий искусственного интеллекта на стратегии маркетинга. В статье рассмотрены ключевые аспекты внедрения и использования ИИ в маркетинговых практиках, такие как анализ данных, прогнозирование тенденций рынка, персонализация контента и использование чат-ботов для обслуживания клиентов. Освещены вызовы, такие как вопросы конфиденциальности данных и обучение персонала, а также предложены решения для эффективного взаимодействия с новыми технологиями. Статья приглашает читателя к размышлению о будущем маркетинга, где ИИ играет ключевую роль в улучшении опыта потребителей и повышении эффективности маркетинговых стратегий.

Ключевые слова: Искусственный интеллект, внедрение, персонал, маркетинг, стратегия

ЖАСАНДЫ ИНТЕЛЛЕКТ ЖӘНЕ МАРКЕТИНГ

Тусупбекова А.А.¹, Асанова А.Ж.²

^{1,2}Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

Аңдатпа. «Жасанды интеллект және маркетинг» мақаласы заманауи жасанды интеллект технологияларының маркетингтік стратегияларға әсерін зерттейді. Мақалада деректерді талдау, нарықтық үрдістерді болжау, мазмұнды жекелендіру және тұтынушыларға қызмет көрсету үшін чат-боттарды пайдалану сияқты маркетингтік тәжірибеде AI енгізу және пайдаланудың негізгі аспектілері талқыланады. Деректер құпиялылығы және қызметкерлерді оқыту сияқты қиындықтарға тоқталып, жаңа технологиялармен тиімді әрекеттесу шешімдері ұсынылады. Мақала оқырманды маркетингтің болашағы туралы ойлауға шақырады, мұнда AI тұтынушы тәжірибесін жақсартуда және маркетингтік стратегияларды тиімдірек етуде маңызды рөл атқарады.

Түйін сөздер: Жасанды интеллект, іске асыру, персонал, маркетинг, стратегия

ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND MARKETING

Tusupbekova A.A.¹, Assanova A.Zh.²

^{1,2}Kazakh National Pedagogical University named after Abay, Almaty, Kazakhstan Republics

Annotation. The article "Artificial Intelligence and Marketing" explores the impact of modern artificial intelligence technologies on marketing strategies. The article discusses key aspects of the implementation and use of AI in marketing practices, such as data analysis, forecasting market trends, content personalization and the use of chatbots for customer service. Challenges such as data privacy and employee training are highlighted, and solutions for effectively interacting with new technologies are proposed. The article invites the reader to think about the future of marketing, where AI plays a key role in improving the consumer experience and making marketing strategies more effective.

Keywords: Artificial intelligence, implementation, personnel, marketing, strategy

В последние десятилетия искусственный интеллект (ИИ) прочно вошел в различные сферы человеческой деятельности, включая мир маркетинга. С появлением передовых технологий, таких как машинное обучение и анализ больших данных, маркетологи начали использовать ИИ для оптимизации своих стратегий и улучшения взаимодействия с потребителями. При написании статьи мне не нужно было лишней раз искать информацию, ведь ИИ обучен всем у что есть в мире и все данные он пропустил с себя и улучшил.

Искусственный интеллект в маркетинге:

1. Анализ данных и прогнозирование:

Искусственный интеллект способен обрабатывать огромные объемы данных за короткое время. Это позволяет маркетологам анализировать поведение потребителей и делать точные прогнозы тенденций рынка. Искусственный интеллект в маркетинге выступает как мощный аналитический инструмент, способный обрабатывать и анализировать огромные объемы данных. Методы машинного обучения позволяют выявлять скрытые закономерности в поведении потребителей и предсказывать тенденции рынка. Путем анализа исторических данных маркетологи могут принимать более обоснованные стратегические решения и адаптироваться к изменениям в потребительском спросе.

2. Персонализация контента:

ИИ позволяет создавать персонализированный контент, учитывая индивидуальные предпочтения и поведение потребителей. Это повышает эффективность маркетинговых кампаний и уровень вовлеченности аудитории. ИИ дает возможность создавать контент, адаптированный к индивидуальным предпочтениям каждого потребителя. Алгоритмы машинного обучения анализируют историю взаимодействия пользователя с контентом, определяя его интересы, предпочтения и поведенческие тенденции. На основе этих данных маркетологи могут предлагать персонализированный контент, увеличивая вероятность привлечения внимания и вовлеченности аудитории.

3. Чат-боты и обслуживание клиентов:

Использование чат-ботов на основе ИИ улучшает процесс обслуживания клиентов, предоставляя быстрые и точные ответы на запросы потребителей, что способствует улучшению опыта взаимодействия с брендом. Использование чат-ботов, основанных на ИИ, революционизирует область обслуживания клиентов. Эти виртуальные ассистенты способны предоставлять мгновенные и точные ответы на вопросы потребителей, обрабатывать запросы в реальном времени и даже предлагать решения проблем. Это улучшает общий опыт взаимодействия с брендом и способствует удержанию клиентов. [1]

Каждый из этих аспектов демонстрирует, как искусственный интеллект не только улучшает эффективность маркетинговых кампаний, но также способствует более глубокому и значимому взаимодействию с потребителями, переопределяя стандарты индустрии и создавая новые возможности для развития брендов.

Вызовы и перспективы:

1. Конфиденциальность и безопасность:

С ростом использования ИИ в маркетинге возникают вопросы о конфиденциальности данных и безопасности информации потребителей. С ростом использования ИИ в маркетинге возникают серьезные вопросы о конфиденциальности и безопасности данных потребителей. Сбор и анализ больших объемов личной информации требует строгих мер безопасности. Бренды должны активно работать над укреплением систем хранения данных, применять шифрование и соблюдать регуляторные нормы, такие как Общий регламент по защите данных (GDPR) в Европе. Сохранение доверия потребителей к бренду зависит от прозрачности и ответственного использования их персональной информации.

2. Обучение и адаптация:

Маркетологи сталкиваются с необходимостью обучения персонала для эффективного использования новых технологий ИИ. Интеграция ИИ требует от маркетологов не только технической готовности, но и культурного изменения внутри организации. Способность персонала эффективно использовать новые технологии, понимать их преимущества и

ограничения, играет решающую роль в успехе внедрения. Обучение сотрудников новым навыкам и развитие культуры постоянного обучения становятся ключевыми факторами, чтобы организации могли адаптироваться к быстро меняющейся маркетинговой среде.

3. Этика и прозрачность:

Сложные алгоритмы ИИ могут иногда принимать решения, которые трудно объяснить. Это поднимает вопросы этики и прозрачности в использовании искусственного интеллекта в маркетинге. Как бороться с предвзятостью алгоритмов? Как обеспечить, чтобы ИИ не допускал дискриминации или несправедливого обращения с потребителями? Сознательное стремление к этичному использованию ИИ в маркетинге становится важным элементом стратегии бренда, особенно в условиях увеличенного общественного внимания к этим вопросам.

4. Интеграция с человеческим фактором:

С ростом автоматизации в маркетинге возникает вопрос о сохранении человеческого элемента в взаимодействии с потребителями. Как совместить автоматизированные процессы с необходимостью создания эмоциональной связи с аудиторией? Использование ИИ для повышения эффективности не должно затушевывать важность человеческого творчества и интуиции в разработке маркетинговых стратегий. [1]

Искусственный интеллект становится неотъемлемой частью современных маркетинговых практик, предоставляя новые возможности и вызовы. Эффективное использование ИИ в маркетинге требует баланса между инновациями и обеспечением безопасности данных, чтобы обеспечить успешное взаимодействие с целевой аудиторией и улучшить результаты кампаний. Эффективное использование искусственного интеллекта в маркетинге предоставляет огромные возможности для роста и инноваций. Однако, чтобы максимизировать выгоды от этих технологий, бренды должны активно решать вызовы конфиденциальности данных, обучения персонала, этики и интеграции ИИ с человеческим фактором. Только так можно обеспечить устойчивое и ответственное внедрение искусственного интеллекта в маркетинговые практики.

Пример использования ИИ в маркетинге:

Маркетолог компании X решил внедрить искусственный интеллект для оптимизации своих рекламных кампаний и улучшения взаимодействия с клиентами. Он использовал алгоритмы машинного обучения для анализа поведения потребителей и предсказания тенденций рынка.

Путем обработки огромных объемов данных о покупках, предпочтениях и действиях клиентов, маркетолог создал персонализированные рекламные материалы. Алгоритмы ИИ помогли выделить ключевые характеристики и интересы каждого клиента, что позволило создать рекламу, наиболее релевантную для каждого индивида.

Чтобы улучшить обслуживание клиентов, маркетолог также внедрил чат-бот на основе искусственного интеллекта. Чат-бот предоставлял быстрые и точные ответы на вопросы клиентов, а также предлагал персонализированные рекомендации на основе предыдущих покупок.

В результате этих инноваций компания X смогла не только увеличить эффективность своих рекламных кампаний, но и улучшить общий опыт взаимодействия с брендом. Клиенты оценили персонализированный подход, что привело к росту лояльности и увеличению конверсии. Маркетолог использовал ИИ не только как инструмент автоматизации, но и как средство глубокого понимания потребительского поведения, что в конечном итоге повлияло на успех маркетинговых стратегий компании. Для важности понимания работы с ИИ, по этому примеру компании X, можно будет провести анализ для более глубокого разбора статьи и работы маркетолога с ИИ.

Анализ примера использования ИИ в маркетинге:

Приведенный пример иллюстрирует успешное внедрение искусственного интеллекта в маркетинговые стратегии компании, что привело к заметным улучшениям в эффективности и взаимодействии с клиентами. Вот и результаты проведенного анализа по этому примеру:

1. Персонализация рекламы:

Маркетолог использовал алгоритмы машинного обучения для анализа данных, позволяя компании создавать персонализированный контент для каждого клиента. Этот подход позволил уйти от массовых кампаний и достигнуть более глубокого взаимодействия с каждым потребителем. Это так же открывает возможности брать крупные проекты для компании и увеличивать клиентскую базу, не теряя работу с каждым

2. Анализ данных и прогнозирование:

Использование алгоритмов машинного обучения для анализа поведения потребителей и предсказания тенденций рынка позволило маркетологу принимать более обоснованные стратегические решения. Это освободило время от рутинных задач и сосредоточило усилия на более стратегических аспектах маркетинга. Анализировать для маркетолога значит уйти в рутинную долгую работу, при данной работе стратегическое и творческое мышление маркетолога пропадает, благодаря возможностям ИИ, маркетолог сможет внедрить данные по которым нужно провести анализ и заниматься другими важными стратегическими и творческими моментами своей работы.

3. Обслуживание клиентов:

Внедрение чат-бота на основе искусственного интеллекта улучшило обслуживание клиентов. Клиенты получили мгновенные и точные ответы на свои вопросы, а также персонализированные рекомендации, что привело к повышению уровня удовлетворенности и лояльности. В пример так же можно привести социальную сеть “Instagram”, которая уже официально использует возможности ИИ для своих клиентов-предпринимателей. Предприниматели теперь могут разместить свой товар в социальной сети и внедрить чат-бот для обслуживания огромного количества клиентов, это поможет не потерять компании клиентоориентированность

4. Рост лояльности и конверсии:

Компания X смогла повысить лояльность клиентов благодаря персонализированному подходу и улучшенному обслуживанию. Результатом стало увеличение конверсии, так как клиенты более полноценно взаимодействовали с брендом, осознавая его внимание к их потребностям. И в этом пункте можно будет добавить пример выше, с внедрением социальной сетью “Instagram”, узнаваемость предприятий, которые работают с огромным количеством клиентов стали хорошо отзываться и чаще взаимодействовать, что позволило вырасти доходам.

5. Эффективность маркетинговых кампаний:

Внедрение искусственного интеллекта дало компании возможность более точно определить целевую аудиторию и создать более релевантный и привлекательный контент. Это сказалось на общей эффективности маркетинговых кампаний, что видно по увеличению конверсии и уровню удовлетворенности клиентов. В целом, пример компании X подчеркивает потенциал искусственного интеллекта в маркетинге для создания более персонализированных и эффективных стратегий, повышения вовлеченности аудитории и улучшения общего опыта потребителей.

Дополнительные возможности ИИ для маркетолога:

1. AR (Augmented Reality) и VR (Virtual Reality):

AR и VR предоставляют уникальные возможности для маркетинга, а искусственный интеллект может усилить их эффективность. Например, ИИ может анализировать данные о предпочтениях пользователей, чтобы создавать более персонализированный контент в AR и VR приложениях. Комбинирование технологий позволяет создавать интерактивные и вовлекающие виртуальные миры, которые настраиваются под уникальные потребности каждого пользователя.

2. Семантический анализ контента:

Семантический анализ контента с помощью ИИ позволяет понимать не только ключевые слова, но и контекст и эмоциональный окрас текста, изображений и видео. Это существенно для более точного таргетирования и создания контента, который лучше соответствует ожиданиям аудитории. Например, алгоритмы машинного обучения могут анализировать реакции на

определенный контент и предсказывать, какие элементы будут более привлекательными в будущем.

3. Прогнозирование трендов в реальном времени:

Прогнозирование трендов в реальном времени с использованием ИИ основывается на анализе огромных объемов данных. Маркетологи могут использовать эти прогнозы для более оперативной реакции на изменения в поведении потребителей и трендах рынка. Например, система машинного обучения может предсказать актуальные темы для рекламных кампаний или даже рекомендовать изменения в существующих стратегиях в реальном времени, учитывая динамику рынка.

4. Будущее искусственного интеллекта в маркетинге:

Рефлексия о будущем искусственного интеллекта в маркетинге может включать рассмотрение развития автономных систем принятия решений, усиления сотрудничества между ИИ и человеческим творчеством, а также более тесного взаимодействия ИИ с устройствами Интернета вещей (IoT). Возможные тенденции включают улучшение алгоритмов обучения, расширение спектра применения глубокого обучения и более тесное интегрирование ИИ в повседневные маркетинговые задачи.

В статье "Искусственный интеллект и маркетинг" было рассмотрено влияние современных технологий искусственного интеллекта на мир маркетинга. Исследование ключевых аспектов взаимодействия ИИ и маркетинга подчеркнуло, что эти технологии не просто автоматизируют задачи, но и революционизируют стратегии продвижения товаров и услуг.

Обсуждено, как алгоритмы машинного обучения обеспечивают анализ данных и прогнозирование, что дает маркетологам возможность принимать более обоснованные стратегические решения. Персонализация контента, основанная на ИИ, стала ключевым инструментом для улучшения взаимодействия с аудиторией. Чат-боты на основе ИИ усиливают обслуживание клиентов, предоставляя быстрые и точные ответы.

В контексте вызовов и перспектив уделено внимание на вопросы конфиденциальности и безопасности данных, необходимость обучения персонала, а также этические аспекты использования ИИ в маркетинге. Рассмотренные примеры и анализ показывают, что успешное внедрение искусственного интеллекта требует баланса между инновациями и ответственностью.

Глубже исследовав семантический анализ контента, прогнозирование трендов в реальном времени, использование AR и VR, а также рассмотрев будущее ИИ в маркетинге, видно, что интеграция этих технологий открывает новые горизонты для создания более вовлекающих, персонализированных и технологичных маркетинговых стратегий.

В конечном итоге, искусственный интеллект становится двигателем инноваций в маркетинге, создавая уникальные возможности для эффективного взаимодействия с аудиторией и достижения более глубокого понимания потребительского поведения. С постоянным развитием технологий мы можем ожидать, что ИИ продолжит переопределять стандарты маркетинговой практики, становясь неотъемлемой частью стратегий, направленных на удовлетворение потребностей современного рынка.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Искусственный интеллект [Электронный ресурс]. – 2023. – URL: <https://chat.openai.com/> (дата обращения: 15.11.2023).

Сведения об авторах

* Тусупбекова А.А. - Студент специальности «Маркетинг», Казахский Национальный Педагогический университет имени Абая, г. Алматы, Республика Казахстан, e-mail: tusupbekova_albina@mail.ru

** Асанова А.Ж., м.э.н. ст.преподаватель, Казахский Национальный Педагогический университет имени Абая, г. Алматы, Республика Казахстан

Авторлар туралы мәліметтер

* Тусупбекова А.А.- «Маркетинг» мамандығының студенті, Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы, e-mail: tusupbekova_albina@mail.ru

** Асанова А.Ж., э.ғ.м., аға оқытушы - Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

Information about the authors

* Tusupbekova A.A. - Student of the «Marketing» education program, Kazakh National Pedagogical University named after Abay, Almaty, Republic of Kazakhstan, e-mail: tusupbekova_albina@mail.ru

** Assanova A.Zh., master of economic sciences, senior – lecturer, Kazakh National Pedagogical University named after Abay, Almaty, Republic of Kazakhstan

КӘСПОРЫННЫҢ ЕҢБЕК ӨНІМДІЛІГІН БАСҚАРУ

Абдикулова П.Ж.¹, Кыдырбаева А.С.²
«Каспий Қоғамдық университеті», Almaty Republic of Kazakhstan

Аңдатпа. Бұл мақалада еңбек өнімділігін басқару процесінің негізгі түсініктері, еңбек өнімділігін басқару элементтері, ұйымдағы еңбек өнімділігін басқару саласындағы іс-шараларды жоспарлау сипатталған. Бұл бүкіл қоғамның өмір сүру деңгейі мен сапасын анықтайтын және ұзақ мерзімді перспективада экономикалық кешеннің экономикалық тиімділігінің ең жақсы көрсеткіші екеніне негізделеді. Кәсіпорын өнімділігінің өсуі, технологиялардың қалыптасуы және қызметкердің(персоналдың) маңыздылығы қарастырылады. Зерттеудің әдіснамалық негізі-адами капитал теориялары. Еңбек өнімділігі кәсіпорынның және тұтастай алғанда елдің бүкіл экономикасының дамуына тікелей әсер ететіні атап өтілді.

Кілт сөздер: еңбек өнімділігі; еңбек өнімділігін басқару; кәсіпкер; еңбек сыйымдылығы; кәсіпорын.

УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬЮ ТРУДА ПРЕДПРИЯТИЯ

Абдикулова П.Ж.¹, Кыдырбаева А.С.²
"Каспийский общественный университет", Almaty Republic of Kazakhsta

Аннотация. В данной статье описываются основные понятия процесса управления производительностью труда, аспекты управления производительностью труда, организация деятельности в области управления производительностью труда в организации. Она определяет уровень и качество жизни всего общества и является лучшим показателем долгосрочной жизнеспособности экономической структуры. Уделяется внимание росту производительности предприятия, формированию технологий и значимости сотрудника (штата). Методологической основой исследования является теория человеческого капитала. Отмечается, что производительность труда напрямую влияет на развитие предприятия и всей экономики страны в целом.

Ключевые слова: производительность труда; управление производительностью труда; предприниматель; трудоемкость; предприятие.

MANAGEMENT OF LABOR PRODUCTIVITY IN THE ENTERPRISE

Abdikulova P.ZH¹, Kydyrbayeva A.S.²
"Caspian public university", Almaty Republic of Kazakhstan

Abstract. This article describes the basic concept of labor productivity management process, aspects of labor productivity management, organization of activities in the field of labor productivity management in the organization. It determines the standard and quality of life of the whole society and is the best indicator of the long-term viability of the economic structure. Emphasis was placed on the growth of the company's productivity, the formation of technologies and the importance of employees.

The methodological basis of research is the theory of human capital. It is noted that labor productivity directly affects the development of enterprises and the entire economy of the country as a whole.

Keywords: labor productivity; labor productivity management; entrepreneur; labor intensity; enterprise.

Кәсіпорын-бұл еңбек объектілерін қол жетімді еңбек құралдарымен өңдейтін, тұтынушыға қажетті дайын өнімді шығаратын және оны пайда табу үшін сататын кәсіби ұйымдастырылған жұмыс тобы. Әрбір кәсіпорын заңды тұлға болып саналады және өз қызметін кәсіпорын құру туралы келісімге сәйкес жүзеге асырады. Компания заңмен тыйым салынбаған кез-келген коммерциялық қызметті жүзеге асыра алады және компанияның жарғысында көрсетілген мақсаттарға қол жеткізе алады. Компания өз қызметін дербес жүзеге асырады, салықтар мен бюджетке төленетін басқа да міндетті төлемдерді төлегеннен кейін активтер, қалған пайда жасайды.

Меншік иесінің немесе ол бекіткен органның шешіміне байланысты компания банк шоттарын ашу құқығымен жекелеген филиалдар, бөлімдер және басқа да бөлімшелер, сондай-ақ заңды тұлғалардың өкілеттіктері бар еншілес ұйымдар құра алады.

Құзыретті органдар арқылы компанияның құрылтайшылары мемлекеттер, жұмыс топтары, жеке және заңды тұлғалар, оның ішінде шетелдіктер бола алады. Меншік түріне байланысты компания аралас, бірлескен, венчурлік, ұжымдық немесе унитарлық компания ретінде құрылуы мүмкін және қоғамдық ұйымға тиесілі болуы мүмкін.

1. Аралас кәсіпорын-бұл бірлескен кәсіпорын. Акционерлік қоғамда бизнес портфеліне байланысты бірнеше меншік түрлері бар.

2. Бірлескен кәсіпорын- екі немесе одан да көп елдердегі заңды тұлғалардың активтерін біріктіруге негізделген өкілеттілікке ие. Олардың негізгі формалары: өндірістік компаниялар, сауда бірлестіктері, сату бөлімдері, сервистік қызметтер және басқа ұйымдар.

3. Венчурлық кәсіпорын-бұл ірі компаниялардың тапсырыстарын орындайтын кәсіпорын болып табылады. Және шағын кәсіпорындар зерттеулермен, инженерлік талдаулар, өнертабыстар және инновациялар, соның ішінде мемлекеттік қосалқы мердігерлердің қорытындылары бойынша айналысады.

4. Унитарлық кәсіпорын-бұл өзіне тиесілі белгілі бір активке иелік етуге құқығы жоқ кәсіпорын коммерциялық ұйым. Бұл мемлекеттік және жергілікті кәсіпорындар, сондықтан ауылшаруашылығы немесе жедел басқару тұрғысынан олардың меншігі мемлекеттік немесе жергілікті болып табылады.

5. Ұжымдық кәсіпорын-бұл мемлекеттік кәсіпорындар үшін шығындар мен алымдарды төлеу, шаруашылық жүргізуші субъектілер мен бірлескен ұйымдар тауарын заңды түрде сатып алу шартымен құрылған кәсіпорын. Мұнда мүлік жалпы болып табылады және қызметкерлердің салымдарына сәйкес бөлінеді. [1,176-180б]

Компания мемлекеттік тіркеуге тіркелген сәттен бастап құрылған болып саналады және заңды тұлғаның құқықтарын алады. Тіркелу үшін құрылтайшы өзінің ұйымы туралы шешімді немесе құрылтай шартын, компания Жарғысын және басқа құжаттарды ұсынады. Компанияның дербес балансы, ағымдағы және басқа банктік шоттары, өз атауы бар мөрі болады.

Кәсіпорындар әртүрлі мазмұнына сәйкес бөлінеді:

Өнеркәсіп құрылымына байланысты: өнеркәсіп, құрылыс, көлік, ауыл шаруашылығы.

Ұйымның түріне байланысты: ұжымдық, қоғамдық, отбасылық, жеке акциялар;

Кәсіпкерлік қызмет түріне байланысты: өндіріс, сауда, бизнес, брокер;

Құқықтық мәртебесіне қарай: акционерлік қоғам, өндірістік кооператив, ферма, жеке кәсіпкерлік.

Кәсіпорынның негізгі функциялары:

1. Пайда табу және оның өсуі

2. Жұмыспен қамтуды және сыйақыны қамтамасыз ету

3. Қоршаған ортаны қорғау, ластанудың болмауы

4. Сапалы өнім өндіру

5. Жұмыс үшін қажетті жағдайлар жасау

6. Өз қызметін дамыту

Осы еңбек өнімділігі барысында әрбір кәсіпкердің негізгі мақсаты- ол пайда табу. Кәсіпкерлердің экономикалық қызметі, олардың үнемі өсіп келе жатқан таза кірісті, жоғары рентабельділікті қамтамасыз ету қабілеті. Бұл ретте ашық экономикадағы бизнесті дамыту одан әрі тұтыну нарығын тауарлар мен қызметтермен толтыру үшін жағдай жасайды, ғылыми-технологиялық жетістіктерді іске асыруды ынталандырады, экономиканың құрылымдық өзгерістерін жандандырады және өндірістің барынша тиімділігіне жағдай жасайды. [2,4-1266]

Кәсіпорындар құрудың жіктелуі бойынша барлық кәсіпорындар бір-бірінен бірқатар ерекшеліктерге ие десек те болады. Кәсіпорын жеке, отбасылық, мемлекеттік және т. б. болуы мүмкін.

Жіктеу кәсіпорында жұмыс істейтіндер санына қарай бөлінеді: шағын кәсіпорындар (100 адамға дейін); орташа (кәсіпорында 500 адамға дейін); ірі (кәсіпорында 500-ден астам) адам жұмыс істейді.

Еңбек өнімділігі-бұл әрбір кәсіпорын саласының экономикалық тиімділігінің негізгі көрсеткіші, қызметкерлердің жемісті және уақтылы қызметінің көрсеткіші, жалпылама айтқанда белгілі бір уақыт бірлігінде орындалатын жұмыс көлемімен (өнімдер, қызметтер) өлшенеді. Еңбек өнімділігі жұмысшылардың жұмыс уақытының бірлігінде өз еңбегімен тауарлар мен қызметтерді өндіру қабілетін сипаттайды. Бұл көрсеткіш өнім өндіруден басталып, қызмет көрсетумен аяқталатын кез келген жұмысты өлшеуге мүмкіндік береді. Кәсіпорын қызметкерлерінің қабілеттерін жұмыс процесінде басшы тиімді түрде қолдана алуы тиіс. Себебі, сол тиімді стратегияны қолдана отырып, басшы(менеджер) өз мақсатына жете алады. Сонымен қатар, персоналдың тиімділігін өлшеу қажет, мұны (ЕӨ) өлшеу арқылы шешуге болады. Еңбек өнімділігі экономикалық категория ретінде еңбек шығындарының құнарлылығына, белгілі бір қызметкердің уақыт бірлігінде белгілі бір материалдық игіліктер жасау қабілетіне жатады. Еңбек өнімділігінің артуы бірлескен еңбекті үнемдеуді сипаттайды. Нақтырақ айтсақ, мұнда тірі еңбек бөлшегі азаяды және орындалған жұмыс(нәтиже) көбейеді, бірақ тауардың еңбек сыйымдылығының жалпы құны төмендейтін етіп өседі.

Еңбек сыйымдылығы деп отырғанымыз -өнімнің бір бөлігін дайындауға кететін уақыт мөлшері. Еңбек сыйымдылығы есептелетін формуласы:

$$ЕС=ЕШ/ЖӨ$$

Мұндағы, ЕШ- өнім өндіруге кеткен шығын (адам/сағ)

ЖӨ-өндірілген өнімнің көлемі (дана)

Еңбек өнімділігінің артуының жалпы стратегиясы өндірістегі тірі еңбек үлесі азаяды, ал материалдық еңбек үлесі (шикізат, материалдар) артады, бірақ өнім бірлігіндегі жалпы еңбек мөлшері азаяды. Өмір сүру құны мен материалдық жұмыс күшінің арақатынасының өзгеруі өндіргіш күштердің даму сатысына байланысты әр түрлі жолмен жүруі мүмкін. Ғылыми-техникалық прогрестің ең жоғары деңгейінде өндірісті механикаландыру мен автоматтандырудың өсуімен бір бірлікке шаққандағы тірі және материалдық еңбек құны бір мезгілде төмендейді, бірақ тірі еңбек құны алдыңғы еңбек құнына қарағанда көбірек төмендейді, демек, өнімдегі тірі еңбек үлесі азаяды, деңгей неғұрлым жоғары болса еңбекті механикаландыру және автоматтандыру, материалдық еңбек құнын төмендету экономикада үлкен рөл атқарады. [3,896]

Кәсіпорындағы еңбекті ұйымдастыру адамның жұмысы үшін қалыпты жағдай жасауды білдіреді және кәсіпорынның кірісін арттыратын факторлардың бірі болып табылады.

Жоғары өнімділіктің маңызды факторы-менеджерлердің өз бизнесінің өсуі үшін әлеуетті мүмкіндіктерге сәйкестік деңгейі арқылы жұмыс жасау. Демек, еңбек өнімділігін басқарудың функциясының (ЕӨБФ) мәні оны арттырудың нақты мүмкіндіктерін анықтау және оларды экономикалық айналымға тарту қажеттілігі болып табылады. Және өнімділікті басқару бизнесті басқарудың функционалды ішкі жүйелерінің бірі ретінде өнімділіктің максималды өсуіне қол жеткізу үшін субъектінің өнімнің бүкіл өмірлік цикліне әсері болып табылады.

Кәсіпорындағы еңбек өнімділігі меншік түріне қарамастан, экономикалық ұйымдар қызметінің маңызды көрсеткіші болып қала береді. Алайда, нарықтық экономика жағдайында бұл көрсеткіш өнім сапасының жоғары деңгейімен үйлесуі керек, өйткені тек осы сапа ұзақ мерзімді бәсекелестік артықшылықтар береді. Сондықтан өнімділік деңгейін анықтаған кезде өндіріс тиімділігінің осы критерийлері арасындағы байланысты ескеру қажет.

Осылайша, кәсіпорын еңбек өнімділігі және оны арттыру әрдайым еңбектің тірі компонентін, тартылатын ресурстарды азайту мақсатында басқару процестерін зерттеу және оңтайландырудың өзекті тақырыбы болып саналады. Бұл кезеңде кәсіпорын өнімділік деңгейін бағалау, анықталған жұмыс деңгейін арттыру бойынша іс-қимыл жоспарын жасау, жүктемесіз еңбек өнімділігін арттыру бағдарламасын іске қосу және соның салдарынан енгізілген шаралардың қорытындысын өлшеу өте маңызды.

Еңбек өнімділігін өлшеудің көптеген әдістері бар, демек жұмысшының уақыт бірлігінде белгілі бір тауарлар мен қызметтерді өндіру қабілеті [4, 1706]. Еңбек өнімділігінің деңгейін анықтаудың әртүрлі тәсілдері кәсіпорынның немесе бөлімшенің ерекшелігіне, есептеу мақсаттарына байланысты және әдіснамалық ерекшеліктерге негізделген. Еңбек өнімділігі өзгерген кезде әдетте екі әдіс қолданылады: тікелей және кері.

Тікелей еңбек өнімділігі өндіріс көлемінде көрінеді. Бұл жұмысшының уақыт бірлігінде (сағат, күн, ай) өндіретін өнім мөлшеріне тең:

$$E\Theta = \text{Ж}\Theta / \text{ЕШ}, \text{Жс}$$

Мұндағы, ЖӨ- ауылшарушылығының жалпы өнімі;

ЕШ, Жс- өнім өндіруге жұмсалған еңбек шығыны (адам/сағ).

Компанияның мақсаттарын, басшының технологиялық шешімдерінің мақсатын ескере отырып, олардың құны өнімділікке дәл сәйкес келеді. Бағдарлама төрт кезеңнен тұрады:

Бірінші кезең-күтілетін кірістерді саралау кезінде фирмалар арасындағы өндіріс факторларын анықтауға көмектесу.

Екінші кезең-Еңбек өнімділігі мен өндіріс факторларын басқару бағдарламасын әзірлеу.

Үшінші кезең-өндіруден түскен табысты тану және оның ресурстармен қамтамасыз етілуін қамтамасыз ету жөніндегі бағдарламаларды іске асыру.

Төртінші кезең-бақыланатын және негізделген жүйені құру.

Еңбек өнімділігі мен тиімділігін басқару бағдарламалары оларды іске асыруға мүдделі қызметкерлердің барлық топтарының міндетті түрде қатысуын көздейді. Қызметкерлердің еңбек өнімділігін арттыру жөніндегі қызметін қолдау бағдарламаның табысты болуына ықпал етеді. Сонымен қатар, бағдарламаның орындалу барысын бақылау үшін ұйым құрудың қажеті жоқ. Алайда, еңбек өнімділігінің деңгейін бақылау қажет, өйткені бұл қызметкерлерді ынталандыруға негіз болады. Кәсіпорынның дәстүрлері мен оның құрылымына сүйене отырып, жұмыс процесін жұмыс орнында қатысушылар, Шебер өндірушілер, персоналды басқару қызметтері және басқа бөлімшелер бақылай алады. Бұл ретте уақытша әдістер, статистикалық және есептік әдістер, нормалар, нормативтер мен эталондар, қызметкерлерді аттестаттау деректері пайдаланылуы мүмкін. [5,666]

Қорытындылай келе, еңбек өнімділігін басқару процесі өте кең жан-жақты және нақты түсінуді, талдауды қажет етеді. Еңбек өнімділігін басқару саласында жұмыс істеген ғалым-экономистердің көптеген тұжырымдамаларын зерделеу кезінде басқару процесінде үздіксіз стратегиялық және жедел жоспарлау, өлшеу және бақылау қажет екені белгілі болады. Және айта кету керек, жоспарланған еңбек өнімділігін арттыру өнімнің қосымша көлемін өндіруге және қызметкерлердің белгіленген саны шеңберінде қосымша жұмыс көлемін орындауға мүмкіндік береді. Нәтижесінде еңбек өнімділігінің өсуін экономикалық өсудің негізгі көздерінің бірі ретінде қарастыруға болады.

Ұсынысқа келетін болсақ:

1.Өнімділікті басқару бағдарламаларын әзірлеу үшін оған әсер ететін факторларды ескеретін тұжырымдамаларды әзірлеу және басқару құрылымы мен процесіне инновациялар енгізу қажет;

2. Ғылымды жүйелерін енгізу және қызметкерлерді оқыту нәтижелі және жауапты жұмыс үшін жағдай жасауға ықпал жасау;

3. Еңбек өнімділігін басқаруда заманауи технологияларды қолдану күнделікті тапсырмаларды автоматтандыруға және жұмыс процестерін жеделдетуге көмектесу;

4. Басқару әдістерін жүйелі түрде жаңарту және өзгеретін нарықтық жағдайларға бейімделу еңбек өнімділігін сәтті басқару үшін қажетті қадамдар жасау.

Әдебиеттер тізімі

1. Абдуллаев К.Х. Кәсіпорындағы өндіріс тиімділігін арттыру факторы ретінде еңбек өнімділігі / Ресей кәсіпкерлігі / (1997ж). - с. 176-180. <https://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=825334#text>

2. Садықбаева А. Кәсіпорын экономикасы (есептер жинағы), Алматы: «Ғылым», 2002 ж., (4-12б) <https://infourok.ru/ksiporin-turali-tsinik-trleri-lekciya-3372927.html>

3. Кутова Д.Я. Экономика предприятия: практический курс- Алматы:Издательство «Дәуір». - 2015. https://openu.kz/storage/lessons/5704/firma-ekonomikasy_1_lecture.pdf

4. Сергеев И.В. Кәсіпорын экономикасы: Оқу құралы / - М.: Қаржы және статистика, 2007. <https://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=825334#text>

5. Электронды ресурс: <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-proizvoditelnostyu-truda-i-puti-ee-povysheniya-na-sovremennom-predpriyatii?ysclid=loya3lxaz4457775880>

Автор туралы мәліметтер

Кыдырбаева Айдана Сабитқызы- «6B04107-менеджмент» мамандығының 4-курс студенті. Каспий Қоғамдық университеті. kudyrbayevaaidana@mail.ru

Сведения об авторах

Кыдырбаева Айдана Сабитқызы- студентка 4-курса специальности «6B04107-менеджмент». Каспийский общественный университет. kudyrbayevaaidana@mail.ru

Information about the author

Kudyrbayeva Aidana Sabitkyzy-4th year student of the specialty “6B04107-management”. Caspian Public university. kudyrbayevaaidana@mail.ru

ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ЛАНДШАФТ НЕЙРОМАРКЕТИНГА: ИННОВАЦИИ И ПРАКТИКА

Абылханова А.В.¹

¹ Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация. Научная статья "Технологический Ландшафт Нейромаркетинга: Инновации и Практика" исследует современные технологии, в частности, нейроимиджинг и электроэнцефалографию, как ключевые инструменты в нейромаркетинге. Автор выделяет их роль не только в сборе данных, но и как объекты исследования, преобразующие маркетинговые стратегии. Рассмотрены высокая точность нейровизуализации, персонализация маркетинга через ЭЭГ, анализ больших данных и важность этики в использовании новых технологий. Статья завершается оценкой влияния этих инноваций на будущее маркетинга, подчеркивая их ключевую роль в адаптации к потребностям современных потребителей.

Ключевые слова: Нейромаркетинг, Нейроимиджинг, Электроэнцефалография, Анализ больших данных, Принципы Нейромаркетинга

НЕЙРОМАРКЕТИНГТІК ТЕХНОЛОГИЯЛАРДЫ ҚАРАСТЫРУ: ИННОВАЦИЯЛАР ЖӘНЕ ӘДІС

Абылханова А.В.¹

¹ Каспий Қоғамдық университеті, Алматы қ. Қазақстан Республикасы

Аңдатпа. "Нейромаркетингтік Технологияларды Қарастыру: Инновациялар және Әдіс" атауындағы ғылыми мақаланың мазмұны нейроимиджинг мен электроэнцефалография (ЭЭГ) нейромаркетингтің маңызды құралдары ретінде зерттейді. Автор олардың деректерді жинаудағы рөлін ғана емес, сонымен қатар маркетингтік стратегияларды түрлендіретін зерттеу нысандары ретінде де ажыратады. Нейробейнелеудің жоғары дәлдігі, ЭЭГ арқылы маркетингті жекелендіру, үлкен деректерді талдау және жаңа технологияларды қолданудағы этиканың маңыздылығы қарастырылады. Мақала осы инновациялардың маркетингтің болашағына әсерін бағалаумен аяқталады, олардың қазіргі тұтынушылардың қажеттіліктеріне бейімделудегі негізгі рөлін көрсетеді.

Түйін сөздер: Нейромаркетинг, Нейроимиджинг, Электроэнцефалография, Үлкен деректерді талдау, Нейромаркетингтің негіздері

TECHNOLOGICAL LANDSCAPE OF NEUROMARKETING: INNOVATIONS AND PRACTICE

Abylkhanova.A.V.¹

¹ Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

Summary. The scientific article "Technological Landscape of Neuromarketing: Innovations and Practice" explores contemporary technologies, specifically neuroimaging and electroencephalography (EEG), as key tools in neuromarketing. The author emphasizes their role not only in data collection but also as research objects transforming marketing strategies. The study covers high precision neurovisualization, personalized marketing through EEG, big data analysis, and the ethical considerations in utilizing these new technologies. The article concludes by assessing the impact of

these innovations on the future of marketing, highlighting their pivotal role in adapting to the needs of modern consumers.

Keywords: Neuromarketing, Neuroimaging, Electroencephalography, Big data analysis, Principles of Neuromarketing

Современный рынок представляет собой сложную динамичную среду, в которой понимание потребительского поведения играет решающую роль в формировании успешных маркетинговых стратегий. В последние десятилетия стали широко применяться инновационные методы, позволяющие глубже проникнуть в таинственный мир решений и предпочтений потребителей. Одной из таких методик, вызвавших настоящую революцию в маркетинге, является нейромаркетинг.

Цель исследования заключается в рассмотрении современных инноваций в области нейромаркетинга и их влияния на изучение потребительского поведения. Статья стремится выявить те аспекты и методы, которые делают нейромаркетинг эффективным инструментом для понимания, анализа и прогнозирования реакций потребителей на маркетинговые стратегии.

В рамках данного исследования планируется:

- Рассмотреть современные методы нейроисследований, такие как нейроимиджинг и электроэнцефалография (ЭЭГ), и оценить их эффективность в изучении активности мозга при взаимодействии с маркетинговыми стимулами.
- Проанализировать принципы нейромаркетинга, лежащие в основе изучения подсознательных реакций потребителей и их влияние на принятие решений.
- Исследовать технологические инновации в области нейромаркетинга и оценить, как они повышают точность сбора данных и интерпретацию результатов.

Путем достижения этих задач получится предоставить обширное понимание того, как нейромаркетинг становится ключевым фактором в понимании поведения потребителей, а также определить его важность для формирования успешных маркетинговых стратегий.

Исследование предполагает использование современных исследовательских методов, таких как нейроимиджинг и электроэнцефалография (ЭЭГ), для глубокого исследования активности мозга в контексте воздействия маркетинговых стимулов. Эти методы предоставляют непревзойденные возможности для выявления и анализа подсознательных реакций, что в свою очередь способствует более точному пониманию потребительского поведения.

Нейроимиджинг – это мощный инструмент, который позволяет визуализировать активность различных частей мозга в реальном времени. Этот метод позволяет не только выявлять активированные области мозга в ответ на маркетинговые стимулы, но и определять степень и интенсивность этих реакций. Также, применение ЭЭГ позволяет записывать электрическую активность мозга с высокой временной разрешающей способностью, что является ключевым элементом в оценке динамики подсознательных процессов.

Выбор использовать нейроимиджинг и ЭЭГ обусловлен не только их техническими возможностями, но и преимуществами в контексте изучения потребительского поведения. Эти методы предоставляют детальную картину о том, какие аспекты маркетинговых стимулов вызывают наиболее сильные реакции, позволяя более точно адаптировать маркетинговые стратегии. Таким образом, выбор данных методов обеспечивает целостность исследования, позволяя взглянуть на потребительское поведение с позиции внутренних мозговых механизмов.

Принципы нейромаркетинга лежат в основе нашего понимания того, как мозг реагирует на маркетинговые воздействия и как эти реакции формируют потребительское поведение. Анализ этих принципов не только раскрывает внутренние механизмы принятия решений, но и предоставляет ключи для создания эффективных маркетинговых стратегий.

Принципы нейромаркетинга основаны на глубоком понимании того, как мозг обрабатывает информацию и какие части мозга ответственны за различные аспекты восприятия и принятия решений. Например, изучение активации эмоциональных центров мозга позволяет

нам понять, какие эмоции вызываются у потребителей в ответ на определенные маркетинговые стратегии.

Ключевыми принципами нейромаркетинга являются:

- Эмоциональная привлекательность: Определение того, какие эмоции вызывают маркетинговые стимулы, и как эти эмоции влияют на принятие решений потребителями.
- Наглядность и простота восприятия: Анализ того, как мозг реагирует на простоту и наглядность представленной информации, и как это влияет на запоминание и предпочтения.
- Брендинг и идентификация: Исследование того, как формирование связей с брендом и идентификация с ним активируют определенные участки мозга, повышая лояльность потребителей.
- Сюжет и повествование: Оценка того, как мозг реагирует на структурированные сюжеты и повествование, и как это влияет на усвоение информации и формирование впечатлений.

Используя эти принципы вместе с методами нейроимиджинга и ЭЭГ, мы создаем цельную картину взаимосвязи между маркетинговыми стратегиями и реакциями потребителей. Это обеспечивает высокую степень взаимосвязанности и целостности исследования, позволяя более глубоко понять, какие аспекты маркетинга влияют на потребительское поведение.

Анализ не ограничивается лишь рассмотрением нейроимиджинга и электроэнцефалографии (ЭЭГ) как методов сбора данных. Статья предлагает глубже погрузиться в технологические инновации, касающиеся применения этих методов в практических условиях и их воздействия на современные маркетинговые стратегии.

Современные технологии в нейромаркетинге, такие как нейроимиджинг, представляют собой мощный инструмент для преобразования нашего понимания подсознания. Нейроимиджинг использует технологии, основанные на магнитно-резонансной томографии (МРТ) и позитронно-эмиссионной томографии (ПЭТ), чтобы визуализировать активность различных участков мозга. Это позволяет исследователям точно определить, какие области мозга активируются в ответ на различные маркетинговые стимулы. Алгоритмы обработки данных разбираются с огромным объемом информации в реальном времени, что делает анализ более точным и оперативным.

Электроэнцефалография (ЭЭГ) приобретает новое измерение в понимании потребительского поведения. ЭЭГ измеряет электрическую активность мозга через электроды, расположенные на коже головы. Современные технологии улучшают этот процесс, позволяя проводить исследования с высокой частотой и пространственным разрешением. Это открывает двери для персонализированных маркетинговых стратегий, так как компании могут более точно адаптировать свои предложения к индивидуальным реакциям каждого потребителя.

Анализ больших данных и искусственный интеллект в нейромаркетинге играют ключевую роль в выделении скрытых закономерностей. Технологии обработки больших данных позволяют исследователям эффективно анализировать огромные объемы данных, полученных из нейроимиджинга и ЭЭГ. Алгоритмы искусственного интеллекта выявляют сложные взаимосвязи и позволяют предсказывать тренды, обеспечивая более эффективное стратегическое планирование в маркетинге.

С ростом возможностей нейромаркетинга возникают новые вопросы этики и безопасности. Технологии сбора и анализа данных требуют строгих стандартов конфиденциальности и безопасности. Исследователи и компании должны обеспечивать прозрачность в отношении того, как данные используются, и гарантировать, что индивидуальные свободы и права потребителей не нарушаются.

В завершении рассмотрения технологического ландшафта нейромаркетинга, становится ясно, что эти инновации вносят значительный вклад в преобразование маркетинга. Сочетание нейроимиджинга и электроэнцефалографии с современными алгоритмами искусственного интеллекта выделяет ключевые аспекты понимания и воздействия на потребительское поведение.

Точная Нейровизуализация: Нейроимиджинг предоставляет точную нейровизуализацию, позволяя исследователям и маркетологам увидеть, как мозг реагирует на определенные маркетинговые стимулы. Это сравнимо с магнитным образованием мозга в реальном времени, что дает возможность выявлять детали, недоступные ранее.

Высокая Частота и Пространственное Разрешение в ЭЭГ: Электроэнцефалография, с новыми технологиями, обеспечивает высокую частоту и пространственное разрешение. Это позволяет не только собирать данные быстро, но и более точно определять активацию определенных участков мозга, что имеет решающее значение для персонализированных стратегий маркетинга.

Сквозной Анализ Больших Данных: Технологии анализа больших данных позволяют исследователям проводить сквозной анализ, выявляя связи и паттерны в данных, полученных из нейроимиджинга и ЭЭГ. Использование искусственного интеллекта для обработки этих данных позволяет предсказывать тенденции и определять стратегии с учетом долгосрочных перспектив.

Этика и Безопасность как Приоритет: Развитие технологий в нейромаркетинге подчеркивает важность этики и безопасности. Компании и исследователи обязаны обеспечивать прозрачность в использовании данных, соблюдать высокие стандарты конфиденциальности и предотвращать возможные риски для индивидуальных свобод.

Будущее Маркетинга: Совокупность этих технологий не только преобразует текущий подход к маркетингу, но и формирует направление его будущего. Высокоточные методы анализа и воздействия на подсознание, персонализированные стратегии и этические нормы создают инновационное окружение, где маркетологи могут более глубоко понимать и соответствовать потребностям современных потребителей. Технологический ландшафт нейромаркетинга становится ключевым элементом успеха в динамичном мире маркетинговых стратегий.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Амирханова Р.М., Тагирова К.М., Нажмутдигова С.А. Нейромаркетинг как новая наука о поведении потребителя – 2019 – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/neyromarketing-kak-povaya-nauka-o-povedenii-potrebiteleya/viewer>
2. Старикова Л.Н., Антипкина А.А. Нейромаркетинг как новый метод получения данных в маркетинге. – 2018.
3. Неделько А.В. Возможности и ограничения использования методов нейромаркетинга – 2018 – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vozmozhnosti-i-ogranicheniya-ispolzovaniya-metodov-neyromarketinga/viewer>
4. Шишакова Ю.В. Развитие Нейромаркетинга в России – 2021.
5. Сугина Ю.Е., Яковлева Л.И., Методологические подходы нейромаркетинга на глобальном рынке – 2021.

Сведения об авторах

*Абылханова Айсана Валихановна – студент, Каспийский Общественный Университет, e-mail: abylkhanovaisana@gmail.com

Авторлар туралы мәліметтер

*Абылханова Айсана Валихановна – студент, Каспий Қоғамдық университеті, e-mail: abylkhanovaisana@gmail.com

Information about the authors

***Abylkhanova Aisana Valihanovna** – student, Caspian Public University, e-mail: abylkhanovaisana@gmail.com

УДК 339.13
339.138

ЗНАЧЕНИЕ МАРКЕТИНГА В ПОВЫШЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОДАЖ

Азизова Б.И.¹, Кулахметова Д.Б.², Кадырова К.Ж.³

¹ Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

^{2,3} Университет Туран, г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация. Процесс продаж охватывает весь период от момента создания товара и до времени использования или окончания периода эксплуатации, он представляется всей совокупностью функциональной деятельности, осуществляемой после завершения производственной стадии вплоть до непосредственно продажи товара покупателю, доставки его потребителю и послепродажного обслуживания. Целью процесса продаж является доведение требуемого товара со всеми необходимыми товарными свойствами выбранному выгодному целевому потребителю в необходимое время в требуемом объеме, в удобном месте, ожидаемого качества, по приемлемой цене.

Ключевые слова: продажи, маркетинг, товар, продвижение, сбыт, коммуникации, сегмент

МАРКЕТИНГТІҢ САТУ ТИІМДІЛІГІН АРТТЫРУДАҒЫ МАҢЫЗЫ

Азизова Б.И.¹, Кулахметова Д.Б.², Кадырова К.Ж.³

¹ Каспий Қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

^{2,3} Университет Туран, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

Аңдатпа. Сату процесі тауар жасалған сәттен бастап пайдалану уақытына немесе пайдалану кезеңінің аяқталуына дейінгі барлық кезеңді қамтиды, ол тауарды сатып алушыға тікелей сатуға, оны тұтынушыға жеткізуге және сатудан кейінгі қызмет көрсетуге дейінгі өндірістік кезең аяқталғаннан кейін жүзеге асырылатын функционалдық қызметтің барлық жиынтығы болып көрінеді. Сату процесінің мақсаты таңдалған тиімді мақсатты тұтынушыға қажетті уақытта қажетті көлемде, ыңғайлы жерде, күтілетін сапада, қолайлы бағамен барлық қажетті тауарлық қасиеттері бар талап етілетін тауарды жеткізу болып табылады.

Түйін сөздер: сату, маркетинг, тауар, жылжыту, сату, байланыс, сегмент

THE IMPORTANCE OF MARKETING IN IMPROVING SALES EFFICIENCY

Azizova B.¹, Kulahmetova D.², Kadyrova K.³

¹ Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

^{2,3} Turan University, Almaty, Republic of Kazakhstan

Summary. The sales process covers the entire period from the moment of creation of the goods and up to the time of use or the end of the period of operation, it is represented by the whole set of functional activities carried out after the completion of the production stage up to the direct sale of the goods to the buyer, delivery to the consumer and after-sales service. The purpose of the sales process is to bring the required product with all the necessary commodity properties to the selected profitable

target consumer at the right time in the required volume, in a convenient place, of the expected quality, at an affordable price.

Keywords: sales, marketing, product, promotion, sales, communications, segment

В современном бизнес-контексте продажи тесно взаимосвязаны с маркетингом, являясь логическим продолжением и практическим результатом маркетинговых усилий. Считается, что понятие маркетинга возникло из неотъемлемой связи с процессом продаж. Оба эти элемента нацелены на увеличение дохода предприятия через удовлетворение потребностей клиентов, и продажи, таким образом, становятся логическим завершением маркетинговой стратегии. Задачи маркетинга включают определение выгодных возможностей для запуска нового товара, включая анализ требований потребителей, определение времени и места выхода на рынок, а также оптимальной цены. Задачи сбыта, в свою очередь, сводятся к исследованию конкретных рынков с целью обеспечения необходимых объемов продаж.

Маркетинг является фундаментом деятельности предприятия, требующим глубокого понимания потребителей, способности предвидеть их потребности – это ключ к успешным продажам. Важно, чтобы не только продавец, но и покупатель были информированы, чтобы принять обоснованные решения и избежать разочарований. Процесс продаж включает личные и безличные взаимодействия с клиентом через различные маркетинговые каналы, такие как реклама, личные продажи, стимулирование сбыта и связи с общественностью. Это обобщенно называется продвижением товара – средством передачи информации о продукции, убеждения в ее ценности или напоминания о ней. Продажи, таким образом, представляют собой стратегию воздействия на потенциальных клиентов с целью превращения их в постоянных покупателей. Важно, чтобы на предприятии присутствовали и маркетинг, и продажи в равной мере, поскольку сбалансированный подход способствует не только увеличению дохода, но и общему развитию компании, расширению ее потенциала.

Профессор Джером Маккарти предложил систему 4Р, включающую "продукт, цена, каналы распространения и продвижение". Эта тактическая модель, предложенная около 1960 года, выделяет важные аспекты маркетинга. Однако, хотя 4Р успешно используется, она скорее отражает точку зрения продавца, чем потребителя. Вместо этого, для учета интересов покупателя, предлагается концепция 4С: ценность для потребителя, расходы потребителя, удобство доступа для потребителя и коммуникация с потребителем. Концепция 4С подчеркивает важность предоставления покупателям ценности, адекватной стоимости товара, удобства и эффективной коммуникации. Перед самой покупкой появляются этапы осведомленности, приемлемости, доступности и легкости приобретения. Ключевую роль в процессе продаж играют также "персонал", влияние которого на клиента имеет значение, и "процесс". Предоставление услуг может осуществляться различными методами, например, по телефону или с доставкой на дом. Неотъемлемую роль играет также "вещественное доказательство", которое маркетологи используют, делая свои предложения осязаемыми через сертификаты, билеты, логотипы и другие элементы.

Продукт представляет собой объект, который соответствует определенным потребностям, имеет определенную цену и предназначен для продажи. Он может быть осязаемым или неосязаемым, новым или уже существующим, предназначенным для конечного потребления или использования в производственных процессах (промежуточный). Товары могут удовлетворять одну или несколько потребностей, быть актуальными как длительное время, так и на краткосрочной основе. С учетом ритма совершения покупки товары подразделяются на повседневный спрос, предварительный выбор, импульсные покупки, покупки в экстренных случаях, товары с особым спросом и товары с пассивным спросом. Также товары могут классифицироваться по роли в маркетинге, включая новинки, лидеры, "локомотивы", тактические товары и зазывные товары.

Товар обладает рядом потребительских характеристик, включая цену, ценность и удобство как в процессе приобретения, так и в использовании. Кроме того, важными

элементами являются эстетические аспекты ценности товара, его физические характеристики, а также дополнительные факторы, включая пред- и послепродажное обслуживание. Качество играет ключевую роль в стратегии завоевания рынка, повышения уровня обслуживания и обеспечения конкурентоспособности. Качественный товар должен соответствовать конкретным потребностям, удовлетворять требования покупателей, соответствовать стандартам и нормам общества, а также быть конкурентоспособным по цене. Важным аспектом в экономике предприятия являются затраты на планирование и обеспечение качества товаров, часто связанные с понятием бренда. Согласно модели товара Армстронга и Котлера, товар включает компоненты или наборы качеств, определенные следующим образом: [1, с. 26]

- основных качеств – выгод, которые представляет товар, например (творожный сырок, сырок в шоколаде);
- осязаемых качеств – материальных качеств, т. е. характерного вкуса (совкусом черники);
- подкрепляющих качеств – сопутствующих услуг, т.е. доступность (всегда там, где вы захотите его купить).

Приобретенные маркетинговые знания облегчают процесс продаж для продавцов, позволяя им более эффективно продвигать товары. Концепция жизненного цикла товара (ЖЦТ) является ключевой в управлении продажами, поскольку знание текущей стадии товара в этом цикле позволяет менеджерам по продажам формировать соответствующую политику продаж. На этапе внедрения ЖЦТ доступны четыре стратегии продаж, из которых можно выбрать наиболее подходящую [2, с. 126].

1. Стратегия интенсивного маркетинга предполагает установление высокой цены при высоком уровне затрат на стимулирование продаж. Высокая цена устанавливается с целью получения максимальной прибыли. Эта стратегия оправдывает себя в следующих условиях:

- имеются потребители, готовые заплатить высокую цену за товар;
- необходимо считаться с возможностями конкурентов и выработать предпочтение у потребителей.

2. Стратегия выборочного проникновения предусматривает высокую цену при низком уровне затрат на стимулирование продаж. Цель низкого уровня затрат на стимулирование продаж – снижение маркетинговых расходов. Эта стратегия рассчитана на получение максимума прибыли. Стратегия себя оправдывает, если:

- есть покупатели, способные платить высокую цену за товар;
- покупатели знают все о товаре;
- конкуренция отсутствует.

3. Стратегия широкого проникновения характеризуется установлением низкой цены при высоком уровне затрат на стимулирование продаж. Эта стратегия эффективна при следующих условиях:

- ёмкость рынка достаточно велика;
- потенциальные покупатели сравнительно плохо осведомлены о товаре;
- большинство покупателей не будут платить высокую цену за товар;
- есть конкуренты.

4. Стратегия пассивного маркетинга предполагает установление низкой цены на товар при незначительных затратах на стимулирование продаж. Низкий уровень цены стимулирует быстрое проникновение на рынок нового товара. Стратегия эффективна, если:

- рынок имеет большую ёмкость;
- покупатели хорошо знают о товаре;
- покупатели будут покупать товар только по относительно низкой цене;
- имеется потенциальная опасность конкуренции.

Огромное значение в повышении эффективности продаж имеют инструменты товарной политики: ассортимент, упаковка, марка, сервис.

В современной ситуации потребители проявляют чувствительность не только к цене товара, но и к его потребительской ценности. Когда основным фактором в выборе товара становится цена, это свидетельствует о том, что покупатели не различают между дорогими и

более доступными товарами. Компании, способные создать и предложить более высокую потребительскую ценность за счет инноваций, характеристик товара, дополнительных услуг и других методов дифференциации, имеют возможность установить более высокую цену на свой товар. Для этого необходимо тщательно выбрать целевой сегмент и глубоко понимать потребности покупателей в данном сегменте.

Фактически покупателей можно разделить на три группы:

1. покупатели, стабильно чувствительные к цене;
2. покупатели, готовые заплатить за товар или услугу лучшего качества больше, но только до определенного предела;
3. покупатели, которым нужны товары и услуги только наивысшего качества независимо от их стоимости.

Предприятие должно нацелиться на одну из этих групп и создать предложение товара и/или услуги, привлекательное именно для этой целевой группы.

Ценовая политика является одним из факторов при определении стратегии продаж компании. Определение уровня цен – основополагающее решение для любой компании. Оно зависит от следующих факторов:

- какую прибыль планирует получить предприятие;
- какую цену может заплатить покупатель;
- общие издержки фирмы на производство и реализацию товара;
- каковы цены конкурентов.

На все эти вопросы даёт ответ маркетинг, т.к. можно произвести прекрасный товар, но установить на него слишком высокую или слишком низкую цену и тогда продать его будет очень сложно.

Цель ценообразования тесно связана с эффективностью продаж, а стратегии ценообразования – со стратегией продаж.

При разработке стратегии продаж следует применять технологию ассортиментного ценообразования.

Большинство фирм выпускает не один, а множество товаров, что вызывает проблему взаимовлияния цен и свойств различных товаров.

На рынке существует три типа товаров: нейтральные товары; взаимозаменяемые товары; взаимодополняющие товары.

Эта классификация исходит из типа и меры влияния, оказываемого продажами одного товара, на продажи другого. Если рост продаж одного товара ведет к падению продаж другого, то мы имеем дело с взаимозаменяемыми товарами. Напротив, если рост продаж одного товара ведет к росту продаж другого, то мы имеем дело с взаимодополняющими товарами. Если зависимость между продажами различных товаров обнаружить не удастся, то мы имеем дело с нейтральными по отношению друг к другу товарами.

Линейка товаров – группа товаров, которые тесно связаны между собой: в процессе потребления, распределения, по уровням цен, за счет привлечения одних и тех же групп покупателей.

Инициативы и реакции в области цен.

Стратегия инициативного изменения цен [3, с. 57].

Все фирмы время от времени испытывают необходимость в снижении или повышении своих цен для учета изменений в издержках, конкуренции и спросе.

1. Снижение цен может быть обусловлено: сокращением доли рынка за счет усилившейся ценовой конкуренции, когда фирма пытается добиться доминирующего положения на рынке. При эластичном спросе понижение цены

– верный способ привлечь внимание потребителей. Такая ориентация фирмы требует разработки мероприятий по снижению издержек.

2. Инициативное повышение цен. Хотя рост цен вызывает недовольство потребителей, однако успешно проведенное повышение цены может значительно увеличить объем прибыли. Цены можно поднять практически незаметно, отменив скидки и пополнив ассортимент более

дорогими вариантами товаров.

Реакция потребителей на изменение цен.

Потребители не всегда правильно истолковывают изменение цены, снижение цен они могут истолковать как: наличие в товаре изъянов, свидетельство финансового неблагополучия фирмы, свидетельство плохого качества товара, что скоро цена еще снизится и стоит повременить с покупкой [4, с. 77].

Повышение цены может быть истолковано и в положительном смысле: товар стал особенно ходовым и стоит быстрее приобрести его, пока он не стал недоступным, товар обладает особой ценностной значимостью. Необходимо также проанализировать реакции конкурентов и фирмы на изменение цен конкурентов.

3. Дистрибуция, или дистрибьюция – это вид деятельности по выбору наиболее эффективных каналов реализации товаров на рынке. Чем больше каналов использует компания, тем выше ее охват рынка. Однако в связи с этим возникают две проблемы: контроля и конфликта в различных каналах. Число возможных способов приобретения любого товара быстро растет. Совершить покупку можно в магазинах, киосках, по телефону, с помощью каталогов или через Интернет. Компания, использующая только один канал дистрибуции, неизбежно столкнется с конкуренцией со стороны всех остальных каналов. К тому же цена товара достаточно сильно варьируется в зависимости от типа канала распространения. Поэтому компаниям следует тщательно выбирать, какой именно канал (или каналы) использовать для обеспечения своего присутствия на рынке. Чем больше каналов дистрибуции у компании, тем больше управленческих ресурсов ей требуется и тем выше шанс возникновения конфликта каналов и неразберихи. В этих условиях компания обязана обеспечивать согласованность представлений о своих брендах и выполнять все «обещания» бренда во всех используемых каналах дистрибуции. Следует понимать, что маркетинг – это «стратегический», а сбыт «тактический» край спектра комплекса маркетинга., то есть маркетинг призван ставить цели, а сбыт – выполнять их.

4. Продвижение – это обращение производителя к потребителю с целью предоставления ему товаров компании. Это может быть любая форма сообщений, которые использует компания для информирования потребителя о товаре, напоминая или убеждая его в достоинствах товара. Это реклама, промоакции, передачи на телевидении, радио и другие.

Цель – создать устойчивый спрос. Стратегия продвижения предполагает комплекс мер по воздействию на покупателей: формирование спроса, маркетинговые коммуникации (реклама, персональные продажи, СМИ), стимулирование потребителей, дизайн системы продвижения. Реклама нацелена на потенциальных покупателей, а метод личных продаж зависит от искусства продавца. Под стимулированием понимаются скидки, образцы продукции, качество обслуживания, мерчандайзинг. Дизайн системы продвижения включает конструирование маршрутов и отпуска товаров с учетом потребностей потребителей. Начинается от осознания требований целевых потребителей к качеству и сервисному обслуживанию. Основное: условия продаж, закрепление определенной территории, ценовая политика, логистика, широта товарного ассортимента. Разработаны два подхода к продвижению: "проталкивание" - с использованием силовых методов, включая рекламу и стимулирование сбыта через посредников, и "вытягивание" - направленное непосредственно на конечного потребителя. Анализ маркетинговых инструментов в продажах не только выявляет слабые моменты в этой сфере, но и предоставляет идеи для ее улучшения. В маркетинге продаж особое значение приобретает элемент коммуникации с покупателями в местах продаж, так как это существенно повышает эффективность продаж [5, с. 35].

Согласно общему признанию в научной литературе, этот элемент включает традиционные методы стимулирования сбыта, такие как конкурсы, викторины, раздача образцов товара, дегустации, личные продажи и консультации. В современном контексте коммуникации следует рассматривать как интерактивный диалог между компанией и покупателями/потребителями.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Котлер Ф, Армстронг Гари Основы маркетинга. Учебник – "Вильямс", 2013 – 944 с.
2. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей конкурентов. [Текст] – М.: Альпина Паблишер, 2017. – 351 с.
3. Рукавишников А. Как увеличить продажи?: Интеллектуальный маркетинг – М.: Эксмо, 2019. – 320 с. – (Академия продаж).
4. Толкачев А.Н. Личные продажи: российская практика и новые подходы/Андрей Толкачев. – М.: Эксмо, 2010. – 400с.
5. Управление продажами: Учебно-практическое пособие /Авт.-сост. И.НКузнецов – 2-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков иК°», 2010. – 492 с.

Сведения об авторах

*Азизова Бейбитгуль Илдырымовна - студентка 4 курса ОП «Джиджитал маркетинг», Каспийский Общественный Университет, azizova.0418@mail.ru

**Кулахметова Далия Балхашевна – студентка 4 курса ОП «Маркетинг» Университета Туран, 22230514@turan-edu.kz

*** Кадырова Корлан Жарлыкасымовна- сеньор-лектор Университета Туран ,korlan.1977@mail.ru

Авторлар туралы мәліметтер

* Азизова Бейбитгуль Илдырымовна- 4 курс студент ОБ «Джиджитал маркетинг», Каспий Қоғамдық университеті, azizova.0418@mail.ru

**Кулахметова Далия Балхашевна – 4 курс студент ОБ «Маркетинг» Туран университеті, 22230514@turan-edu.kz

*** Кадырова Корлан Жарлыкасымовна- сеньор-лектор Туран университеті,, korlan.1977@mail.ru

Information about the authors

*Azizova Beibitgul - 4th year student of the OP "Digital Marketing", Caspian Public University, azizova.0418@mail.ru

**Kulakhmetova Dalia – 4th year student of OP "Marketing" of Turan University, 22230514@turan-edu.kz

*** Kadyrova Korlan- senior lecturer at Turan University,korlan.1977@mail.ru

Акымбекова А.Р.¹

¹ Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация. В условиях экономического кризиса маркетинг выступает важным фактором для обеспечения устойчивости предприятий. Автор обзора подчеркивает, что эффективные маркетинговые стратегии могут способствовать укреплению лояльности клиентов, привлечению новых аудиторий и повышению конкурентоспособности компаний.

Ключевые слова: маркетинг, экономический кризис, маркетинговые стратегии, лояльность клиентов, конкурентоспособность, потребительское поведение.

ЭКОНОМИКАЛЫҚ ДАҒДАРЫС ЖАҒДАЙЫНДАҒЫ МАРКЕТИНГТІҢ РӨЛІ

Акымбекова А.Р.¹

¹ Каспий Қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы.

Аңдатпа. Экономикалық дағдарыс жағдайында маркетинг кәсіпорындардың тұрақтылығын қамтамасыз етудің маңызды факторы болып табылады. Автор тиімді маркетингтік стратегиялар клиенттердің адалдығын арттыруға, жаңа аудиторияларды тартуға және компаниялардың бәсекеге қабілеттілігін арттыруға ықпал етуі мүмкін екенін атап көрсетеді.

Түйін сөздер: маркетинг, экономикалық дағдарыс, маркетинг стратегиялары, клиенттердің адалдығы, бәсекеге қабілеттілік, тұтынушылық мінез-құлық.

THE ROLE OF MARKETING IN THE ECONOMIC CRISIS

Akymbekova A.R.¹,

¹Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

Summary: In the conditions of the economic crisis, marketing is an important factor for ensuring the sustainability of enterprises. The author of the review emphasizes that effective marketing strategies can help strengthen customer loyalty, attract new audiences and increase the competitiveness of companies.

Keywords: marketing, economic crisis, marketing strategies, customer loyalty, competitiveness, consumer behavior.

В периоды экономического кризиса, компании сталкиваются с высокой степенью неопределенности и стремительных перемен. В таких условиях, роль маркетинга выходит на передний план, играя решающую роль в сохранении конкурентоспособности и устойчивости бизнеса. Экономический кризис не только ставит под угрозу финансовое благосостояние компаний, но также предоставляет уникальные вызовы и возможности для маркетинга.

Кризис 2008-2009 годов вспыхнувший в США, в связи с крахом банковской системы, эхом откликнулся во всем мире, приведя к резкому упадку мирового ВВП, увеличению безработицы, сокращению прямых иностранных инвестиций, падению мировых валютных и фондовых рынков и нарастанию социально экономической напряженности в мире. Этот кризис показал уязвимость национальных экономик и их зависимость от мировой конъюнктуры в

условиях интеграции и глобализации, доказав тем самым низкую эффективность нынешнего регулирования финансовых потоков [1].

Маркетинг, как стратегическая функция, приобретает новое измерение, становясь неотъемлемым инструментом не только для выживания, но и для успешного развития компаний в условиях экономической неопределенности.

Антикризисный маркетинг направлен, прежде всего, на то, чтобы дать четкий ответ на вопрос о будущем предприятия, его способности функционировать в нормальном режиме, а также определить стратегию, которая отныне станет основой деятельности компании: стратегия ожидания или стратегия агрессивного наступления [2].

По мнению автора, Павловской Т.А., применение методов маркетинга, наряду с реализацией мероприятий социального, экономического и политического характера, может ускорить выход из кризиса, дать возможность развития отдельным предприятиям и отраслям, изменить восприятие потребителей, послужить своеобразной профилактикой возникновения кризисных явлений в будущем [3].

В свете опыта финансового кризиса 2008 года и недавней пандемии COVID-19, компании активно пересматривают свои маркетинговые стратегии.

Согласно статистике, представленной на сайте stat.gov.kz, динамика развития малого и среднего предпринимательства в Казахстане в начале 2020 года выявила значительные изменения, особенно в Западно-Казахстанской области. В январе месяце 2020 года количество действующих субъектов малого и среднего предпринимательства достигло отметки впечатляющих 42 589. Однако, уже к марту 2020 года, это число уменьшилось до 42 254, что свидетельствует о резком снижении на 335 предприятий всего за два месяца [4].

ШАҒЫН ЖӘНЕ ОРТА КӘСІПКЕРЛІКТІҢ МОНИТОРИНГІ												
Шағын және орта кәсіпкерліктегі жұмыс істеп тұрған субъектілерінің саны												
	2020											
	қаңтар	ақпан	наурыз	сәуір	мамыр	маусым	шілде	тамыз	қыркүйек	қазан	қараша	желтоқсан
Қазақстан Республикасы	1 325 615	1 319 197	1 318 518	1 323 755	1 333 159	1 345 941	1 333 772	1 334 123	1 341 340	1 347 791	1 342 840	1 357 311
Ақмола	44 867	44 193	44 094	44 344	44 838	45 529	44 725	44 927	45 554	45 741	45 893	46 564
Ақтөбе	59 403	59 249	59 439	59 636	59 949	60 501	60 469	60 545	60 820	60 913	60 989	61 797
Алматы	122 075	121 007	121 362	121 524	122 359	123 572	122 099	122 320	122 203	122 610	121 757	123 181
Атырау	49 838	49 514	49 389	49 524	49 846	50 280	49 823	49 953	49 997	50 019	49 855	50 239
Батыс Қазақстан	42 589	42 299	42 254	42 364	42 658	43 102	42 856	43 101	42 760	43 095	43 008	43 035
Жамбыл	70 119	68 998	67 769	67 899	68 055	68 732	67 790	67 610	68 444	68 929	68 700	69 338
Қарағанды	87 625	87 383	87 220	87 601	88 420	89 704	88 541	87 908	88 414	89 078	88 990	90 196
Қостанай	51 812	51 494	51 674	51 947	52 395	52 840	51 100	51 086	51 365	51 766	51 559	52 495
Қызылорда	46 161	46 169	46 268	45 998	46 293	46 943	46 153	46 647	47 447	47 735	47 897	48 657
Маңғыстау	52 902	52 325	52 400	52 540	52 836	53 038	52 577	51 646	52 076	52 324	52 389	52 900
Павлодар	45 033	44 817	44 868	44 983	45 209	45 291	44 715	44 903	44 927	45 060	45 141	45 809
Солтүстік Қазақстан	29 863	29 513	29 575	30 123	30 423	30 641	29 572	29 584	29 737	29 916	29 826	30 331
Түркістан	141 871	141 020	141 099	141 255	141 508	141 883	141 716	142 028	142 682	142 288	140 999	140 605
Шығыс Қазақстан	86 973	86 283	86 124	86 752	87 691	88 579	86 591	86 367	86 702	87 384	87 278	90 453
Нұр-Сұлтан қаласы	134 089	134 785	135 382	135 976	137 163	138 707	138 810	139 085	140 342	141 786	142 877	144 769
Алматы қаласы	191 126	190 690	190 015	191 342	193 124	195 589	195 481	195 212	196 044	196 549	195 901	197 066
Шымкент қаласы	69 269	69 458	69 586	69 947	70 392	71 010	70 754	71 201	71 826	72 598	69 781	69 876

Рисунок 1 – Количество МАП в 2020 году, по регионам и по всему Казахстану.

Исходя уменьшения в количестве действующих предприятий в Западно-Казахстанской области за два месяца, а именно 0.786%, можно предположить, что воздействие пандемии COVID-19 существенно отразилось на предпринимательской активности в регионе.


Этот относительно небольшой, но заметный процентный спад может свидетельствовать о том, что многие предприятия столкнулись с трудностями, вызванными карантинными мерами и неопределенностью, что, в свою очередь, могло привести к решению о закрытии. Держащиеся до последнего, предприниматели, возможно, оказались вынужденными адаптироваться к изменяющимся условиям, что, в конечном итоге, сказалось на численности действующих субъектов малого и среднего предпринимательства.

Такие выводы могут быть первым шагом в понимании воздействия кризисных ситуаций, таких как пандемия, на бизнес-среду и подчеркивают важность маркетинга в условиях экономической нестабильности.

Кроме того, наибольший спад на бизнесы отразился на туризм, ресторанный, гостиничный бизнес, а также фитнес-центры и спортивные комплексы.

Разберем на примере – туризма. Так, по данным Всемирной туристской организации (UNWTO) 2020 г. стал худшим в истории для глобального туризма: число международных поездок сократилось на 74% по сравнению с 2019 г., а по мнению экспертов восстановление международного туризма не произойдет раньше 2024 года [5].

Согласно анализу Google.Wordstate, в 2019 и 2020 годах отмечен существенный перелом в туристической индустрии. В 2019 году, на фоне экономического кризиса, интерес к туризму снизился до 50%, вынуждая отрасль адаптироваться к трудным условиям. Однако в 2022 году, после отступления пандемии Covid-19, спрос на туристические направления возрос до 100%, что свидетельствует о восстановлении и возобновлении интереса к путешествиям [6].

Динамика популярности 

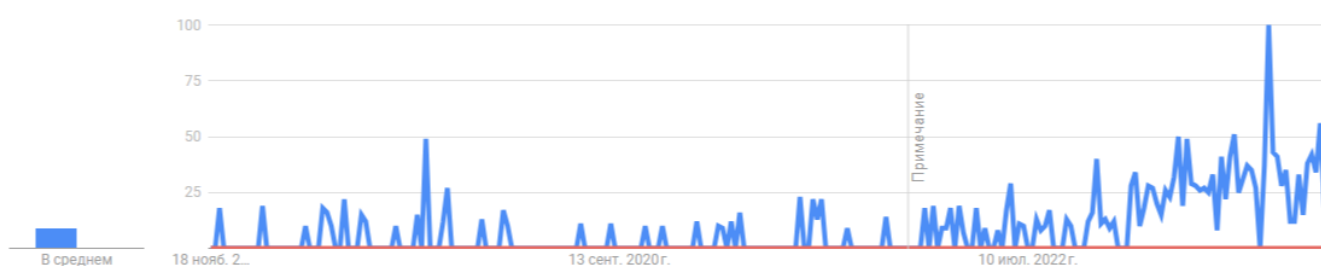


Рисунок 2 – динамика изменения роста туризма по всему миру, согласно статистическим данным Google.Wordstate.

Эта динамика наглядно демонстрирует, как экономические кризисы могут повлиять на поведение потребителей в туристической отрасли. В таких условиях роль маркетинга становится ключевой. Маркетинг, являясь инструментом формирования и поддержания интереса к продукту или услуге, оказывает значительное воздействие на восстановление туристической индустрии после трудных периодов.

Именно в условиях экономического кризиса важность маркетинга приобретает особую актуальность. Эффективные маркетинговые стратегии способны не только поддерживать бренды в сложные периоды, но и стимулировать восстановление спроса, создавая благоприятные условия для развития бизнеса.

Компании, которые успешно адаптируют свои маркетинговые стратегии к новым реалиям, более успешны в преодолении экономических трудностей.

Методы стратегий, которые по мнению автора, помогают приспособлять компании к новым реалиям:

Создание лояльности в неопределенности. В условиях экономического кризиса, сохранение лояльности клиентов становится жизненно важным. Маркетинговые программы, направленные на укрепление отношений с клиентами, включая программы лояльности и персонализированный маркетинг, оказываются эффективными. Активное взаимодействие с клиентами помогает удерживать аудиторию в условиях неопределенности.

Инновации в продвижении: Экономический кризис предоставляет компаниям возможность пересмотреть свои продукты и услуги. Инновационные подходы в маркетинге, включая разработку новых продуктов и акцент на инновациях, помогают компаниям успешно выходить из кризиса.

Соответственно, в современном мире, где бизнес-окружение постоянно меняется и развивается, компании сталкиваются с необходимостью постоянного обновления своих бизнес-процессов и стратегий. Востребованность инновационных технологий для повышения

эффективности и прибыльности становится все более актуальной. Инновационные технологии также могут помочь предприятиям модернизировать свою продукцию и услуги, делая их более удобными для клиентов и привлекательными на рынке. Появляются новые возможности для создания инновационных продуктов и бизнес-моделей, а также улучшения качества и функциональности уже существующих [7].

Гибкость в производстве и поставках: в условиях экономического кризиса, где снабженческие цепочки могут подвергаться риску, компании, обладающие гибкостью в производстве и поставках, успешнее приспосабливаются к изменяющимся условиям. Стратегии, направленные на диверсификацию и улучшение управления цепочками поставок, играют важную роль в обеспечении непрерывности бизнеса.

Сосредоточение на качестве и сервисе: Время кризиса может быть отличной возможностью для компаний сосредоточиться на повышении качества своих продуктов и предоставляемых услуг.

Чем выше конкуренция, тем важнее для бизнеса качество обслуживания клиентов. Например, если пиццерия обещает доставку в течение 20 минут, то при опоздании курьера нужно предоставить покупателю компенсацию. Если техподдержка не может устранить проблему, нужно привлечь третью сторону или предложить пользователю альтернативное решение. [8]

Уделяя внимание высокому уровню обслуживания клиентов, компании могут укрепить свою репутацию, что становится важным конкурентным преимуществом.

Цифровая трансформация: Внедрение цифровых технологий и трансформация бизнес-процессов становятся ключевыми элементами успешной адаптации. Автоматизация, анализ данных, использование искусственного интеллекта и цифровые платформы помогают компаниям быстро реагировать на изменения и более эффективно управлять своим бизнесом.

Кроме того, в данной статье автор придает выделяет несколько ключевых аспектов, которые, по его мнению, подчеркивают роль маркетинга как стратегического инструмента в периоды нестабильности.

Кратко охарактеризуем ключевые инструменты в период нестабильности.

1. **Стратегическое позиционирование:** Автор утверждает, что стратегическое позиционирование бренда становится важным элементом в условиях кризиса. Это вполне логично, учитывая, что конкуренция в условиях экономической нестабильности может усилиться, и компании, четко определяющие свою ценностную идею, могут выделиться среди конкурентов.

2. **Коммуникации и доверие:** успешные коммуникации и построение доверия становятся ключевыми в условиях кризиса. Это важно не только для удержания текущих клиентов, но и для привлечения новых. Открытость и прозрачность в коммуникациях, согласно автору, могут значительно повысить репутацию компании.

3. **Фокус на сегментации рынка:** автор выделяет важность сегментации рынка в условиях кризиса. Это может помочь компаниям лучше понимать потребности и предпочтения конкретных групп потребителей, что, в свою очередь, облегчит адаптацию маркетинговых стратегий под изменяющиеся условия.

4. **Изучение поведения потребителей:** нужно акцентировать внимание на изучении поведения потребителей. Это логично, учитывая, что в условиях кризиса потребители могут изменять свои предпочтения и потребности. Адаптация продуктов и услуг под эти изменения может стать конкурентным преимуществом.

Автор развивает идею о том, что маркетинг, помимо реагирования на кризисные ситуации, может также служить инструментом профилактики возникновения кризисов в будущем. Активное использование методов маркетинга, совместно с мерами социального, экономического и политического характера, может способствовать устойчивому развитию предприятий и отраслей, предотвращая возможные кризисы.

В итоге, периоды экономической нестабильности маркетинг перестает быть просто инструментом продаж и становится стратегическим ресурсом, способствующим выживанию и

развитию компаний. Он внедряет новый уровень сложности, требуя не только традиционных подходов, но и гибкости, инноваций и глубокого понимания потребительского поведения.

В условиях экономического кризиса роль маркетинга оказывается более стратегической и влиятельной, чем когда-либо прежде. Отмечается, что маркетинг перестает быть просто инструментом продаж, становясь основой для выживания и развития компаний. Исследования показывают, что успешное применение маркетинговых стратегий в периоды нестабильности может сыграть решающую роль в будущем предприятия.

Одним из ключевых аспектов оказывается стратегическое позиционирование бренда. В условиях кризиса конкуренция становится более острой, и компании, четко определяющие свою ценностную идею, выделяются среди множества предложений на рынке. Это выражается не только в продуктах, но и в ценностях, которые бренд представляет.

Кроме того, коммуникации и построение доверия с клиентами становятся фундаментальными. Открытость и эмпатия в общении помогают укрепить связи с потребителями и поддерживают позитивное восприятие бренда, что имеет важное значение в условиях кризиса.

Сегментация рынка и изучение поведения потребителей становятся неотъемлемыми элементами успешной маркетинговой стратегии. Адаптация под изменения в предпочтениях и потребностях различных групп потребителей обеспечивает гибкость и конкурентоспособность.

Таким образом, вмешательство маркетинга не только в решение текущих проблем, но и в формирование стратегий долгосрочного развития становится фактором, способствующим выходу компаний из кризиса с укрепленной позицией на рынке. Маркетинг в кризис становится не просто инструментом, а ключевым союзником, способным преобразовывать вызовы в возможности и обеспечивать устойчивость в переменчивом экономическом ландшафте.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бабаева Э.Э. Мировой финансовый кризис 2008 - 2009 годов: причины и последствия для мировой экономики. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mirovoy-finansovyy-krizis-2008-2009-godov-prichiny-i-posledstviya-dlya-mirovoy-ekonomiki/viewer> (дата обращения: 13.11.2023).
2. Павловская Т.А. Роль маркетинга в преодолении кризисных явлений в российской экономике. URL: https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/48224/1/rrfp_2016_1_033.pdf
3. (дата обращения: 14.11.2023).
4. Ефремов А.В. Современный маркетинг в условиях выхода из кризиса на рубеже XX – XXI вв.// Форум. Серия: Гуманитарные и экономические науки. – 2019. – № 2 (17). – С. 94-97.
5. Стратегическое планирование и агентство реформ национальное бюро статистики-stat.gov.kz - [Электронный ресурс]
6. URL: <https://old.stat.gov.kz/official/industry/139/statistic/6>
7. Официальный информационный ресурс Премьер-Министра Республики Казахстан. Развитие туризма в Казахстане после пандемии – 2022. [Электронный ресурс]
8. URL: <https://primeminister.kz/ru/news/reviews/razvitie-turizma-v-kazahstane-posle-pandemii-podvedeny-itogi-pervyh-shesti-mesyacev-2022-goda-237546>
9. Использование Google.Wordstate для изучения спроса. <https://trends.google.kz/trends/explore?cat=208&date=today%205-y&hl=ru>
10. Как использовать инновационные технологии для улучшения бизнеса [Электронный ресурс] URL: <https://uchet-jkh.ru/i/kak-ispolzovat-innovacionnye-texnologii-dlya-ulucseniya-biznesa>
11. Как улучшить качество обслуживания клиентов – 2023. – URL: <https://developers.sber.ru/help/business-development/customer-service-quality> [Электронный ресурс] (дата обращения: 13.11.2023).

Сведения об авторах:

*Акымбекова Азалия Руслановна – студентка 3-го курса, Каспийского Общественного Университета, e-mail: azaleka03@mail.ru

**Ащеулова Наталья Андреевна – научный руководитель Каспийского Общественного Университета, e-mail: tata_almaty@mail.ru

Авторлар туралы мәліметтер

*Акымбекова Азалия Руслановна – Каспий Қоғамдық университетінің 3-ші курс студенті, e-mail: azaleka03@mail.ru

** Ащеулова Наталья Андреевна - Каспий қоғамдық университетінің ғылыми жетекшісі, e-mail: tata_almaty@mail.ru

Information about the authors

***Akymbekova Azaliya Ruslanovna** - 3rd year student, Caspian Public University, e-mail: azaleka03@mail.ru

** **Ashcheulova Natalya Andreevna** – Scientific Director of the Caspian Public University, e-mail: tata_almaty@mail.ru

УДК 331.1

HCM-СИСТЕМА КАК ИНСТРУМЕНТ АВТОМАТИЗАЦИИ И ОПТИМИЗАЦИИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНИЗАЦИИ

Алтынбекқызы Ш.¹, Бекмурат А.Х.²

^{1,2} Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан
Научный руководитель – д.э.н. Мархаева Б.А.

Аннотация. Основная цель HCM-системы заключается в автоматизации и оптимизации всех процессов, связанных с управлением персоналом. Она позволяет собрать и обработать различные данные о сотрудниках, их навыках, опыте работы, образовании и профессиональных достижениях. Благодаря этой информации, руководство может принимать обоснованные решения, связанные с наймом, обучением, развитием и удержанием персонала. Одним из важных аспектов HCM-системы является управление производительностью сотрудников и оценка их эффективности. С помощью специальных инструментов и функций, руководство может отслеживать достижение поставленных целей, контролировать выполнение задач и определить наиболее эффективных сотрудников. Внедрение HCM-системы является важным шагом в развитии современных организаций, стремящихся к повышению конкурентоспособности и успешному достижению стратегических целей.

Ключевые слова: управление персоналом, HCM-система, автоматизация, оптимизация, HR-аналитика

HCM-ЖҮЙЕСІ ҰЙЫМНЫҢ ПЕРСОНАЛЫН БАСҚАРУДЫҢ АВТОМАТТАНДЫРУ ЖӘНЕ ОҢТАЙЛАНДЫРУ ҚҰРАЛЫ РЕТІНДЕ

Алтынбекқызы Ш.¹, Бекмурат А.Х.²

^{1,2} Каспий Қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы
Ғылыми жетекші – э.ғ.д. Мархаева Б.А.

Аңдатпа. HCM-жүйесінің негізгі мақсаты персоналды басқаруға қатысты барлық процестерді автоматтандыру және оңтайландыру болып табылады. Ол қызметкерлер, олардың дағдылары, жұмыс тәжірибесі, білімі және кәсіби жетістіктері туралы әртүрлі деректерді жинауға және өңдеуге мүмкіндік береді. Осы ақпарат арқылы басшылық жалдау, оқыту, дамыту және сақтаумен байланысты негізделген шешімдер қабылдай алады. HCM-жүйесінің маңызды аспектілерінің бірі қызметкерлердің жұмысын басқару және олардың тиімділігін бағалау болып табылады. Арнайы құралдар мен функциялардың көмегімен басшылық қойылған мақсаттарға қол жеткізуді қадағалап, тапсырмалардың орындалуын бақылай алады және ең тиімді қызметкерлерді анықтай алады. HCM-жүйесін енгізу бәсекеге қабілеттілікті арттыруға және стратегиялық мақсаттарға табысты жетуге ұмтылатын заманауи ұйымдардың дамуындағы маңызды қадам болып табылады.

Түйін сөздер: персоналды басқару, HCM жүйесі, автоматтандыру, оңтайландыру, HR-аналитика

HCM-SYSTEM AS A TOOL FOR AUTOMATION AND OPTIMIZATION OF AN ORGANIZATION'S PERSONNEL MANAGEMENT

Altynbekkyzy Sh.¹, Bekmurat A.Kh.²

^{1,2} Caspian University, Almaty, Republic of Kazakhstan

Abstract. The main purpose of HCM-system is to automate and optimize all processes related to personnel management. It allows collecting and processing various data about employees, their skills, work experience, education and professional achievements. With this information, management can make informed decisions related to recruitment, training, development and retention. One of the important aspects of HCM-system is employee performance management and assessment of their efficiency. With the help of special tools and functions, the management can track the achievement of set goals, control the fulfillment of tasks and identify the most efficient employees. Implementation of HCM-system is an important step in the development of modern organizations striving to increase competitiveness and successfully achieve strategic goals.

Keywords: personnel management, HCM system, automation, optimization, HR analytics

В целях оценки эффективности управления персоналом используется ряд количественных и качественных показателей (рисунок 1). К количественным показателям прежде всего относятся показатели динамики и структуры среднесписочной численности работников организации. В среднесписочную численность включают только работников, для которых компания - основное место работы. Поэтому в нее не попадают внешние совместители и работники по гражданско-правовым договорам [1,2].

Оценку численности трудовых ресурсов осуществляют как в целом по организации, так и по отдельным ее структурным подразделениям. При этом рассчитываются показатели структуры работников в разрезе отдельных категорий персонала (административно-управленческий персонал, операционные работники и т.п.).

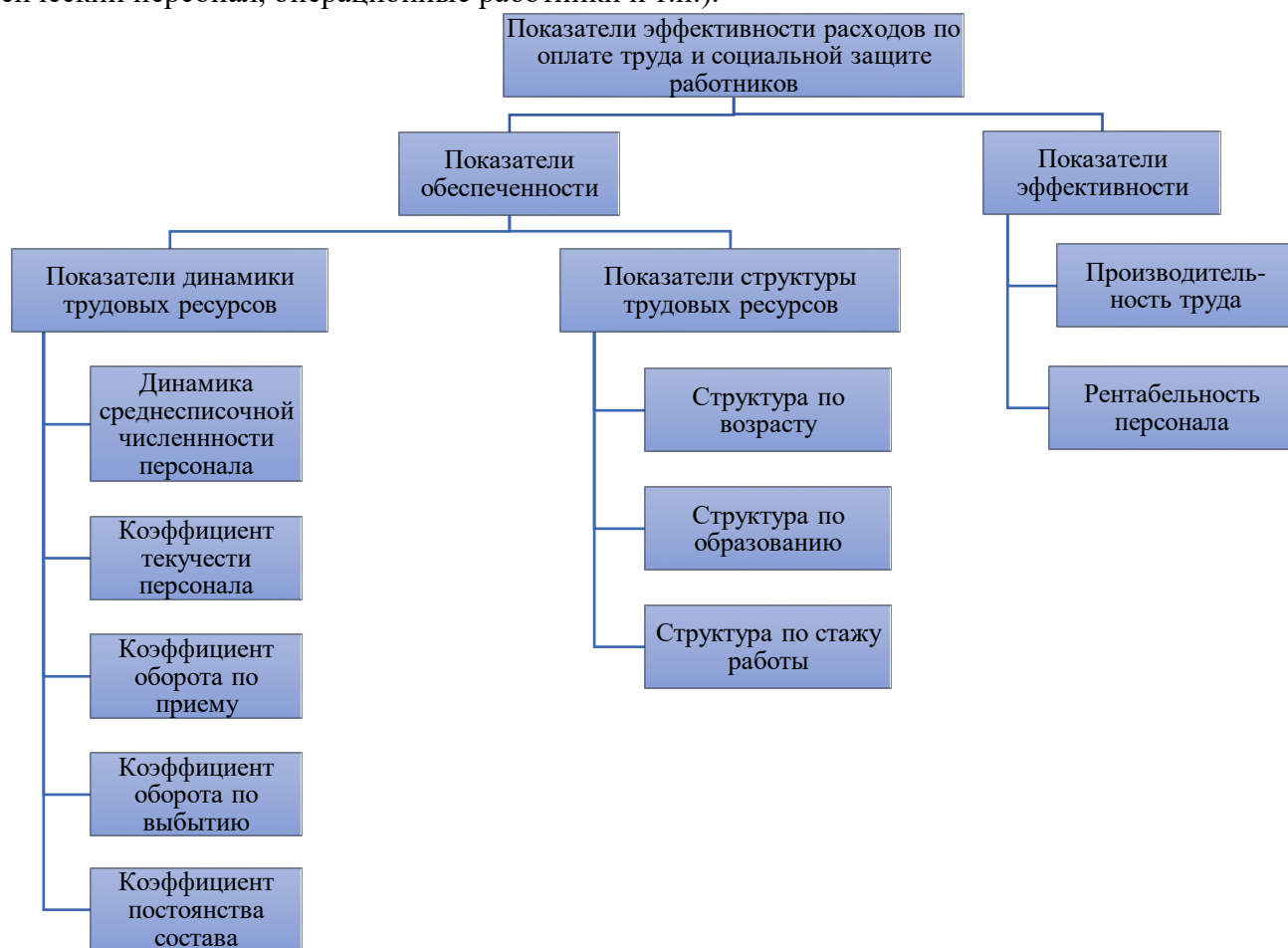


Рисунок 1. Основные показатели эффективности управления персоналом организации [2]

Завершающим этапом анализа является расчет выявленных резервов для повышения эффективности и разработка мероприятий по их использованию. Среди резервов эффективности труда целесообразно выделить экстенсивные и интенсивные. Для выявления внутренних резервов можно применять компьютерные технологии, которые обеспечивают быстрое получение соответствующей информации. При этом исходная информация может подаваться в виде данных о неиспользованные резервы и способы их мобилизации или в виде данных о недостатках в работе и соответствующих виновников. С помощью вычислительной техники руководители различных уровней могут осуществлять собственный оперативный анализ, вести регистрацию важнейших процессов, операций и расчетов, планировать соответствующие меры по улучшению трудовых показателей [3, 4].

Одной из таких компьютерных технологий является HCM-система (Human Capital Management, или Управление человеческим капиталом) – специализированная программная платформа, предназначенная для автоматизации и оптимизации управления персоналом. Она позволяет контролировать рабочий процесс, производительность сотрудников и повышать качество услуг компании [5].

Внедрение HCM-системы является важной задачей для любой организации, которая хочет сохранить конкурентные преимущества на рынке. Ниже представлены основные шаги по внедрению системы управления человеческими ресурсами:

Определение бизнес-требований. На этой стадии необходимо определить, какие основные потребности должна удовлетворять новая система, например, автоматизация процессов найма, увольнения, оценки производительности, развития персонала.

Выбор HCM-системы. После того, как бизнес-требования определены, необходимо подобрать подходящую платформу. Существует большое количество HCM-систем на рынке, поэтому необходимо провести анализ и сравнить системы на основе их функциональности, гибкости, удобства использования, стоимости.

Разработка плана внедрения. Этот этап включает в себя определение стадий внедрения, сроков выполнения и ответственных за выполнение задач. Следует также определить процессы, которые будут автоматизированы, и перечень данных, необходимых для работы системы.

Подготовка IT-инфраструктуры. Для корректной работы системы необходимы хорошо настроенное программное и аппаратное обеспечение, а также совместимость HCM-системы с другими используемыми программами.

Обучение сотрудников. Этот этап включает обучение сотрудников, которые будут работать с системой. Они должны знать, как пользоваться функциональностью, чтобы максимально эффективно выполнять свои задачи.

Тестирование и настройка. После установки и интеграции системы существует необходимость тестирования и настройки платформы для устранения ошибок и оптимизации работы.

Внедрение и запуск. После прохождения предыдущих этапов можно запустить систему и начать работу.

Учитывая размер и специфику деятельности организации, можно использовать систему SAP HCM (Human Capital Management) – это модуль внутри системы SAP ERP (Enterprise Resource Planning), который помогает организации управлять своим человеческим капиталом и процессами управления персоналом.

SAP HCM разработан для оптимизации всех аспектов управления персоналом, включая найм, развитие, оценку производительности, управление зарплатами и бенефитами, а также управление талантами и обучением. Модуль предоставляет интегрированные инструменты и процессы для управления человеческими ресурсами и обеспечивает эффективное взаимодействие между отделами кадров, менеджментом и сотрудниками.

Основные компоненты SAP HCM представлены на рисунке 2.



Рисунок 2. Основные компоненты SAP HCM [5]

В рамках нашего исследования отдельный интерес представляет последний модуль – модуль HR-аналитики. HCM-система (Human Capital Management) предоставляет различные возможности для контроля расходов по оплате труда. Вот несколько способов, которыми HCM-система может помочь в этом:

1. Автоматизированный учет рабочего времени: HCM-система может использовать различные методы учета рабочего времени, такие как системы отметки времени или GPS-системы для отслеживания рабочего времени сотрудников. Это поможет точно рассчитать оплату труда и предотвратить необоснованные переработки.

2. Анализ производительности: HCM-система может следить за производительностью каждого сотрудника, чтобы определить, кто выполняет работу наиболее эффективно. Это позволит более точно определять оплату труда и выявлять возможности для повышения производительности.

3. Управление расходами на зарплату: HCM-система предлагает различные инструменты для управления расходами на зарплату, такие как контроль над выплатами, аудит оплаты и планирование бюджета на зарплату.

4. Мониторинг compliance: HCM-система может следить за compliance с политиками компании, такими как правила оплаты, рабочего времени, привилегий и т.д. Это помогает обеспечить соблюдение правил и предотвратить ошибки или мошенничество.

5. Встроенные отчеты и аналитика: HCM-система предлагает множество отчетов и

аналитических данных для анализа и мониторинга платежей, зарплатных расходов и других аспектов оплаты труда.

Анализ и представление данных о человеческом капитале высшему руководству и линейным руководителям приведет к принятию более обоснованных решений о том, какие действия или методы улучшат результаты бизнеса, повысится способность распознавать проблемы и принимать быстрые меры для их решения, а также способность демонстрировать эффективность HR-решения и, таким образом, поддерживают экономическое обоснование увеличения инвестиций в человеческий капитал. В результате акт внутреннего представления данных и выводов из них является важным компонентом HCM.

Внедрение SAP Human Capital Management также может принести дополнительные преимущества, такие как:

1. Снижение издержек: Эффективное управление человеческим капиталом может помочь компаниям сократить издержки на найм, обучение и администрирование персонала.

2. Улучшение коммуникации: SAP HCM обеспечивает улучшенную коммуникацию между отделами кадров, менеджментом и сотрудниками, что способствует разрешению возникающих проблем и конфликтов.

3. Усиление корпоративной культуры: Управление человеческим капиталом с помощью SAP HCM может помочь организациям формировать и поддерживать корпоративную культуру, основанную на сотрудничестве, развитии и успехе.

В целом, SAP HCM предлагает компаниям мощные инструменты и инновационные подходы для управления своими человеческими ресурсами, что позволяет повысить их конкурентоспособность на рынке и достижение долгосрочного успеха.

Таким образом, контроль расходов по оплате труда является важным аспектом бизнеса для повышения эффективности и уменьшения расходов. HCM-системы предоставляют эффективные инструменты для управления зарплатными расходами и обеспечения соблюдения правил и процедур компании. Внедрение HCM-системы позволит повысить производительность, эффективность и качество работы организации, а также значительно улучшить управление персоналом.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алиев И. И. Экономика труда: учебник для бакалавров / И. И. Алиев, Н. А. Горелов, Л. О. Ильина. - М.: Юрайт, 2019. - 671 с.
2. Воловская Н.М. Экономика и социология труда: Учебник для вузов/Н.М. Воловская – 3-е изд., доп. – М.: НОРМА, Новосибирск: Сибирское соглашение, 2019. – 256 с.
3. Филиппова А.И. Методы анализа наличия и эффективности использования трудовых ресурсов организации // Вестник НИБ. - 2019. - №35. – С. 194-200.
4. Аджиева А.И., Магометов И.К. Анализ трудовых ресурсов организации и оценка эффективности их использования // РППЭ. - 2020. - №9 (119). – С. 111-115.
5. Что такое управление человеческим капиталом (HCM)? <https://www.sap.com>

Сведения об авторах

* Алтынбекқызы Шахрезада – студент 4 курса специальности «6В04111-Учет и аудит» Каспийский общественный университет. e-mail: sshakh02@mail.ru

** Бекмурат Аяжан Хамитқызы– студент 4 курса специальности «6В04111-Учет и аудит» Каспийский общественный университет. e-mail: ayazhan.bekmurat02@mail.ru

Авторлар туралы мәліметтер

* Алтынбекқызы Шахрезада – «6В04111-Есеп және аудит» мамандығының 4 курс студенті. Каспий Қоғамдық университеті. e-mail: sshakh02@mail.ru

** Бекмурат Аяжан Хамитқызы – «6В04111-Есеп және аудит» мамандығының 4 курс студенті. Каспий Қоғамдық университеті. e-mail: ayazhan.bekmurat02@mail.ru

Information about the authors

* Altynbekkyzy Shakherezada – 4th year student of the specialty «6B04111-Accounting and Audit» Caspian Public University. e-mail: sshakh02@mail.ru

** Bekmurat Ayazhan Khamitovna – 4th year student of the specialty «6B04111-Accounting and Audit» Caspian Public University. e-mail: ayazhan.bekmurat02@mail.ru

УПРАВЛЕНИЕ ТЕКУЩИМИ ЗАТРАТАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Алыпбаева А.Т.¹, Кубелдесов А.К.²

Научный руководитель КОУ: сеньор лектор Большекбаева К.О.

¹Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

²Университет «Туран» г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация

Оптимизируя операции и процессы, сокращая накладные и ненужные затраты, а также ведя переговоры с поставщиками, предприятия могут сократить свои расходы и улучшить свою прибыль. Применения разных методик управления приносят ряд плюсов и минусов для развития компании. В данной статье рассмотрены методы управления затратами компании.

Ключевые слова: бизнес, производство, экономика, затраты, управление, компания, цикл.

КӘСПОРЫННЫҢ АҒЫМДАҒЫ ШЫҒЫНДАРЫН БАСҚАРУ

Алыпбаева А.Т.¹, Кубелдесов А.К.²

ҚОУ ғылыми жетекшісі: аға оқытушы Большекбаева Қ.О.

¹Каспий қоғамдық университеті, Алматы, Қазақстан Республикасы

²«Тұран» университеті Алматы, Қазақстан Республикасы

Аңдатпа

Операциялар мен процестерді оңтайландыру, үстеме және қажетсіз шығындарды азайту және жеткізушілермен келіссөздер жүргізу арқылы кәсіпорындар өз шығындарын азайтып, кірістерін жақсарта алады. Басқарудың әртүрлі әдістерін қолдану компанияның дамуына бірқатар оң және теріс жақтарын әкеледі. Бұл мақалада компания шығындарын басқару әдістері қарастырылады.

Негізгі сөздер: бизнес, өндіріс, экономика, шығындар, менеджмент, компания, цикл.

MANAGEMENT OF CURRENT COSTS OF THE ENTERPRISE

Alypbaeva A.T.¹, Kubeldesov A.K.²

Scientific supervisor of KOU: senior lecturer Bolshekbaeva K.O.

¹Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

²University "Turan" Almaty, Republic of Kazakhstan

Annotation

By streamlining operations and processes, reducing overhead and unnecessary costs, and negotiating with suppliers, businesses can reduce their costs and improve their profits. The use of different management techniques brings a number of pros and cons for the development of the company. This article discusses methods of managing company costs.

Key words: business, production, economics, costs, management, company, cycle.

Понимание текущих затрат предприятия имеет решающее значение для эффективного управления затратами. Текущие затраты представляют собой расходы, связанные с текущей деятельностью предприятия по производству и реализации продукции, и возобновляются в каждом цикле[1]. Классификация текущих затрат является важным шагом в понимании и управлении этими расходами. Подходы к классификации затрат, существующие в теории и

практике управления, разнообразны[2]. Эти затраты можно классифицировать по различным параметрам, таким как функция, поведение и характер[3]. Определив и классифицировав текущие затраты, предприятия могут лучше понять свои расходы, что является важным шагом в эффективном управлении затратами.

Анализ и понимание тенденций расходов является еще одним важным аспектом управления текущими расходами. Благодаря анализу тенденций предприятия могут выявить закономерности в своих расходах и принять обоснованные решения о стратегиях управления затратами. Одной из проблем анализа структуры затрат предприятий является отсутствие квалифицированных кадров и практического опыта определения текущих нормативов затрат[4]. Однако, инвестируя в обучение и развитие сотрудников, предприятия могут преодолеть эту проблему и лучше понять свои расходы. Анализируя тенденции расходов, предприятия могут определить области, в которых затраты можно сократить, и оптимизировать свои стратегии управления затратами, чтобы улучшить свою прибыль [5].

Оценка экономической эффективности текущих стратегий управления затратами также важна для предприятий. Деление стратегических затрат на различные категории является одной из методических особенностей оценки экономической эффективности стратегии промышленного предприятия [6]. Разрабатывая стратегии функционального управления и рассматривая методы оценки эффективности, предприятия могут улучшить свою практику управления затратами и обеспечить свое выживание в кризисных условиях [7]. Разработка корпоративных стратегий управления затратами и решение проблем с помощью тематических исследований и лекций также может помочь предприятиям улучшить свою практику управления затратами [8]. Регулярно оценивая экономическую эффективность своих стратегий управления затратами, предприятия могут принимать обоснованные решения о будущих методах управления затратами и обеспечивать свой долгосрочный успех.

Одной из ключевых стратегий управления текущими затратами предприятия является оптимизация его операций и процессов [9]. Это включает в себя выявление областей неэффективности и реализацию мер по оптимизации рабочих процессов, сокращению отходов и повышению производительности. Оптимизируя операции и процессы, организация может сократить свои затраты, сохраняя или даже улучшая качество своих продуктов или услуг [10]. Этого можно добиться различными методами, в том числе: - Автоматизация повторяющихся задач. - Стандартизация процессов - Внедрение принципов бережливого управления. - Использование технологий для повышения эффективности. Оптимизируя операции и процессы, предприятие может значительно сократить текущие затраты и улучшить свою прибыль.

Еще одна эффективная стратегия управления текущими затратами — сокращение накладных и других несущественных расходов [11]. Это может включать в себя тщательный анализ бюджета и расходов организации с определением областей, где затраты можно сократить без ущерба для качества продукции или услуг. Примеры несущественных расходов, которые можно сократить: - Ненужные офисные помещения или оборудование - Чрезмерные расходы на поездку или развлечения. - Сокращение штатных должностей или отделов. Сокращая эти расходы, предприятие может значительно снизить текущие затраты и улучшить общее финансовое состояние.

Переговоры с поставщиками и продавцами также могут быть эффективной стратегией управления текущими затратами [12]. Участвуя в переговорах, предприятие может добиться лучших цен и условий, сокращая свои расходы и повышая прибыльность. Стратегии переговоров могут включать в себя: - Консолидация покупок для получения оптовых скидок. - Запрос лучших условий оплаты или скидок при досрочной оплате. - Ведение переговоров о снижении цен или повышении качества продукции или услуг. - Построение долгосрочных отношений с поставщиками для обеспечения лучших цен и обслуживания. Внедряя эффективные стратегии переговоров, предприятие может сократить свои текущие затраты и улучшить свои финансовые показатели в долгосрочной перспективе [13].

Регулярный мониторинг и анализ текущих затрат необходим для эффективного управления затратами на предприятии [14]. Отслеживая расходы, предприятия могут определить области, где затраты можно сократить или устранить, помогая повысить общую эффективность и прибыльность. Кроме того, важно правильно распределять затраты, используя такие методологии, как исследование стоимости обслуживания (COSS), которые следуют принципам прозрачности и точности [15]. Следуя этим практикам, предприятия могут гарантировать, что они не перерасходуют ненужные расходы и что ресурсы используются эффективно.

По мере изменения условий бизнеса важно соответствующим образом корректировать стратегии управления затратами [16]. Это может включать пересмотр бюджетов, сокращение затрат в определенных областях или изучение новых источников доходов. Оставаясь гибкими и адаптируемыми, предприятия могут оставаться конкурентоспособными и улучшать свои финансовые показатели. Коммуникация с заинтересованными сторонами и сотрудниками также имеет решающее значение для эффективного управления затратами [17]. Вовлекая эти группы в дискуссии об управлении затратами, предприятия могут получить ценную информацию и идеи по сокращению расходов и повышению эффективности.

Чтобы улучшить управление затратами, предприятия также могут рассмотреть возможность использования различных инструментов и методов, таких как классификация затрат [18] и программное обеспечение для управления затратами предприятия. Эти инструменты могут помочь предприятиям определить области высоких расходов и расставить приоритеты в усилиях по сокращению затрат. Кроме того, предприятия могут извлечь выгоду из обращения за советом и рекомендациями к экспертам в этой области, таким как бизнес-консультанты или специалисты по управлению проектами [19]. Применяя упреждающий подход к управлению затратами, предприятия могут улучшить свои финансовые показатели, оставаться конкурентоспособными и обеспечить долгосрочный успех.

Рассматривая плюсы и минусы управления затратами компании, хотелось бы остановиться на преимуществах: 1. Улучшение финансового контроля. Эффективное управление текущими расходами позволяет предприятиям лучше понимать свои расходы и помогает им определить области, в которых они могут сократить расходы или оптимизировать расходы. Это приводит к улучшению финансового контроля и может привести к повышению прибыльности. 2. Расширение возможностей принятия решений. Имея точную и актуальную информацию о текущих затратах, менеджеры могут принимать обоснованные решения относительно распределения ресурсов, стратегии ценообразования и инвестиционных возможностей. Это может привести к более эффективному принятию решений и повышению общей эффективности бизнеса. 3. Повышение эффективности. Мониторинг и управление текущими расходами может помочь выявить недостатки и области для улучшения внутри организации. Оптимизируя процессы и устраняя ненужные расходы, предприятия могут стать более эффективными и сократить отходы. 4. Конкурентное преимущество. Эффективно управляя текущими затратами, предприятия могут снижать свои цены, предлагать конкурентоспособные ценовые стратегии или инвестировать в разработку продуктов и инновации. Это может дать им конкурентное преимущество на рынке и привлечь больше клиентов.

Ну а если рассмотреть, другую грань управления как минусы: 1. Отсутствие прозрачности данных. Одним из ограничений управления текущими расходами является сложность получения точных и своевременных данных. Это может быть связано с устаревшими или неэффективными системами, отсутствием интеграции между отделами или ошибками ручного ввода данных. Без надежных данных становится сложно эффективно управлять затратами. 2. Сопrotивление изменениям. Реализация стратегии управления затратами может потребовать изменений в процессах, системах или поведении сотрудников. Сопrotивление изменениям со стороны сотрудников или руководства может помешать успешному внедрению методов управления затратами. 3. Ограничения по времени и ресурсам. Управление текущими затратами может оказаться трудоемким процессом,

требующим выделенных ресурсов. Малым предприятиям или компаниям с ограниченными ресурсами может быть сложно выделить необходимое время и рабочую силу для эффективного управления затратами. 4. Сложность. Управление затратами включает анализ множества факторов, таких как прямые затраты, косвенные затраты, накладные расходы и факторы, определяющие затраты. Эта сложность может усложнить предприятиям точное отслеживание и управление всеми различными компонентами затрат.

Для решения проблем управления затратами компании: 1. Внедрение программного обеспечения для управления затратами. Инвестиции в программное обеспечение для управления затратами могут помочь автоматизировать процессы сбора, анализа и отчетности, улучшая прозрачность и точность данных. 2. Обеспечьте обучение и поддержку. Чтобы преодолеть сопротивление изменениям, обеспечьте обучение и поддержку сотрудников, чтобы помочь им понять важность управления затратами и то, какую пользу оно может принести организации. 3. Расставьте приоритеты в управлении затратами. Сделайте управление затратами приоритетом внутри организации, выделив на этот процесс ресурсы и время. Это может включать в себя назначение конкретных ролей или групп, ответственных за управление затратами. 4. Упростите анализ затрат. Упростите анализ затрат, сосредоточив внимание на ключевых факторах затрат и критических областях затрат. Отдавая приоритет наиболее важным компонентам затрат, предприятия могут эффективно управлять затратами, не перегружая себя сложностью.

Краткое содержание: Эффективное управление текущими затратами приносит ряд преимуществ, включая улучшение финансового контроля, улучшение процесса принятия решений, повышение эффективности и конкурентное преимущество. Однако такие ограничения, как отсутствие прозрачности данных, сопротивление изменениям, ограничения по времени и ресурсам, а также сложность, могут препятствовать успешному управлению затратами. Внедряя такие решения, как программное обеспечение для управления затратами, обеспечивая обучение и поддержку, уделяя приоритетное внимание управлению затратами и упрощая анализ затрат, предприятия могут преодолеть эти ограничения и воспользоваться преимуществами эффективного управления затратами.

При управлении компании его затратами и доходами, часто задают такие вопросы как: 1) Какие виды затрат необходимо учитывать при управлении текущими затратами предприятия? - При управлении текущими затратами предприятия важно учитывать как прямые, так и косвенные затраты. Прямые затраты – это расходы, которые можно напрямую отнести к конкретному продукту или услуге, например, к сырью или рабочей силе. С другой стороны, косвенные затраты – это расходы, которые не связаны напрямую с конкретным продуктом или услугой, например, аренда или коммунальные услуги. Кроме того, необходимо также проанализировать постоянные затраты, которые остаются постоянными независимо от уровня производства, и переменные затраты, которые изменяются вместе с уровнем производства.

2) Как можно реализовать меры по сокращению затрат для эффективного управления затратами? - Меры по снижению затрат могут быть реализованы путем определения областей, в которых расходы могут быть сокращены или устранены. Это может включать в себя пересмотр контрактов с поставщиками для получения более выгодных цен, реализацию инициатив по энергосбережению для снижения затрат на коммунальные услуги или оптимизацию процессов для повышения эффективности и снижения затрат на рабочую силу. Важно регулярно пересматривать и оценивать эффективность этих мер, чтобы гарантировать, что они достигают желаемого сокращения затрат без ущерба для качества или функциональности предприятия.

3) Какие стратегии можно использовать для оптимизации использования ресурсов и эффективного управления затратами? - Для оптимизации использования ресурсов и эффективного управления затратами крайне важно иметь четкое представление о потребностях и доступности ресурсов предприятия. Этого можно достичь путем проведения регулярных проверок ресурсов для выявления областей недостаточного или чрезмерного

использования. Перераспределяя ресурсы в те области, где они наиболее необходимы, и устраняя любые избыточные или избыточные ресурсы, предприятие может повысить эффективность и снизить затраты. Кроме того, реализация эффективных стратегий планирования и планирования может помочь обеспечить наиболее эффективное и экономичное использование ресурсов.

4) Как переговоры с продавцами и поставщиками могут помочь в управлении текущими затратами? - Переговоры с продавцами и поставщиками могут стать ценной стратегией управления текущими затратами. Активно ища конкурентоспособные заявки и предложения от нескольких поставщиков, предприятие может сравнивать цены и договариваться о более выгодных условиях. Это может привести к экономии средств за счет снижения закупочных цен, скидок или улучшения условий оплаты. Построение прочных отношений с продавцами и поставщиками также может привести к долгосрочным экономическим выгодам, таким как льготные цены или доступ к эксклюзивным предложениям.

5) Каковы ключевые механизмы мониторинга и контроля затрат на предприятии? - Мониторинг и контроль затрат на предприятии может быть достигнут за счет внедрения механизмов контроля затрат. Эти механизмы включают в себя установление бюджетов и целевых показателей для различных центров затрат, регулярное отслеживание и анализ финансовых данных для выявления любых отклонений от бюджета, а также реализацию корректирующих действий при необходимости. Проведение регулярных проверок затрат также может помочь выявить области перерасхода или неэффективности. Кроме того, отслеживание ключевых показателей эффективности (KPI) и финансовых показателей, таких как стоимость единицы продукции или соотношение затрат к выручке, может предоставить ценную информацию об эффективности затрат предприятия и обеспечить упреждающее управление затратами.

В заключение следует отметить, что эффективное управление текущими затратами имеет решающее значение для успеха и устойчивости любого предприятия. Понимание текущих затрат, реализация стратегий сокращения затрат, а также мониторинг и контроль расходов являются ключевыми шагами в управлении затратами. Оптимизируя операции и процессы, сокращая накладные и ненужные затраты, а также ведя переговоры с поставщиками, предприятия могут сократить свои расходы и улучшить свою прибыль. Регулярный мониторинг и анализ расходов, а также общение с заинтересованными сторонами и сотрудниками могут помочь гарантировать, что стратегии управления затратами остаются эффективными и адаптируемыми к меняющимся обстоятельствам. Реализуя эти стратегии, предприятия могут достичь большей экономической эффективности и долгосрочного успеха.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Классификация затрат и ее назначение для управления.... Получено November 16, 2023, от cyberleninka.ru
2. Классификация затрат для целей управления. Получено November 16, 2023, от cyberleninka.ru
3. Классификация затрат, их учет и контроль на.... Получено November 16, 2023, от www.klerk.ru/user/2174387/572775/
4. Управление затратами. Как его осуществить. Получено November 16, 2023, от cyberleninka.ru
5. Проблемы управления текущими затратами.... (n.d.) Получено November 16, 2023, от cyberleninka.ru
6. Показатели оценки экономической эффективности.... Получено November 16, 2023, от esoprom.misis.ru/jour/article/viewFile/302/295
7. Анализ функциональных стратегий развития предприятия. Получено November 16, 2023, от www.kubsu.ru

8. Государственный Университет – Получено November 16, 2023, от www.hse.ru
9. УПРАВЛЕНИЕ ТЕКУЩИМИ ЗАТРАТАМИ Получено November 16, 2023, от eduherald.ru/ru/article/view?id=16847
10. Современные подходы по оптимизации затрат на Получено November 16, 2023, от naukaru.ru/ru/nauka/article/14853/view
11. РЕКОМЕНДАЦИИ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ Получено November 16, 2023, от elibrary.ru/item.asp?id=42877468
12. как добиться лучших условий контрактов с поставщиками. Получено November 16, 2023, от leomik.market
13. Искусство успешных переговоров: что должен знать Получено November 16, 2023, от www.apteka.ua/article/166020
14. 23 способа убедить поставщика дать лучшую цену. Получено November 16, 2023, от www.e-executive.ru
15. Концептуальные основы управления затратами. Получено November 16, 2023, от www.klerk.ru/boss/articles/102030/
16. руководство iii: процесс распределения затрат между Получено November 16, 2023, от pubs.naruc.org/pub/F58EF12D-0360-75AB-F74B-0375B410CDE6
17. Стратегическое управление затратами на основе Получено November 16, 2023, от cyberleninka.ru
18. УПРАВЛЕНИЕ ЗАТРАТАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ С УЧЕТОМ... Получено November 16, 2023, от statecon.rea.ru/jour/article/download/182/164
19. Управление затратами на предприятии. Планирование Получено November 16, 2023, от www.litres.ru

Сведение об авторах

* **Алыпбаева Агерим Талгатқызы** - студентка Каспийского Общественного Университета, г. Алматы, Республика Казахстан mail: Aka.7777@mail.ru

** **Кубелдесов А.К** – студент Университет «Туран» г. Алматы, Республика Казахстан, mail: karla.1982@mail.ru

Авторлар туралы мәліметтер

* **Алыпбаева Агерім Талғатқызы** – Каспий қоғамдық университетінің студенті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы пошта: Aka.7777@mail.ru

** **Кубелдесов А.К.** – «Тұран» университетінің студенті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы, пошта: karla.1982@mail.ru

Information about the authors

* **Alypbaeva Agerim Talgatkyzy** - student of the Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan mail: Aka.7777@mail.ru

** **Kubeldesov A.K** – student at Turan University, Almaty, Republic of Kazakhstan, mail: karla.1982@mail.ru

УПРАВЛЕНИЕ СИСТЕМОЙ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Аманбаева Р.Р.

¹Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация. Современный мир меняется с быстротой, не имеющей аналогов в истории человечества. Это вызывает изменения в предпочтениях и потребностях сотрудников. Они стремятся к тому, чтобы их работа была не только выгодной, но и интересной, развивающей, давала возможность самореализации и вознаграждала за достижения. Мотивация – это процесс, который приводит человека к достижению поставленных целей. Управление мотивацией сотрудников – это сложное и многогранный процесс, требующий индивидуального подхода и глубокого понимания потребностей и ожиданий рабочей силы. В данной статье основная цель заключается в рассмотрении ряда вопросов, связанных с мотивацией сотрудников, выявлении и понимании тех факторов, которые в настоящее время мотивируют сотрудников в организациях, а также способов повышения их удовлетворенности работой.

Ключевые слова: система управления, мотивация, гибкий график, анализ, анкетирование

ЗАМАНАУИ ЖАҒДАЙДА ҚЫЗМЕТКЕРЛЕРДІ ЫНТАЛАНДЫРУ ЖҮЙЕСІН БАСҚАРУ

Аманбаева Р.Р.

¹Каспий Қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

Аңдатпа. Қазіргі әлем адамзат тарихында теңдесі жоқ жылдамдықпен өзгеруде. Бұл қызметкерлердің қалауы мен қажеттіліктерінің өзгеруіне әкеледі. Олар өз жұмыстарының пайдалы ғана емес, сонымен қатар қызықты, дамытушы, өзін-өзі жүзеге асыруға мүмкіндік беріп, жетістіктері үшін марапатталуын қамтамасыз етуге тырысады. Мотивация-бұл адамды алға қойған мақсаттарына жетуге жетелейтін процесс. Қызметкерлердің мотивациясын басқару-бұл жеке көзқарасты және жұмыс күшінің қажеттіліктері мен үміттерін терең түсінуді қажет ететін күрделі және көп қырлы процесс. Бұл мақалада негізгі мақсат қызметкерлерді ынталандыруға байланысты бірқатар мәселелерді қарастыру, қазіргі уақытта ұйымдардағы қызметкерлерді ынталандыратын факторларды анықтау және түсіну, сондай-ақ олардың жұмысқа қанағаттануын арттыру жолдары болып табылады.

Түйін сөздер: басқару жүйесі, мотивация, икемді кесте, талдау, сауалнама.

MANAGEMENT OF THE PERSONNEL MOTIVATION SYSTEM IN MODERN CONDITIONS

Amanbayeva R.R.

¹Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

Summary. The modern world is changing with a rapidity that has no analogues in the history of mankind. This causes changes in employee preferences and needs. They strive to ensure that their work is not only profitable, but also interesting, developing, gives an opportunity for self-realization and rewards for achievements. Motivation is a process that leads a person to achieve their goals.

Employee motivation management is a complex and multifaceted process that requires an individual approach and a deep understanding of the needs and expectations of the workforce. In this article, the main goal is to consider a number of issues related to employee motivation, to identify and understand the factors that currently motivate employees in organizations, as well as ways to increase their job satisfaction.

Keywords: management system, motivation, flexible schedule, analysis, questionnaire.

Мотивация – это процесс, который приводит человека к достижению поставленных целей. В контексте организаций и бизнеса, сотрудники являются основными активами и краеугольным камнем успешного функционирования. Понимая важность их роли, мотивация сотрудников становится одним из ключевых аспектов эффективного управления. Мотивация сотрудников играет непосредственную роль в повышении производительности, улучшении качества работы и укреплении связи между рабочими и организацией. Когда каждый сотрудник ощущает внутреннюю мотивацию к достижению поставленных целей, компания испытывает положительное влияние на свою эффективность и конкурентоспособность.

Управление мотивацией сотрудников – это сложное и многогранный процесс, требующий индивидуального подхода и глубокого понимания потребностей и ожиданий рабочей силы. Вариативность мотивационных факторов неразрывно связана с уникальностью каждого работника, его ценностями, интересами и амбициями. Руководство организации должно стремиться к созданию и содействию среды, в которой сотрудники будут чувствовать себя ценными и важными для достижения общих целей. Помимо материальных вознаграждений, таких как заработная плата и премии, мотивация может быть обогащена и другими важными факторами, такими как возможности роста и развития, признание и поощрение заслуг, участие в процессе принятия решений, создание комфортных условий труда и дружеской рабочей атмосферы. Для эффективного управления мотивацией сотрудников необходимо осуществлять постоянный мониторинг и анализ ситуаций, изучение потребностей работников и применение соответствующих стратегий и инструментов. Регулярные обратные связи и вовлечение сотрудников в обсуждение и планирование работы помогут создать атмосферу поддержки и доверия. Наконец, следует отметить, что успешная мотивация сотрудников требует постоянного обновления и адаптации к изменяющимся условиям и требованиям. Это не просто одноразовая задача, но непрерывный процесс, который со временем становится частью корпоративной культуры и стандартов организации [1, с. 327].

Таким образом, мотивация сотрудников представляет собой важнейшую функцию управления, которая позволяет создавать эффективные команды, повышать производительность и достигать успеха в современных условиях бизнеса. Активное управление мотивацией является одним из главных инструментов лидерства и позволяет организации добиваться высоких результатов и устойчивого развития. Актуальность темы обусловлена тем, что в период развития конкурентности между компаниями, во многих организациях управление системой мотиваций персонала не развита в должной степени, существуют проблемы оптимизаций системы оплаты труда и нагрузкой работника, также невысокий уровень оплаты не дает организациям повысить рентабельность и это одна из многих проблем в данной сфере.

Как писал всемирно известный французский полководец Наполеон Бонапарт “Искусство отбора людей далеко не так сложно, как искусство дать возможность избранным полностью раскрыть свой потенциал”. Мотивировать себя сложно, а мотивировать других еще сложнее. Имея это в виду, возникает вопрос, что определяет мотивацию сотрудника и как в полной мере использовать его возможности для развития организации? Мотивация, согласно многим определениям, - это присущий сотруднику энтузиазм и усилия по достижению связанных с работой целей, то есть внутренняя сила, которая побуждает людей достигать личных и организационных целей. По сути, все сводится к внутреннему побуждению и уровню энергии, которые определяют решение индивида предпринять действие - и обычно это позитивное

действие, направленное на рост, прогресс и общее или прямое улучшение условий или последствий. В организации если к сотруднику проявляют негативное отношение или проявляют неактивное поведение, они станут немотивированными и, следовательно, непродуктивными [2, с. 1419]. Управление человеческими ресурсами организации, помимо прочего, должно обеспечивать стимулирующую среду, создающую мотивированных работников. Поэтому, хотя они хорошо знакомы с традиционными, испытанными теориями и подходами, они должны быть в курсе современных и наиболее полезных методов и техник мотивации, но также достаточно смелы, чтобы применять новые способы мотивации своих работников.

Опыт показывает, что на сегодняшний день основными проблемами в системе стимулирования наемных работников на российских предприятиях являются следующие:

1) Ограниченная гибкость в формировании оплаты труда, неспособность системы адаптироваться к изменениям в эффективности и качестве работы отдельных сотрудников;

2) Отсутствие систематической оценки или предвзятая оценка предпринимателя относительно индивидуальных трудовых показателей наемных работников

3) Проблемы, связанные с несправедливой оплатой труда руководителей, специалистов и служащих, а также с необоснованными различиями в оплате, составляют одну из основных трудностей, с которыми сталкиваются организации при решении вопросов об оплате труда.

Однако все эти проблемы могут быть преодолены с использованием как отечественного, так и зарубежного опыта. Результатом внедрения эффективных систем стимулирования на предприятии должно быть повышение эффективности его деятельности. Это можно достичь путем улучшения производительности и качества труда каждого сотрудника. Предприниматель должен учитывать необходимость привлечения и удержания высококвалифицированных работников, повышение производительности труда, качества выпускаемой продукции, а также увеличение отдачи от инвестиций в персонал, заинтересованности работников в успехах предприятия в целом и повышение их социального статуса [3, с. 22].

Для достижения этих целей используются как материальные, так и нематериальные формы стимулирования персонала. Они включают в себя уровень заработной платы, различные системы участия в прибыли, коллективные вознаграждения, индивидуализацию заработной платы, моральные стимулы, поощрение работников, занимающихся творческим трудом, путем введения гибкого графика работы, а также предоставление социальных льгот для сотрудников [4, с. 208].

Таким образом, проблемы, связанные с оплатой труда, могут быть преодолены через применение эффективных систем стимулирования персонала, что приведет к повышению эффективности работы предприятия и обеспечению успеха в целом.

Система стимулирования труда является ключевым моментом при обеспечении повышения эффективности и качества работы сотрудников. Она должна быть целевой и гласной, чтобы дать понять сотрудникам, что их труд оплачивается справедливо. Принципиальным требованием к системе стимулирования является соответствие оплаты труда выполняемой работе.

При разработке и внедрении системы мотивации работников, необходимо учитывать следующие основные требования:

1. Точность и открытость системы стимулирования, включая положения о заработной плате и дополнительных выплатах.

2. Точное изложение должностных обязанностей сотрудников.

3. Создание объективной системы оценки.

4. Возможность роста оплаты в соответствии с индивидуальными результатами работы сотрудников как в команде, так и индивидуально.

5. Учет значимости различных видов работ для предприятия при оплате труда.

6. Равная оплата работников с одинаковой сложностью и ответственностью работ в различных подразделениях предприятия.

То есть при управлении системой мотиваций должны быть учтены все вопросы касательно деятельности работника. Также при разработке системы мотивации труда также следует учитывать государственное регулирование размера оплаты труда. Мотивация сотрудников должна быть постоянно усовершенствована и улучшена. Для достижения этой цели необходимо определить направление дальнейших изменений и провести их в области системы мотивации труда [5, с. 51].

Современные организации все чаще отходят от традиционных графиков работы и предлагают альтернативные варианты, которые способствуют более эффективной работе и большей удовлетворенности сотрудников. Гибкий график работы, сокращенная рабочая неделя, удаленная работа и разделение обязанностей – это лишь некоторые из них.

Организации выбирают комбинацию этих вариантов в зависимости от конкретных потребностей и ситуации. Благодаря большей свободе в планировании своего рабочего времени, сотрудники могут достичь баланса между работой и личной жизнью, что, в свою очередь, способствует повышению их мотивации и продуктивности. Несмотря на возможные недостатки каждого из этих вариантов, их преимущества значительно превышают проблемы, что подтверждается растущим числом организаций, предлагающих гибкую форму работы.

Гибкий график работы предоставляет сотрудникам полную свободу выбора, когда они будут работать. Предполагается, что они будут работать определенное количество часов в неделю, но сами смогут распределить эти часы по своему усмотрению. Они могут приходить и уходить на работу в удобное для них время, что позволяет лучше адаптироваться к своим личным обстоятельствам.

Сокращенная или четырехдневная рабочая неделя является одним из вариантов, позволяющих работникам обеспечить себе максимум свободного времени и избежать лишних поездок на работу и пробок. Концепция заключается в том, что сотрудники работают полный рабочий день, но распределяют его таким образом, чтобы рабочая неделя стала короче. Самая популярная пропорция такого режима – 4-40, то есть сотрудник работает по 4 десятичасовых дня в течение недели. Организации, внедрившие такой график работы, отмечают повышение мотивации и производительности труда, а также снижение прогулов.

Удаленная работа предоставляет сотрудникам возможность работать из дома, используя компьютер, подключенный к офису, штаб-квартире или коллегам. Этот вариант позволяет удовлетворить их потребность в гибком планировании работы, а также совмещении рабочей и личной жизни, что может положительно сказаться на качестве жизни в свободное время. Внедрение удаленной работы позволяет организациям привлекать и удерживать лучших сотрудников, улучшая свою конкурентоспособность и повышая производительность.

Организации, сталкивающиеся с вызовами по поиску новых способов мотивации и улучшения качества жизни своих сотрудников, часто обращаются к гибким графикам работы. Это позволяет работникам лучше сочетать работу и личную жизнь, а также повышает их мотивацию и результативность. В ряде случаев организации переходят и на такой вариант, как совместное использование работы. Это означает, что два работника делят задачи, обязанности и рабочее время на одном рабочем месте в течение 40 часов в неделю. Хотя такой подход используется реже, чем гибкий график работы и сокращенная рабочая неделя, он предоставляет гибкость и организации получают двух сотрудников по цене одного, с различными наборами навыков и умений для достижения общих целей.

Таким образом, варианты планирования работы, такие как сокращенная рабочая неделя, удаленная работа и совместное использование работы, предоставляют работникам и организациям различные возможности для удовлетворения потребностей, повышения мотивации и производительности труда, а также достижения баланса между работой и личной жизнью.

Оценка системы мотивации труда может быть выполнена с использованием метода интервью. Интервью позволяет получить информацию лично от каждого сотрудника, обеспечивая непосредственный контакт и обмен информацией. Основная цель интервью – получить информацию от сотрудника в качестве объекта исследования. Применение интервью

для оценки системы мотивации труда позволяет сделать выводы об эффективности данной системы и ее влиянии на сотрудников.

Второй метод обследования анкетирование. Анкетирование - это система, включающая логически последовательные методические и организационно-технические процедуры, которые связаны между собой с единой целью: получить объективные и достоверные данные об изучаемом объекте или процессе для их последующего использования в практике управления. Этот методический подход позволяет собрать информацию и различные факторы, которые могут влиять на объект исследования, что в свою очередь помогает принимать осознанные и обоснованные решения в управленческой деятельности. Анкетирование может быть эффективным инструментом как в академических исследованиях, например, при проведении опросов и создании статистических моделей, так и в практических задачах управления, отслеживая и анализируя мнение и предпочтения клиентов или сотрудников компании. В целом, анкетирование является подходящим методом для сбора информации и получения ценных данных, которые могут быть использованы для улучшения процессов и принятия решений на всех уровнях управления. Для выявления актуальности моей работы было проведено анкетирование среди сотрудников Компании АО «Satty Zhuldyz», в котором приняли участие 20 респондентов. Так как в данный момент для создания все используют разные формы, для проведения анкетирования выбрана Google форма [6]. Результаты анкетирования выглядят следующим образом.

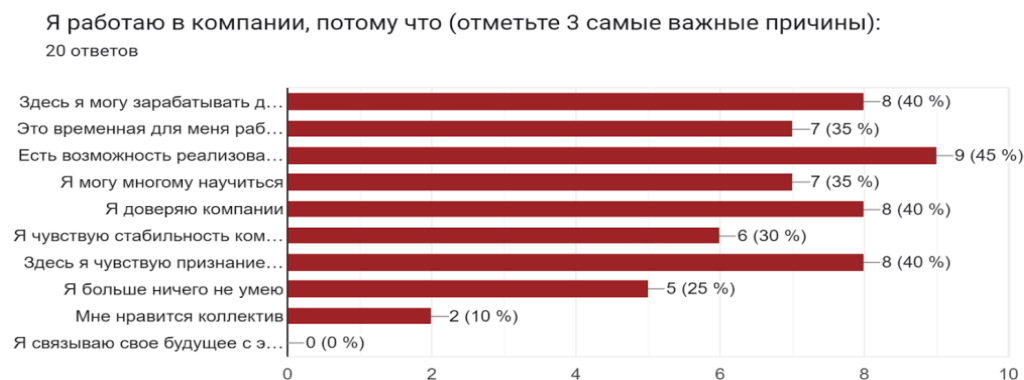


Рисунок 1. Результаты анкетирования сотрудников

Ощущаете ли Вы зависимость оплаты труда от:
20 ответов

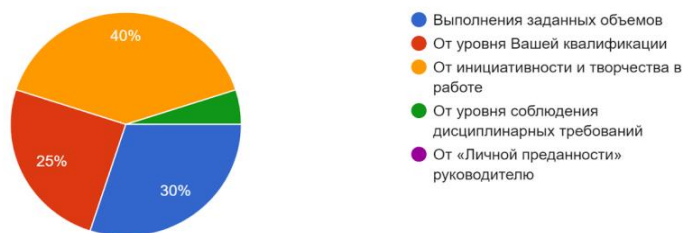


Рисунок 2. Результаты анкетирования сотрудников (второй вопрос)

Соответствует ли Ваша зарплата рыночному уровню?

20 ответов

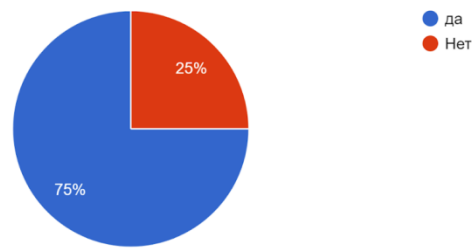


Рисунок 3. Результаты анкетирования сотрудников (третий вопрос)

Считаете ли Вы необходимым проведение индексации зарплаты?

20 ответов

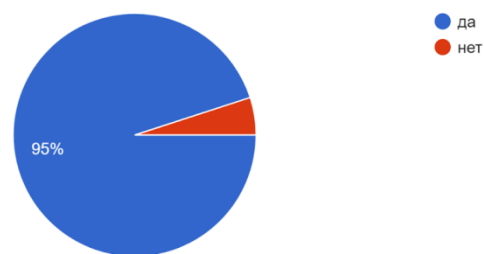


Рисунок 4. Результаты анкетирования сотрудников (четвертый вопрос)

Что Вас стимулирует к работе

20 ответов

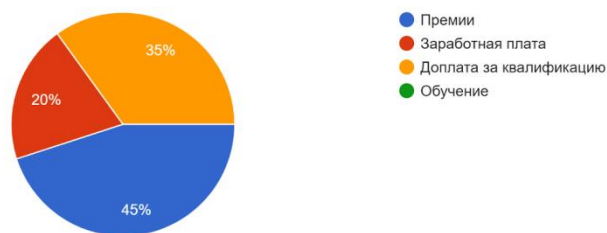


Рисунок 5. Результаты анкетирования сотрудников (пятый вопрос)

Что Вас тормозит в работе
20 ответов



Рисунок 6. Результаты анкетирования сотрудников (шестой вопрос)

Какое суждение о коллективной работе вам ближе
20 ответов

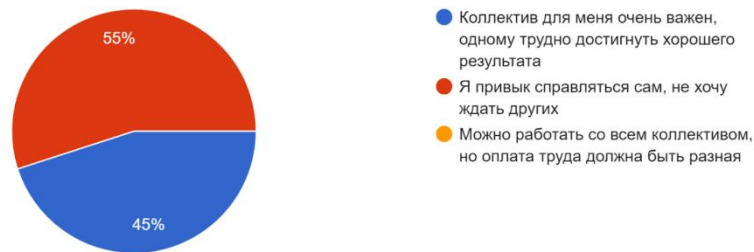


Рисунок 7. Результаты анкетирования сотрудников (седьмой вопрос)

Какой график работы вас устраивает больше всего
20 ответов

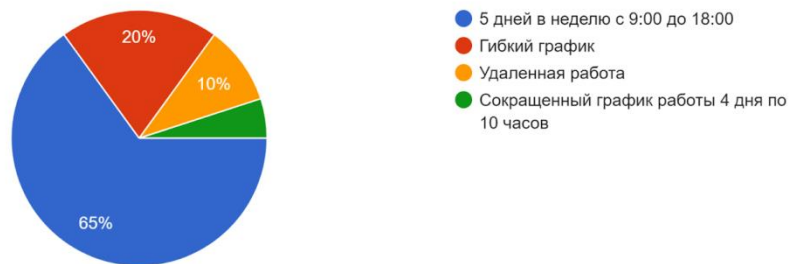


Рисунок 8. Результаты анкетирования сотрудников (восьмой вопрос)

Представьте, что Вы сейчас ищете работу. Вам предлагают несколько работ. Какую из них Вы выберете? Дайте один или два ответа

20 ответов



Рисунок 9. Результаты анкетирования сотрудников (девятый вопрос)

Как Вы относитесь к перечисленным ниже источникам дохода?

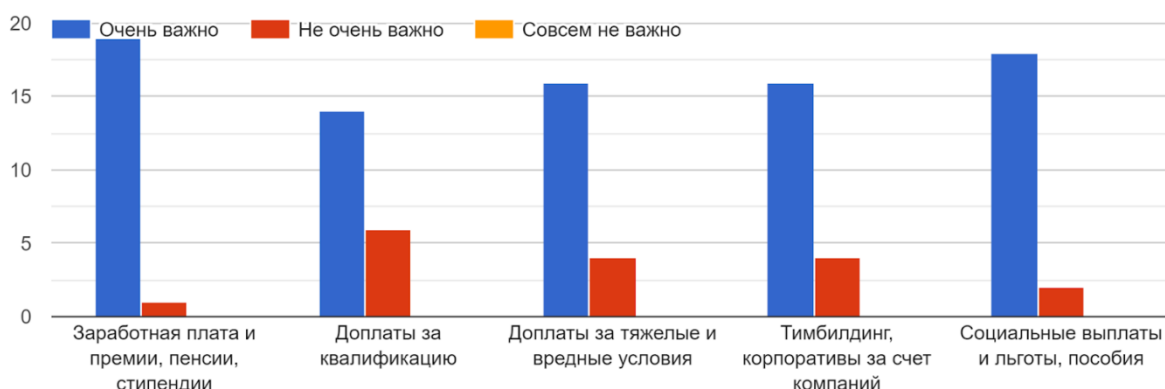


Рисунок 10. Результаты анкетирования сотрудников (десятый вопрос)

По результатам анкетирования три самые важные причины почему сотруднику работают в данной компании они выбрали ответы “здесь я могу реализовать себя”, “здесь я могу заработать”, “здесь я чувствую признание и уважение” в данном случае, не все работники выбирают материальные ценности, а указывают на другие качества. На вопрос “Считаете ли Вы необходимым проведение индексации зарплаты?” 19 респондентов ответили да, то есть в данные момент в связи с экономическим состоянием в стране, многим не хватает заработной платы и такие меры необходимы. На вопрос касательно режима работы, многие ответил что их устраивает пятидневный график работы. На вопрос про источники дохода, все респонденты ответили что все виды доходов очень важны.

Современный подход к мотивации сотрудников стал одной из ключевых задач для успешного функционирования организации. Активная и приносящая результаты работа коллектива напрямую зависит от того, насколько удовлетворены сотрудники своей работой и какие мотивационные факторы на них влияют. В данной статье основная цель заключается в рассмотрении ряда вопросов, связанных с мотивацией сотрудников, выявлении и понимании тех факторов, которые в настоящее время мотивируют сотрудников в организациях, а также способов повышения их удовлетворенности работой.

Они стремятся к тому, чтобы их работа была не только выгодной, но и интересной, развивающей, давала возможность самореализации и вознаграждала за достижения. Как следствие, руководителям предприятий и HR-специалистам необходимо активно искать новые и эффективные методы мотивации персонала. Одним из факторов мотивации является денежная компенсация. Она по-прежнему остаётся одним из важнейших стимулов для работников. Однако, помимо материального вознаграждения, растущую роль начинают играть и нематериальные мотиваторы. К ним относится подбор команды, обеспечение условий для профессионального и личностного роста, поддержка социального статуса сотрудника, признание его заслуг и достижений. Особое внимание уделено идеям, которые заложены в самой работе. Если человек видит в своей деятельности не только работу, но и смысл, то он будет более мотивирован на достижение хороших результатов. Поэтому создание комфортной рабочей атмосферы, где сотрудники видят цель своей деятельности, становится приоритетной задачей руководства. Методы повышения удовлетворенности работой могут включать в себя организацию программ обучения и развития, предоставление регулярной обратной связи, возможность самореализации и профессионального роста, а также социальные поощрения, например, корпоративные мероприятия, бонусы и премии.

В итоге, современный подход к мотивации сотрудников включает в себя комплексный подход, учитывающий, как материальные, так и нематериальные мотивационные факторы. Успешное решение этой задачи поможет создать высокопроизводительную и эффективную команду, способную преодолевать современные вызовы и достигать поставленных целей.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гаврикова П.И. Мотивация персонала в условиях кризиса // В сборнике: Актуальные вопросы экономики, менеджмента и финансов в современных условиях. Сборник научных трудов по итогам международной научно-практической конференции. Инновационный центр развития образования и науки. Санкт-Петербург, 2015. С. 327-329.

2. Айхель К.В. Вопросы эффективности реализации на практике современных предприятий теорий мотивации персонала // В сборнике: Наука ЮУрГУ Материалы 67-й научной конференции. 2015. С. 1419-1422.

3. Аметова Э.И., Карабаш Э.Р. Теоретические аспекты моделирования системы мотивации персонала предприятия // Инновационная наука. 2016. № 3-1. С. 22-26.

4. Васильев И.А., Магомед-Эминов А.Ш. Мотивация и контроль за действиями. – М., 2016. С. 208.

5. Веснин Менеджмент: учебник, 3-е изд., переработанное и дополненное изд. «Проспект», 2017 год (512 с.) - 51-53с.

6. Тест-опросник: Мотивация и стимулирование персонала. Анкета для определения типа трудовой мотивации работника.[Электронный ресурс]. – 2022. – URL: <http://psycabi.net/testy/536-test-oprosnik-motivatsiya-i-stimulirovanie-personala-anketa-dlya-opredeleniya-tipa-trudovoj-motivatsii-rabotnika> (дата обращения: 20.09.2023).

Сведения об авторах

*Аманбаева Римма Рустамовна – студент Каспийского Общественного университета
e-mail: rimma.rus@inbox.ru

Авторлар туралы мәліметтер

*Аманбаева Римма Рустамовна - Каспий Қоғамдық университетінің студенті,
e-mail: rimma.rus@inbox.ru

Information about the authors

*Amanbayeva Rimma Rustamovna – student of the Caspian Public University,
e-mail: rimma.rus@inbox.ru

УДК 658.155

АНАЛИЗ И ПРОГНОЗ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ И РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ ПО ЕЁ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ

Амангельдин Ж.Ж.¹, Кабдешова А. А.²

^{1,2} Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация. В статье рассматривает вопросы анализа и прогнозированию финансово-хозяйственной деятельности предприятия, а также разработку мероприятий по её совершенству. В работе рассматриваются методы анализа, позволяющие осуществить всестороннюю оценку текущего финансового состояния предприятия и выявить ключевые тенденции в его деятельности. Анализ и прогнозирование позволяет выявить проблемные места и потенциал для улучшения, а разработка мероприятий обеспечивает эффективное управление финансами и достижение поставленных целей. Добавляя краткое описание об финансовом положении.

Ключевые слова: анализ и прогнозирование, предприятия, финансово-хозяйственная деятельность.

КӘСПОРЫННЫҢ ҚАРЖЫ-ШАРУАШЫЛЫҚ ҚЫЗМЕТІН ТАЛДАУ ЖӘНЕ БОЛЖАУ ЖӘНЕ ОНЫ ЖЕТІЛДІРУ ЖӨНІНДЕГІ ІС-ШАРАЛАРДЫ ӘЗІРЛЕУ

Амангелдин Ж.Ж.¹, Кабдешова А. А.²

^{1,2} Каспий Қоғамдық университеті, Almaty, Republic of Kazakhstan

Аннотация. Мақалада кәсіпорынның қаржылық-шаруашылық қызметін талдау және болжау, сондай-ақ оны жетілдіру бойынша іс-шараларды әзірлеу мәселелері қарастырылады. Жұмыста кәсіпорынның ағымдағы қаржылық жағдайын жан-жақты бағалауға және оның қызметіндегі негізгі тенденцияларды анықтауға мүмкіндік беретін талдау әдістері қарастырылады. Талдау және болжау проблемалық аймақтарды және жақсарту әлеуетін анықтауға мүмкіндік береді, ал іс-шараларды әзірлеу қаржыны тиімді басқаруды және мақсатқа жетуді қамтамасыз етеді. Қаржылық жағдай туралы қысқаша сипаттама қосу.

Негізгі сөздер: талдау және болжау, кәсіпорындар, Қаржы-шаруашылық қызмет.

ANALYSIS AND FORECAST OF FINANCIAL AND ECONOMIC ACTIVITY OF THE ENTERPRISE AND DEVELOPMENT OF MEASURES FOR ITS IMPROVEMENT

Amangeldin Zh.Zh.¹, Kabdeshova A.A.²

^{1,2} Caspian Public University, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

Annotation. The article examines the issues of analysis and forecasting of the financial and economic activities of the enterprise, as well as the development of measures for its perfection. The paper discusses the methods of analysis that allow for a comprehensive assessment of the current financial condition of the enterprise and identify key trends in its activities. Analysis and forecasting allows you to identify problem areas and potential for improvement, and the development of measures ensures effective financial management and achievement of goals. Adding a brief description of the financial situation.

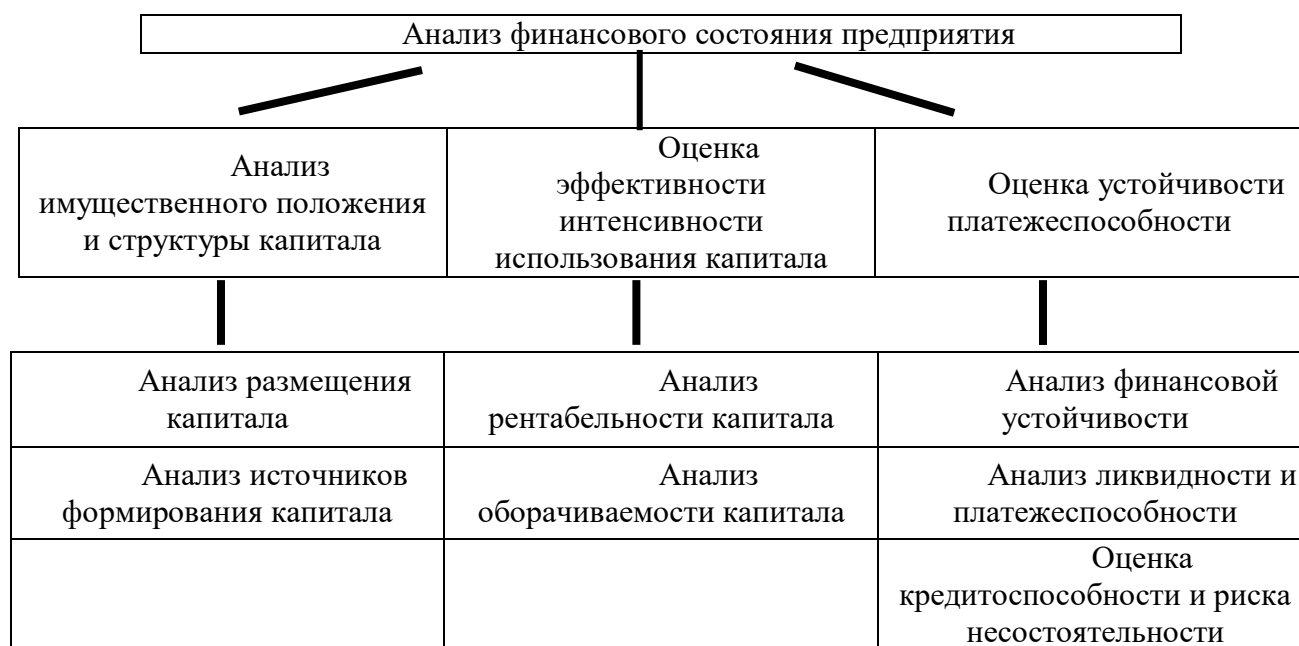
Key words: analysis and forecasting, enterprises, financial and economic activity.

В современном мире, где бизнес-среда подвержена постоянным изменениям, а конкуренция становится все более интенсивной, эффективное управление финансово-хозяйственной деятельностью предприятия становится ключом к его долгосрочному успеху.

Целью настоящей статьи является глубокий анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия и разработка целенаправленных мероприятий для ее оптимизации. В фокусе нашего внимания – не только текущее положение предприятия, но и взгляд в будущее через призму прогнозирования финансовых тенденций.

Одной из ключевых составляющих анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия является проверка его финансовой отчетности[1]. Это включает в себя изучение балансов, отчетов о прибылях и убытках и отчетов о движении денежных средств[2]. Эти отчеты предоставляют комплексный обзор финансового состояния компании, включая ее активы, обязательства, доходы и расходы. Анализируя эту финансовую отчетность, можно лучше понять финансовое положение компании, выявить любые проблемные области и разработать стратегии по улучшению ее финансовых показателей.

Таблица 1 – Анализ финансового состояния предприятия



Финансовым анализом называют комплекс методик по накоплению, переработке и анализу качественной и количественной информации, касающейся финансов предприятия. В успешных компаниях финансовый анализ идет рука об руку с управленческим, позволяя вовремя обнаружить и искоренить негативные тенденции и усилить позитивные.

Помимо анализа финансовой отчетности, важно также определить ключевые финансовые коэффициенты и показатели эффективности[3]. Они могут включать такие показатели, как коэффициенты ликвидности, коэффициенты рентабельности и коэффициенты эффективности. Рассчитав и проанализировав эти коэффициенты, можно оценить финансовое состояние компании и определить области для улучшения. Важно сравнить эти коэффициенты с отраслевыми показателями и историческими данными, чтобы получить более точное представление о финансовых результатах компании[4]. Этот анализ может помочь выявить

области, в которых компания работает хорошо, и области, где ей, возможно, потребуется внести изменения для улучшения своего финансового положения.

Наконец, важно оценить финансовые сильные и слабые стороны компании [5]. Это включает в себя определение областей, в которых компания работает хорошо, и областей, в которых она испытывает трудности. Оценив эти сильные и слабые стороны, можно разработать стратегии, позволяющие извлечь выгоду из сильных сторон компании и устранить ее слабые стороны. Это может включать в себя реализацию мер по сокращению затрат, повышение операционной эффективности или изучение новых источников доходов. Применяя комплексный подход к анализу финансово-хозяйственной деятельности предприятия, можно получить четкое представление о его финансовом положении и разработать стратегии улучшения его показателей и достижения долгосрочного успеха.

Первым шагом в анализе и прогнозировании финансово-хозяйственной деятельности предприятия является изучение рыночных тенденций и экономических условий [4]. Это включает в себя оценку отраслевой ситуации, выявление ключевых конкурентов и оценку общего экономического климата. Понимая эти внешние факторы, предприятия могут лучше предвидеть потенциальные проблемы и возможности, а также соответствующим образом корректировать свои стратегии. Этот анализ также может помочь выявить потенциальные риски для бизнеса, такие как изменения в потребительских предпочтениях или изменения в государственном регулировании.

После проведения внешнего анализа следующим шагом является разработка финансовых прогнозов предприятия [6]. Это включает в себя прогнозирование будущих доходов, расходов и прибыли на основе исторических данных и текущих тенденций. Финансовые прогнозы могут помочь предприятиям принимать обоснованные решения об инвестициях, планах расширения и других стратегических инициативах. Очень важно убедиться, что эти прогнозы реалистичны и основаны на точных данных, чтобы избежать принятия решений, которые могут нанести вред бизнесу в долгосрочной перспективе. Финансовые прогнозы также должны учитывать потенциальные риски и неопределенности, такие как изменения на рынке или непредвиденные расходы.

Помимо прогнозирования финансовых показателей, крайне важно выявить потенциальные риски и возможности для роста [7]. Это включает в себя изучение внутренних факторов, таких как сильные и слабые стороны компании, а также внешних факторов, таких как изменения в поведении потребителей или достижения в области технологий. Выявляя эти потенциальные риски и возможности, предприятия могут разрабатывать стратегии по снижению рисков и использованию возможностей для роста. Это может включать внедрение новых маркетинговых стратегий, инвестиции в исследования и разработки или выход на новые рынки. В целом, комплексный подход к анализу и прогнозированию может помочь предприятиям принимать обоснованные решения и улучшать свою финансово-экономическую деятельность.

Одним из ключевых мероприятий, которые можно реализовать для улучшения финансово-хозяйственной деятельности предприятия, является снижение затрат [8]. Этого можно добиться различными способами, в том числе: - Оптимизация операций для устранения неэффективности. - Переговоры о более выгодных условиях с поставщиками и продавцами. - Реализация энергосберегающих мероприятий для снижения затрат на коммунальные услуги. - Сокращение текучести кадров и связанных с этим затрат на найм и обучение. Анализируя текущую структуру затрат предприятия и выявляя области для улучшения, руководство может разработать и реализовать целевые меры по сокращению затрат для повышения прибыльности и финансовой устойчивости.

Другой подход к улучшению финансовых показателей заключается в разработке новых потоков доходов или направлений бизнеса [8].

Это может включать выход на новые рынки, разработку новых продуктов или услуг или диверсификацию существующей линейки продуктов или услуг. Выявив и воспользовавшись новыми возможностями, предприятие может увеличить доходы и прибыльность, а также

снизить зависимость от одного источника дохода. Это также может помочь снизить риск и обеспечить долгосрочную устойчивость.

Наконец, повышение операционной эффективности и производительности также может оказать существенное влияние на финансово-хозяйственную деятельность предприятия [5]. Это может включать в себя: - Оптимизация производственных процессов для сокращения отходов и увеличения выпуска продукции. - Внедрение новых технологий или оборудования для повышения эффективности. - Обучение сотрудников повышению квалификации и производительности. - Улучшение управления цепочками поставок для сокращения времени выполнения заказов и повышения надежности. Сосредоточив внимание на операционных улучшениях, предприятие может повысить прибыльность, снизить затраты и повысить удовлетворенность клиентов, и все это способствует долгосрочному успеху и устойчивости [9]. Объединив эти подходы и разработав комплексный план совершенствования, предприятие может активизировать свою финансово-хозяйственную деятельность, обеспечив долгосрочный успех и прибыльность[10].

Горизонтальный и вертикальный анализ — это методы финансового анализа, используемые в бухгалтерии для изучения финансовых отчетов компании. Давайте рассмотрим каждый из них более подробно в таблице 2.

Таблица 2 – Финансовое положение (ТОО Alpha management company)

ТОО «Alpha Management Company»		
Услуги по производству, передаче и снабжению тепловой энергией		
Бухгалтерский Баланс/Отчёт о финансовом положении в тыс. тенге		
Активы:	31.1 2.2018	31.1 2.2019
Денежные средства и их эквиваленты	109 022	88 979
Краткосрочная торговля и прочая дебиторская задолженность	254	504
Текущие налоговые активы	199	205
Запасы	375 167	637 503
Прочие краткосрочные активы	105 124	272 761
Итого краткосрочные/оборотные активы:	589 767	999 953
Долгосрочные финансовые активы	0	2 481
Долгосрочная дебиторская задолженность	5 87 4	6 737
Основные средства	107 304	205 385
Нематериальные активы	836	1 180
Итого долгосрочные/внеоборотные активы:	114 014	215 783
Итого активы/валюта баланса:	703 781	1 21 5 736
Прочие краткосрочные финансовые обязательства	0	0
Краткосрочная кредиторская задолженность	142 083	222 499

Вознаграждение работникам	9	14
	287	310
Прочие краткосрочные обязательства	11	35
	986	727
Итого краткосрочные обязательства	163	272
	357	536
Итого долгосрочные обязательства	0	0
Уставный капитал	43	43
Финансовая помощь акционера (без возврата)	567	925
	602	164
Нераспределенная прибыль	-27	17
	222	993
Итого капитал	540	943
	424	200
Итого пассивы/валюта баланса:	703	1 21
	781	5 736

Оба эти метода являются важными инструментами для оценки финансового состояния компании, выявления тенденций и принятия более обоснованных управленческих решений в таблице 3 и таблице 4.

Таблица 3 – Горизонтальный анализ.

ООО «Alpha Management Company»		
Горизонтальный анализ		
Активы:	2018	2019
Денежные средства и их эквиваленты	-	-
	20 043,4	23
Краткосрочная торговля и прочая дебиторская задолженность	250,	-
	3	5
Текущие налоговые активы	6,1	3
Запасы	262	7
	336,0	1
Прочие краткосрочные активы	167	-
	637,0	43
Итого краткосрочные/оборотные активы:	410	3
	185,9	9
Долгосрочные финансовые активы	2 48	1
	1,1	13
Долгосрочная дебиторская задолженность	863,	1
	0	5
Основные средства	98 0	5
	81,3	4
Нематериальные активы	343,	2
	7	2
Итого долгосрочные/внеоборотные активы:	101	5
	769,2	3
Итого активы/валюта баланса:	511	4
	955,1	2
Прочие краткосрочные финансовые обязательства	0,0	0

Краткосрочная кредиторская задолженность	80,4 15,7	1 05
Вознаграждение работникам	5 02 2,8	- 5
Прочие краткосрочные обязательства	23 7 40,5	1 3
Итого краткосрочные обязательства	109 179,0	8 1
Прочие долгосрочные финансовые обязательства	0,0	0
Итого долгосрочные обязательства	0,0	0
Уставный капитал	0,0	0
Нераспределенная прибыль	45 2 14,4	- 386
Итого капитал	402 776,1	3 1
Итого пассивы/валюта баланса:	511 955,1	4 2

Таблица 4 – Вертикальный анализ

ТОО «Alpha Management Company»		
Вертикальный анализ		
Активы:	2018 (%)	2 019(%)
Денежные средства и их эквиваленты	15,5	7 ,3
Краткосрочная торговля и прочая дебиторская задолженность	0,0	0 ,0
Текущие налоговые активы	0,0	0 ,0
Запасы	53,3	5 2,4
Прочие краткосрочные активы	14,3	2 2,4
Итого краткосрочные/оборотные активы:	83,8	8 2,3
Долгосрочные финансовые активы	0,0	0 ,2
Долгосрочная дебиторская задолженность	0,8	0 ,6
Основные средства	15,2	1 6,9
Нематериальные активы	0,1	0 ,1
Итого долгосрочные/внеоборотные активы:	16,2	1 7,7
Итого активы/валюта баланса:	100, 0	1 00,0
Прочие краткосрочные финансовые обязательства	0,0	0 ,0
Краткосрочная кредиторская задолженность	20,2	1

		8,3
Вознаграждение работникам	1,3	1,2
Прочие краткосрочные обязательства	1,7	2,9
Итого краткосрочные обязательства	23,2	2,4
Прочие долгосрочные финансовые обязательства:	0,0	0,0
Итого долгосрочные обязательства	0,0	0,0
Уставный капитал	0,0	0,0
Прочие долгосрочные финансовые обязательства	80,7	7,6
Нераспределенная прибыль	-3,9	1,5
Итого капитал	76,8	7,6
Итого пассивы/валюта баланса:	100,0	100,0

В заключение можно сказать, что проведение анализа и прогноза финансово-хозяйственной деятельности предприятия имеет решающее значение для его успеха. Анализируя финансовую отчетность, определяя ключевые финансовые показатели и оценивая сильные и слабые стороны, можно определить области для улучшения. Прогнозирование будущих финансовых и экономических показателей, анализ рыночных тенденций и экономических условий, а также выявление потенциальных рисков и возможностей роста также важны. Разработка мер по совершенствованию финансово-хозяйственной деятельности, таких как снижение затрат, развитие новых потоков доходов, повышение операционной эффективности и производительности, необходима для долгосрочного успеха предприятия. В целом, комплексный подход к финансово-экономическому анализу и прогнозированию необходим для устойчивости и роста любого предприятия.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. АНАЛИЗ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ. (n.d.) Получено November 18, 2023, от <http://venec.ulstu.ru/lib/go.php?id=2369>
2. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной (n.d.) Получено November 18, 2023, от www.ibispb.ru
3. Анализ и прогноз финансово-хозяйственной деятельности и (n.d.) Получено November 18, 2023, от knowledge.allbest.ru
4. Разработка комплексного подхода для анализа (n.d.) Получено November 18, 2023, от cyberleninka.ru
5. Анализ финансово-хозяйственной деятельности (n.d.) Получено November 18, 2023, от www.moedelo.org
6. Ильиных | 38.03.02 Менеджмент. (n.d.) Получено November 18, 2023, от vkr.urfu.ru/index.php/38_03_02/article/view/32711
7. БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА. (n.d.) Получено November 18, 2023, от elib.rshu.ru
8. Анализ финансово-хозяйственной деятельности (n.d.) Получено November 18, 2023, от commons.datacite.org/doi.org/10.18720/spbpu/2/v18-3185

9. ЭКОНОМЕТРИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ФИНАНСОВО- (n.d.) Получено November 18, 2023, от cyberleninka.ru

10. Анализ и прогноз финансово-хозяйственной (n.d.) Получено November 18, 2023, от www.docsity.co

Сведения об авторах

* Амангельдин Жанбота – Студентка 2 курса образовательной программы Корпоративные финансы, Каспий Қоғамдық Университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы, e-mail: botaash@bk.ru

** Қабдешова Аңсаған Асқарқызы - Аға оқытушы, Каспий Қоғамдық Университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы, e-mail: ansaganym89@mail.ru

Авторлар туралы мәліметтер

* Амангелді Жанбота – Корпоративтік қаржы білім беру бағдарламасының 2 курс студенті, Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан, e-mail: botaash@bk.ru

** Кабдешова Ансаган Аскарровна – Сеньор-лектор, Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан, e-mail: ansaganym89@mail.ru

Information about the authors

* Amangeldin Zhanbota – Second grade student of educational program Corporate finance, Caspian Public University, e-mail: botaash@bk.ru

** Kabdeshova Ansagan Askarovna - Senior Lecturer, Caspian Public University, e-mail: ansaganym89@mail.ru

УДК 336.6

ТРАНСФОРМАЦИЯ ФИНАНСОВ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ ВНЕДРЕНИЯ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА

Амангелді Ә.¹, Кумарханова Н.Н.².

^{1,2} Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация: В этой всеобъемлющей статье исследуется значительное влияние искусственного интеллекта (ИИ) на финансы предприятий. В нем рассматриваются три основные области, в которых ИИ меняет финансовые услуги: данные и распознавание образов; ИИ и операционная эффективность; управление рисками и обнаружение мошенничества. В статье обсуждается, как ИИ улучшает качество обслуживания клиентов посредством персонализированного взаимодействия, индивидуальных предложений продуктов и целевого маркетинга. В нем также показано, как ИИ оптимизирует финансовые процессы, сокращая количество ошибок и время обработки, а также оптимизируя распределение рабочей силы. Кроме того, в статье подчеркивается роль ИИ в управлении рисками, предотвращении мошенничества и кредитном рейтинге, подчеркивая активный характер ИИ в обеспечении финансовой безопасности.

Ключевые слова: искусственный интеллект, финансовые услуги, опыт клиентов, персонализация, операционная эффективность, роботизированная автоматизация процессов, управление рисками.

ЖАСАНДЫ ИНТЕЛЛЕКТІ ЖҮЗЕГЕ АСЫРУ АРТЫНДА КӘСПОРЫНЫҢ ҚАРЖЫЛАРЫН ТРАНСФОРМАЦИЯЛАУ

Амангелді Ә.¹, Кумарханова Н.Н.².

¹ Каспий Қоғамдық Университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

² Каспий Қоғамдық Университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

Аннотация: Бұл жан-жақты мақала жасанды интеллекттің (AI) бизнесті қаржыландыруға айтарлықтай әсерін зерттейді. Ол AI қаржылық қызметтерді бұзатын үш негізгі бағытты қарастырады: деректер мен үлгіні тану; AI және операциялық тиімділік; тәуекелдерді басқару және алаяқтықты анықтау. Мақалада AI жекелендірілген өзара әрекеттесу, теңшелген өнім ұсыныстары және мақсатты маркетинг арқылы тұтынушы тәжірибесін қалай жақсартатынын талқылайды. Ол сондай-ақ AI қателер мен өңдеу уақытын қысқарту және жұмыс күшін бөлуді оңтайландыру арқылы қаржылық процестерді қалай оңтайландыратынын көрсетеді. Сонымен қатар, мақалада AI-ның тәуекелдерді басқарудағы, алаяқтықтың алдын алудағы және несиелік рейтингтегі рөлі атап өтіліп, қаржылық қауіпсіздікті қамтамасыз етудегі AI-ның белсенді сипаты көрсетіледі.

Түйін сөздер: жасанды интеллект, қаржылық қызметтер, тұтынушы тәжірибесі, жекелендіру, операциялық тиімділік, процесті роботтандыру, тәуекелдерді басқару.

TRANSFORMATION OF ENTERPRISE FINANCES UNDER THE IMPLEMENTATION OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE

Amangeldi A.¹, Kumarhanova N.N.²

¹Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

Abstract: This comprehensive article explores the significant impact of artificial intelligence (AI) on business finance. It looks at three main areas in which AI disrupts financial services: data and pattern recognition; AI and operational efficiency; risk management and fraud detection. The article discusses how AI improves the customer experience through personalized interactions, customized product offers, and targeted marketing. It also shows how AI streamlines financial processes by reducing errors and processing times and optimizing workforce allocation. Additionally, the article highlights the role of AI in risk management, fraud prevention, and credit rating, highlighting the proactive nature of AI in providing financial security.

Keywords: artificial intelligence, financial services, customer experience, personalization, operational efficiency, robotic process automation, risk management.

Внедрение искусственного интеллекта (ИИ) привело к значительным изменениям в различных аспектах нашей жизни, и сфера корпоративных финансов не является исключением. Финансовый сектор — одна из тех отраслей, где ИИ применяется более интенсивно [1]. Различные способы воздействия ИИ на финансы и финансовые рынки изучались и сообщалось в документах и научных публикациях, начиная с восьмидесятых и девяностых годов прошлого века [2]. В последнее время поток публикаций на эту тему прояснил многие возможности, проблемы и последствия. Целью настоящей статьи является дополнение и обновление предыдущих исследований и обзоров литературы, посвященной инструментам и операциям ИИ на финансах и финансовых рынках [3].

Концепция искусственного интеллекта, представленная Джоном Маккарти в 1956 году, приобрела значительную популярность, особенно среди крупных предприятий, и постепенно становится доступной для средних и средних компаний по мере снижения затрат. В финансах, где эффективная обработка огромных объемов данных имеет первостепенное значение, ИИ оказывается полезным, воспроизводя возможности человеческого мышления и используя алгоритмы для получения ценной информации. Примечательно, что управление рисками при принятии финансовых решений демонстрирует мастерство ИИ, превосходящее людей в оценке уровня уверенности в погашении кредитов и кредитоспособности.

Согласно недавней статье Financial Times (2021 г.), владельцы прямых инвестиций часто спешат преобразовать аналогичные предприятия в компании, которые были тщательно модернизированы с использованием технологий. Таким образом, в своей стратегии повышения ценности они выбирают цифровые аналоговые компании и помогают им использовать такие технологии, как искусственный интеллект и анализ данных. Целью этой работы является не только замена людей машинами, но и выяснение того, какие услуги нужны клиентам и как их лучше предоставлять. Этот порыв внедрения искусственного интеллекта коррелирует с бумом акций, связанных с ИИ, что указывает на ожидания инвесторов от этой технологии. Эта борьба за акции ИИ отражает растущее использование ИИ и большие ожидания от него [4].

Использование технологий для предоставления таких услуг, как мобильные платежи, способствовало росту экономики и увеличило финансовую доступность и доходы беднейших слоев населения [5]. В рамках этих технологий ИИ предлагает постоянные инновации для улучшения и потенциальной замены человеческих задач и деятельности широким спектром приложений в финансах, здравоохранении, производстве, розничной торговле, цепочках поставок, логистике и коммунальных услугах [6].

В постоянно меняющейся сфере финансового управления внедрение больших данных порождает множество проблем и сложностей, вынуждая финансовых специалистов и организации быстро адаптироваться. Эти проблемы охватывают различные аспекты.

Во – первых, неуклонное следование традиционным методологиям и устоявшемуся мышлению представляет собой серьезное препятствие для плавной интеграции больших данных [7]. Многие финансовые специалисты по-прежнему привязаны к традиционным

рабочим процессам, проявляя нерешительность в отношении внедрения новых инструментов и методов. Более того, в некоторых организациях преобладает культура консерватизма, что делает переход к принятию решений на основе данных сложной задачей, особенно в таких условиях. Отсутствие единого уровня владения инструментами и технологиями больших данных среди финансовых работников подчеркивает серьезный пробел в навыках, который необходимо устранить.

Во – вторых, фрагментация данных между различными отделами, инкапсулированная в хранилища данных, является вездесущей проблемой. Несмотря на наличие ценных данных в различных командах и отделах, эффективный обмен этими данными остается недостигнутой целью, что затрудняет принятие обоснованных решений и не позволяет использовать ценную информацию в полной мере [8]. В то же время обмен финансовыми данными, особенно конфиденциальной информацией, порождает серьезные проблемы конфиденциальности и безопасности. Достижение баланса между доступностью данных и строгими мерами безопасности представляет собой многогранную задачу. Обеспечение бесперебойного сотрудничества между различными отделами выходит за рамки простого технологического препятствия; оно глубоко укоренено в культурной структуре организаций. Содействие межфункциональной командной работе становится важнейшим императивом для использования всего потенциала больших данных.

В – третьих, интеграция информационных технологий (ИТ) в финансовый менеджмент приносит как преимущества, так и нарушения. Обеспечение того, чтобы финансовые специалисты умели использовать эти технологии, и чтобы системы демонстрировали функциональную совместимость, становится серьезной проблемой. Огромный объем данных, генерируемых приложениями больших данных, может превзойти традиционные системы управления данными, что требует повышенного внимания к эффективному хранению, обработке и анализу данных. Кроме того, решающее значение приобретают разработка и поддержание надежных аналитических возможностей, требующих от финансовых специалистов навыков, необходимых для эффективного преобразования данных в практические идеи.

Кроме того, предпринимательские группы сталкиваются со сложным выбором между централизацией и децентрализацией финансового контроля [9]. Этот выбор имеет серьезные последствия для управления данными, процессов принятия решений и соответствия целям группы. В условиях постоянных изменений модель финансового контроля для групп предприятий должна демонстрировать адаптируемость, приспосабливаясь к меняющимся обстоятельствам. То, что работает для одной группы, не обязательно применимо для другой, что подчеркивает необходимость индивидуальных решений.

Наконец, в финансовой среде, постоянно меняющейся под воздействием больших данных, соблюдение новых правил и стандартов становится первостепенным. Организации должны не только соответствовать этим меняющимся требованиям, но и использовать возможности больших данных, что представляет собой многогранную задачу. Обеспечение качества данных имеет решающее значение, поскольку финансовым специалистам поручено поддерживать точность, надежность и актуальность данных для принятия решений [10]. Интеграция технологий больших данных требует значительных инвестиций, поэтому организациям крайне важно обеспечить необходимые ресурсы и финансирование, демонстрируя при этом очевидную отдачу от инвестиций.

Интеграция программного обеспечения в финансовое консультирование и ценообразование представляет собой значительную эволюцию, переход от систем, основанных на правилах, к более автономным подходам, основанным на машинном обучении. Примечательно, что компьютерное ценообразование становится все более автоматизированным, что влияет на такие области, как ценообразование на заправочных станциях и онлайн-рынки, такие как Amazon, Barnes and Noble и eBay. Исследования, подобные проведенному Кальвано и др. (2020) исследуют интригующую возможность автономного сговора алгоритмов ценообразования ИИ без явного взаимодействия, что поднимает вопросы

об антимонопольной политике и юридических последствиях такого фактического сговора [11]. Как показали Атвал и Брайсон (2021), некоторые респонденты воспринимают роботов-консультантов как жизнеспособную альтернативу традиционным инвестиционным консультативным услугам, что указывает на растущее признание и доверие к финансовым консультациям, основанным на искусственном интеллекте [12].

Более того, потенциал ИИ для создания добавленной стоимости выходит за рамки консультационных услуг и включает в себя анализ данных, прогнозирование рыночных тенденций и стратегическую эффективность. Применение ИИ в отделах закупок, как пропагандируют консалтинговые фирмы, направлено на повышение эффективности в менее оцифрованных областях бизнес-функций.

Финансовая система, которую часто считают основой отрасли, претерпевает трансформационные изменения с появлением финтех-компаний. Эти фирмы используют новые технологии для предоставления разнообразных финансовых услуг, создавая положительную ценность для новаторов, клиентов и общества в целом. Приток миллениалов с их технически подкованным характером и скептицизмом по отношению к крупным предприятиям способствует успеху многих финтех-фирм и небанков. Исследования внедрения, например, охватывающие США, Великобританию и Португалию, показывают, что отношение потребителей, субъективные нормы и воспринимаемая полезность играют решающую роль в определении принятия роботов-консультантов. В Индии технологические компании сталкиваются с проблемой распространения информации, обучения инвесторов и укрепления доверия.

Смещение акцента отрасли с социальных инноваций на технологические инновации очевидно, поскольку финтех-компании играют ключевую роль в принятии этих изменений. Тем не менее, социальные предприниматели могут по-разному относиться к технологии: некоторые признают ее потенциал для расширения операций и оптимизации рутинных задач, в то время как другие выражают обеспокоенность по поводу потенциальной дегуманизации отношений с бенефициарами. В целом, многогранное влияние искусственного интеллекта и финансовых технологий на финансовую отрасль подчеркивает продолжающуюся трансформацию и необходимость дальнейших исследований и адаптации.

В эпоху искусственного интеллекта данные стали источником жизненной силы индустрии финансовых услуг. Преобразующие возможности искусственного интеллекта дают машинам возможность анализировать огромные наборы данных, позволяя им распознавать сложные закономерности, прогнозировать будущие тенденции и участвовать в сложных процессах принятия решений. Влияние этой трансформации наиболее ярко проявляется в том, как финансовые учреждения теперь взаимодействуют со своими клиентами, предвещая новую эру персонализированных и эффективных услуг.

В банковском секторе искусственный интеллект стал предпочтительным оружием в конкурентной борьбе банков для сбора и обработки растущих объемов данных и переопределения операций [13]. Он также применяется в инвестиционно-банковских и сопутствующих услугах, таких как прогнозирование акций и кредитный рейтинг без контакта с клиентом в коммерческом банкинге по-прежнему ограничено в основных операциях, которые обычно сосредоточены на кредитовании, обработке платежей и управлении депозитами.

Прибыльность банка, следовательно, улучшится, если инфраструктура залоговых платежей, такая как банкоматы (банкоматы) или системы мобильного банкинга, будет безопасна в использовании. ИИ также может помочь банкам улучшить отношения с клиентами, предложив им несколько новых бизнес-процессов. Благодаря клиентской аналитике банк с помощью искусственного интеллекта может предлагать клиентам консультации, рекомендации и управление портфелем.

Эта революция не ограничивается одним аспектом финансового мира; он пронизывает каждую точку взаимодействия с клиентом, трансформируя весь ландшафт клиентского опыта.

– Персонализированное и эффективное взаимодействие. В авангарде этих изменений находятся интеллектуальные чат-боты и виртуальные помощники, работающие на

базе искусственного интеллекта. Они вывели взаимодействие с клиентами на совершенно новый уровень. Благодаря искусственному интеллекту клиенты получают круглосуточную помощь, а их вопросы, проблемы и требования оперативно решаются. Мучительные времена ожидания прошлого остались в далеком воспоминании, поскольку виртуальные помощники, управляемые искусственным интеллектом, гарантируют, что клиенты быстро получат необходимую им информацию и поддержку.

– Индивидуальные предложения продуктов. Настоящее мастерство искусственного интеллекта заключается в его способности всесторонне анализировать данные клиентов. Изучая обширные хранилища информации о клиентах, алгоритмы ИИ могут создавать индивидуальные предложения продуктов, которые идеально соответствуют индивидуальным предпочтениям и потребностям. Будь то адаптация инвестиционных портфелей, предложение планов ипотечного кредитования или рекомендация кредитных карт, ИИ гарантирует, что каждый продукт или услуга разрабатываются с учетом интересов клиента.

– Целевые маркетинговые усилия. В сфере маркетинга ИИ — это не просто инструмент, а стратегический партнер. Вооруженные глубоким пониманием поведения и предпочтений клиентов, системы искусственного интеллекта могут организовывать точно настроенные маркетинговые кампании. Эти кампании представляют собой не просто общие действия; они максимально ориентированы на интересы отдельных лиц, гарантируя, что рекламные материалы, реклама и предложения найдут отклик у клиентов на личном уровне. Результатом является более высокая вовлеченность, лучшие показатели конверсии и большая удовлетворенность клиентов.

Эта трансформация не изолирована; это динамичная сила, которая пронизывает всю экосистему финансовой индустрии. Оно простирается от оценки рисков до операционной эффективности, стимулирования инноваций и расширения возможностей использования постоянно растущих объемов данных. По мере того, как мы продвигаемся дальше в будущее, основанное на искусственном интеллекте, отношения между клиентами и финансовыми учреждениями будут только крепнуть и более адаптированы к индивидуальным потребностям. ИИ — это не просто инструмент; это движущая сила индустрии финансовых услуг, которая стала более персонализированной, эффективной и ориентированной на клиента, чем когда-либо прежде.

Потенциал ИИ для анализа данных, обнаружения аномалий и упреждающего управления рисками меняет правила игры в сфере операционной эффективности финансовых учреждений. Роботизированная автоматизация процессов на базе искусственного интеллекта является движущей силой автоматизации повторяющихся задач, основанных на правилах, таких как ввод данных, обработка документов и проверки соответствия.

Отказываясь от ручного вмешательства, финансовые учреждения значительно сокращают количество ошибок в своих процессах. Это, в свою очередь, приводит к более высокой точности и надежности обработки финансовых данных и транзакций. Такое сокращение ошибок оказывает волновой эффект на всю организацию.

Задачи, которые раньше отнимали значительное количество времени, теперь можно выполнить за его долю. Такое сокращение времени обработки означает более быструю обработку запросов клиентов, что в конечном итоге приводит к повышению удовлетворенности клиентов. Более быстрая обработка повышает общее качество обслуживания клиентов, что является ключевым фактором конкурентоспособности в финансовой отрасли.

Благодаря роботизированной автоматизации процессов, выполняющей рутинные задачи, человеческие ресурсы можно перенаправить на более стратегическую и ориентированную на клиента деятельность. Такое перераспределение человеческих ресурсов повышает общую производительность рабочей силы. Сотрудники могут сосредоточиться на важных задачах, требующих творческого подхода и решения проблем, тем самым расширяя возможности и оперативность учреждения.

Глубокое влияние ИИ на операционную эффективность распространяется на различные области: от анализа данных до обслуживания клиентов. Способность финансовой отрасли

использовать данные превращает ее в более экономичный, эффективный и в высшей степени ориентированный на клиента сектор. Применяя решения на основе искусственного интеллекта, финансовые учреждения открывают двери к новым возможностям и улучшают обслуживание клиентов.

В мире финансовых услуг искусственный интеллект становится стражем финансовой безопасности [14]. Его многогранная роль в управлении рисками и обнаружении мошенничества переопределяет то, как финансовые учреждения защищают свои операции, защищают своих клиентов и обеспечивают целостность финансовой системы.

Более того, алгоритмы искусственного интеллекта являются бдительным хранителем финансовых данных. Неустанно наблюдая за ними, они постоянно просматривают обширные наборы данных в поисках даже малейших аномалий, которые могут сигнализировать о мошеннических действиях [15]. Такой упреждающий подход имеет первостепенное значение для предотвращения финансовых потерь и защиты активов клиентов. Выявляя и предотвращая потенциальные угрозы до их эскалации, ИИ обеспечивает безопасность финансовых учреждений и их клиентов.

Влияние ИИ распространяется на самую суть финансовых операций, совершенствуя модели кредитного скоринга и процессы андеррайтинга. Алгоритмы машинного обучения оценивают кредитоспособность с беспрецедентной точностью [16]. Такое глубокое понимание финансового профиля заемщика позволяет финансовым учреждениям принимать более быстрые и обоснованные решения о кредите. Результатом является снижение риска дефолтов, повышение эффективности портфеля и более стабильная финансовая среда.

Возможности искусственного интеллекта в реальном времени имеют решающее значение в области управления рисками. Благодаря способности обрабатывать и анализировать огромные наборы данных в мгновение ока, ИИ гарантирует, что финансовые учреждения не просто реагируют, но и активно выявляют и предотвращают мошеннические транзакции. Такая защита финансовых активов в режиме реального времени вселяет доверие клиентов и укрепляет доверие к финансовой системе.

В заключение отметим, что интеграция искусственного интеллекта (ИИ) в сферу финансов и бухгалтерского учета представляет собой замечательную эволюцию: от ранних приложений, таких как экспертные системы, до сложных инструментов ИИ, используемых сегодня. Внедрение искусственного интеллекта в бухгалтерском учете позволило добиться значительных успехов в различных областях: от приложений экспертных систем для разработки программного обеспечения и создания интеллектуальных электронных таблиц до оценки воздействия.

Влияние искусственного интеллекта на ландшафт бухгалтерского учета очевидно в оценках читабельности, о чем свидетельствует изучение предложений по аудиту, выявляющих различия в стратегиях написания документов между меньшими и более крупными аудиторскими фирмами. Более того, роль ИИ в обнаружении мошенничества оказалась неопределимой: подходы, основанные на машинном обучении, выявляют скрытые корреляции и закономерности, которые традиционные методы могут не заметить. Исследование Виробека (2020) иллюстрирует потенциал моделей на основе ИИ для оценки финансовых нарушений путем распознавания закономерностей, не связанных напрямую с наблюдаемой деятельностью [17]. Текущее состояние ИИ в финансах выходит за рамки традиционных функций бухгалтерского учета и включает в себя такие эффективные приложения, как оценка воздействия, оценка рисков и обнаружение мошенничества. Использование когнитивных поисковых систем и искусственного интеллекта для преобразования нефинансовых данных в финансовые последствия обеспечивает всестороннее понимание социальных и экологических последствий деловой деятельности, способствуя бухгалтерскому учету, взвешенному по воздействию. Поскольку ИИ продолжает формировать ландшафт бухгалтерского учета, он открывает как возможности, так и проблемы. Потенциал повышения эффективности, точности и возможностей принятия решений очевиден, но вопросы о влиянии на структуру рабочих мест и опасения по поводу негативных последствий для устойчивого роста и экономического

благополучия сохраняются. В этой динамичной среде постоянное колебание между шумихой и разочарованием требует осторожного и осознанного подхода.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Bredt, S. (2019). Artificial intelligence (AI) in the financial sector. *Frontiers in Artificial Intelligence* 2: 1-5.
2. Pau, L F. (eds). (1986). *Artificial Intelligence in Economics and Management*. Amsterdam and New York: North-Holland Publishing.
3. Königstorfer F & Thalmann S. (2020). Applications of artificial intelligence in commercial banks – A research agenda for behavioral finance. *Journal of Behavioral and Experimental Finance* 27: 1-15.
4. «Влияние искусственного интеллекта на финансы: данные машинного обучения» М. Кустки и М. Шишки (*Журнал риска и финансового менеджмента*, 2020), с. 10.
5. Lee JN, Morduch J, Ravindran S, Shonchoy A & Zaman H. (2021). Poverty and Migration in the Digital Age: Experimental Evidence on Mobile Banking in Bangladesh. *American Economic Journal: Applied Economics* 13(1):38-71.
6. Bredt, S. (2019). Artificial intelligence (AI) in the financial sector. *Frontiers in Artificial Intelligence* 2: 1-5.
7. AI-Powered Fintech: How Artificial Intelligence Transforms Financial Services. (2023, July 3). *Financial and Business News | Finance Magnates*.
<https://www.financemagnates.com/fintech/data/ai-powered-fintech-how-artificial-intelligence-transforms-financial-services/>
8. Ashta A & Biot-Paquerot G. (2018). FinTech evolution: Strategic value management issues in a fast-changing industry. *Strategic Change* 27(4): 301-311. admin. (2021, August 31). *Future of Artificial Intelligence in Banking & Financial Industries - Global Stats, Types & Functionality*. Stefanini. <https://stefanini.com/en/insights/articles/artificial-intelligence-in-banking-and-financial-industries>
9. Uzialko, A. (2023, February 21). *How Artificial Intelligence Is Transforming Business*. *Business News Daily*. <https://www.businessnewsdaily.com/9402-artificial-intelligence-business-trends.html>
10. Business Insider. (2021) The impact of artificial intelligence in the banking sector & how AI is being used in 2021. <https://www.businessinsider.com/ai-in-banking-report?>
11. Calvano E, Calzolari G, & Denicolò V, and Pastorello S. (2020). Artificial intelligence, algorithmic pricing, and collusion. *American Economic Review* 110(10): 3267-3297.
12. Brynjolfsson E, Rock D & Syverson C. 2019. Artificial Intelligence and the modern productivity paradox: A clash of expectations and statistics. In Agrawal A, Gans J & Goldfarb A. (eds), *The Economics of Artificial Intelligence: An Agenda*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
13. Padmaavathy P A. (2018). Artificial intelligence: The weapon of choice in banks' fight for survival. *International Journal of commerce and management research* 4(5): 70-75.
14. Mikalef P, Pappas I O, Krogstie J & Giannakos M. (2018). Big data analytics capabilities: A systematic literature review and research agenda. *Information Systems and eBusiness Management* 16: 547-578.
15. AI-Powered Fintech: How Artificial Intelligence Transforms Financial Services. (2023, July 3). *Financial and Business News | Finance Magnates*.
<https://www.financemagnates.com/fintech/data/ai-powered-fintech-how-artificial-intelligence-transforms-financial-services/>
16. Ltd, K. E. P. (2022, July 4). *How Artificial Intelligence For Finance Can Transform The Industry*. *Medium*. <https://medium.com/@joeshepdacruz/how-artificial-intelligence-for-finance-can-transform-the-industry-5f0231a63b23>
17. Wyrobeck J. (2020). Application of machine learning models and artificial intelligence to analyze annual financial statements to identify companies of unfair corporate culture. *Procedia Computer Science* 176: 3037-3046.

Сведения об авторах

***Амангелді Әлішер** – Студент 2 курса образовательной программы Корпоративные финансы, Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан, e-mail: Alisher.amangeldi.96@gmail.com

****Кумарханова Нургуль Нурмышовна** - Сеньор-лектор, Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан, e-mail: Nuke_1971@mail.ru

Авторлар туралы мәліметтер

***Амангелді Әлішер** – Корпоративтік қаржы білім беру бағдарламасының 2 курс студенті, Каспий Қоғамдық Университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы, e-mail: Alisher.amangeldi.96@gmail.com

****Кумарханова Нургуль Нурмышовна** – Аға оқытушы, Каспий Қоғамдық Университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы, e-mail: Nuke_1971@mail.ru

Information about the authors

***Amangeldi Alisher** – Second grade student of educational program Corporate finance, Caspian Public University, e-mail: Alisher.amangeldi.96@gmail.com

****Kumarhanova Nurgul Nurmyshovna** - Senior Lecturer, Caspian Public University, e-mail: Nuke_1971@mail.ru

КӘСПОРЫННЫҢ БӘСЕКЕГЕ ҚАБІЛЕТТІЛІГІН БАСҚАРУ

Апекова А.Р.¹

¹«Экономика және басқару» жоғары мектебі, «Менеджмент» мамандығы,
Каспий Қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы
Ғылыми жетекші: м.э.н. сеньор-лектор Бактиярова А.Ж.

Андатпа: Бұл мақалада бәсекелестік, бәсекеге қабілеттілік және кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігін басқару ұғымдарының мәні қарастырылады. Қазіргі уақытта нарықтағы жағдайдың жақсаруы, өндіріс пен басқарудың жаңа технологияларын енгізу негізінде экономиканың тиімділігін түбегейлі арттыруды, шығарылатын өнімді үнемі жаңартуға, оның сапасын едәуір арттыруға бағытталған. Сондықтан бүгінгі таңда ғалымдардың маңызды күш - жігері бәсекеге қабілеттіліктің мәнін, оның деңгейіне байланысты факторларды, оған әсер ету әдістерін, сондай - ақ бәсекеге қабілеттілікті басқаруға мүмкіндік беретін құралдарды зерттеуге бағытталған.

Кілт сөздер: бәсекелестік, бәсекеге қабілеттілік, бәсекеге қабілеттілікті басқару, бәсекелестік артықшылықтар, бәсекеге қабілеттілік факторлары.

Аннотация: В данной статье рассматривается сущность понятий конкуренции, конкурентоспособности и управления конкурентоспособностью предприятия. Улучшение положения на рынке предполагает кардинальное повышение эффективности экономики на основе внедрения новых технологий производства и управления, ориентированных на постоянное обновление выпускаемой продукции, значительное повышение ее качества. Поэтому сегодня значительные усилия ученых направлены на исследование сущности конкурентоспособности, факторов, от которых зависит ее уровень, методов воздействия на нее, а также инструментальных средств, позволяющих управлять конкурентоспособностью.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, управление конкурентоспособностью, конкурентные преимущества, факторы конкурентоспособности

Abstract: This article examines the essence of the concepts of competition, competitiveness and enterprise competitiveness management. The improvement of the market position implies a cardinal increase in the efficiency of the economy based on the introduction of new production and management technologies focused on the constant updating of products, a significant improvement in their quality. Therefore, today considerable efforts of scientists are directed to the study of the essence of competitiveness, the factors on which its level depends, methods of influencing it, as well as tools that allow managing competitiveness.

Keywords: competition, competitiveness, competitiveness management, competitive advantages, competitiveness factors.

Ел экономикасының нарықтық қатынастарға бағдарлануы және сыртқы экономикалық байланыстардың қарқынды дамуы өндірісті басқару туралы көзқарастардағы түбегейлі өзгерістерді қажет етеді және сатып алушылардың қажеттіліктері мен кәсіпорындардың мүмкіндіктері арасындағы алшақтықты жоюдың ең қуатты құралы ретінде бәсекеге қабілеттілікті басқару әдістерін әзірлеу мен енгізуге алғышарттар жасайды. Бәсекеге қабілеттілік қазір отандық нарықта шетелдік өнімдер пайда болған кезде ерекше мәртебеге ие болады, әдетте сапасы жағынан отандық өнімдерден жоғары.

Қазақстанның әлемдік экономикаға кіруге және онда лайықты орын алуға, жаңа ақпараттық технологиялардың, ғылыми-техникалық прогрестің соңғы жетістіктеріне жауап беретін өнімдердің жеткізушісі болуға деген ұмтылысы, әрине, үлкен. Айта кету керек, кез - келген елдің бәсекелестік позициясын анықтайтын негізгі көрсеткіштер тұрақты даму, экономиканың ашықтығы, мемлекеттік саясаттың сапасы, елді басқару сапасы, қаржы жүйесінің тиімділігі, Зияткерлік капиталдың болуы және өмір сапасы болып табылады. Сондықтан бәсекеге қабілеттіліктің артуы өзін-өзі мақсат ретінде емес, қазіргі Қазақстанның өткір экономикалық мәселелерін шешу құралы ретінде түсініледі. Олардың бірі - өндірістің негізгі факторларын қалыпты көбейту қажеттілігі.

Әрине, ұлттық экономиканың қозғалысы мен дамуының жаһандық стратегиясын мемлекет анықтайды. Бұл кәсіпорындар қызметіндегі өзіндік Нұсқаулық. Бірақ белгілі шындықты растау пайдалы: мемлекеттің экономиканы басқаруға қатысу шарасы сыртқы экономикалық және сыртқы саяси жағдайларға байланысты. Өйткені, бұл стратегияны ішкі және сыртқы нарықтардағы бәсекелестікке қатысатын кәсіпорындар тікелей жүзеге асырады. Ел ішінде бәсекелестіктің болуы әлемдік нарықта артықшылықтарды сақтаудың ажырамас шарты болып табылады. Әлемдік нарықтағы тауашаны талап ету кезінде қазіргі сұраныспен қатар перспективаға бағытталған жаңа өнімді іздеу қажет екенін түсіну керек. Бірақ жоғары технологиялық өнім негізінен экспорт үшін емес, ұлттық экономиканың тиімділігін арттыру үшін жасалатынын нақты көрсету қажет. Сондай - ақ, бәсекеге қабілеттілік нарықтағы жағдайды біржола көрсететін статистикалық көрсеткіш емес екенін есте ұстаған жөн.

Ішкі нарықтағы шиеленіскен бәсекелестік кәсіпорындарды әлемге шығуға итермелейді, онда ел ішінде алынған елеулі тәжірибе сөзсіз оң рөл атқарады. Халықаралық жетістікке жету үшін кәсіпорындар ішкі нарықтағы көшбасшылықты халықаралық көшбасшылыққа айналдыруы керек. Елдер отандық кәсіпорындар жаһандық деңгейде бәсекелесетін, Үкімет көтермелейтін немесе мән-жайларға байланысты салаларда табысқа жетуде[1, б. 397].

Ішкі бәсекелестікке жағдай жасай отырып, Қазақстан экономикасының белгілі бір салаларының бәсекеге қабілеттілігінің жоғары деңгейін сақтау отандық кәсіпорындардың стратегиясында бағалық емес бәсекелестік әдістерін неғұрлым белсенді қолдануды, ал қазіргі заманғы технологияларды және неғұрлым озық техникалық технологияларды қолдануға негізделген жоғары сапалы өнімге қол жеткізудегі бәсекелестікті білдіретінін есте ұстаған жөн жарактандыру. Баға бәсекелестігі бәсекелестіктің бастапқы кезеңінде оң және айтарлықтай нәтиже бере алады. Кейіннен, егер неғұрлым прогрессивті әдістер қолданылмаса, ол бәсекелестік стратегиясы негізінен оларды қолдануға негізделген шетелдік кәсіпорындарға ұтылады. Нәтижесінде отандық экономиканың тұрақты прогрессивті құрылымын құру мүмкін болмайды.

Тауар сатып алушыға қызығушылық тудыруы үшін оның белгілі бір техникалық және пайдалану және экономикалық параметрлері болуы керек. Тауарды сатып алудың шарты олардың сатып алушының қанағаттандырылмаған қажеттілігінің негізгі сипаттамаларына сәйкестігі болып табылады. Сатып алу процесінде тұтынушы өнімді таңдайды, белгілейді, осы тауардың нарықтағы бәсекелестердің салықтық тауарларынан бәсекелестік артықшылығын сипаттайды.

Бұл жағдайда кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігі дегеніміз-сыртқы және ішкі ортадағы кез-келген өзгерістер кезінде кәсіпорынның тауарлар, капитал және еңбек нарықтарында жұмыс істеу тиімділігін қамтамасыз етуге мүмкіндік беретін оның бизнес-процестерінің қасиеттері мен сипаттамаларының жиынтығы. Бәсекеге қабілеттілік саласындағы жалпы ұғымдар мен терминологияны анықтау үшін алдымен "бәсекеге қабілеттілік"терминін түсінудің негізгі принциптерін қарастыруымыз керек[2, б. 799].

"Бәсекеге қабілеттілік" терминін түсінудің негізгі принциптері мыналар болып табылады:

- тек нарықта көрінуі мүмкін;
- "бәсекеге қабілеттілік" ұғымы түнгі қатынастар объектісіне - тауарға, қызметтерге де, кәсіпорын, сала, ел субъектісіне де таралуы мүмкін;

- тауар өндіруші тарапынан да, тауар (қызмет) сапасын да ескереді сатып алушының тараптары;
- өндірушінің бәсекеге қабілеттілігі экономикалық, технологиялық және басқа параметрлермен де, оның еркін нарықтағы үлесімен де анықталады;
- объектілер мен шаруашылық жүргізуші субъектілердің бәсекеге қабілеттілігі серпінді, үнемі түзетілетін күйге ие;
- бәсекеге қабілеттілікті тек сол немесе басқа нарықта қалыптасатын бәсекелестік басқарады.

Кең мағынада бәсекеге қабілеттілік дегеніміз-жарыста жеңіске жету мүмкіндігі. Экономикалық салаға қатысты, жалпы алғанда, бұл экономикалық бәсекелестік субъектісі үшін артықшылықтар тудыратын қасиеттерге ие болу. Бәсекеге қабілеттілік-бұл әртүрлі деңгейлерде қарастырылуы мүмкін көпжақты экономикалық категория, өйткені бәсекелестік субъектілері ретінде әр түрлі объектілер: тауарлар, кәсіпорындар, салалар, жекелеген елдер әрекет ете алады.

Бәсекеге қабілеттілік қазіргі заманғы нарықты сипаттайтын ең күрделі ұғымдарға жатады, ал оның мәні туралы бірыңғай түсінік жоқ, тіпті оны анықтау әдістемесі туралы бірдей көзқарастар жоқ. Бұл көптеген факторларды ескеру қажеттілігімен түсіндіріледі, әдетте табиғатта әр түрлі, олардың сандық өлшенуі кейде қиын. Сонымен қатар, мұнда өнімнің сапалық сипаттамалары үлкен рөл атқара бастайды, оларды есепке алу ерекше проблема болып табылады[3, б. 4].

Алдымен бәсекеге қабілеттілікті басқаруды ақпараттық қамтамасыз етуді қарастыру қажет. Бәсекеге қабілеттілікті басқару мәселелеріне арналған көптеген ғылыми еңбектер отандық және шетелдік баспасөзде жарияланды. Дәл осы деңгейде бәсекеге қабілеттілікті басқаруды ақпараттық қамтамасыз ету мәселесін шешуге болады. Бұл жағдайда бәсекеге қабілеттілікті басқарудың ақпараттық жүйесін құруда пайдалы болатын ақпараттың ең тән компоненттерін бөліп көрсету үлкен қызығушылық тудырады. Бәсекеге қабілеттілік пен сапаны басқару-компания дамуының маңызды стратегиялық бағыты. Бәсекеге қабілеттілікті басқару саласындағы мамандар кәсіпорындар мен ұйымдардың жоғары және орта менеджменті деңгейінде талап етіледі. Бәсекеге қабілеттілікті басқару саласында теориялық және практикалық білімі бар мұндай оқу орталығының түлектері мансаптарын жақсартуға нақты мүмкіндіктерге ие[4, б. 142].

Көп жағдайда бәсекеге қабілеттілік оған нарық пен өндіріс факторларының әсері тұрғысынан ғана зерттеледі, бірақ екінші жағынан қарастырылмайды - бәсекеге қабілеттіліктің кәсіпорынның өндірістік қызметіне кері әсері. Мұндай көзқарас басқарудың жалпы теориясы тұрғысынан бәсекеге қабілеттілікті зерттеуді қажет етеді, яғни.кәсіпорынның ішкі жағдайына әсер ететін басқарушы объект ретінде бәсекеге қабілеттілікті қарастыру. Осы санатты осындай бұрышта қарау оны тәуелді объектіден басқарушыға айналдыруға мүмкіндік береді, бұл өз кезегінде кәсіпорынды өзгермелі нарықтық жағдайға жедел бейімдеу үшін әдістер мен құралдарды құруға негіз болады.

Басқарушы объект ретінде бәсекеге қабілеттілік мәртебесі оның сыртқы және ішкі факторларды көрсететін көрсеткіштерді қамтуы тиіс екендігімен расталады. Кәсіпорынның нарықтағы жағдайының және оның қаржылық жағдайының индикаторы бола отырып, оны кәсіпорын қызметінің әртүрлі аспектілеріне, соның ішінде кәсіпорынның маңызды компоненттерінің бірі - айналым капиталына әсер ету үшін пайдалануға болатын басқару әсерінің сенсоры ретінде пайдалануға болады.

Әдеби дереккөздерді талдау, бір жағынан, бәсекелестік теориясына, әртүрлі салалардағы (өнеркәсіп, байланыс және т. б.) бәсекелестік қатынастардың қалыптасу ерекшеліктеріне, оны арттыру тәсілдеріне, принциптеріне, әдістеріне, екінші жағынан, басқару әдістерін, бәсекелестік теориясын және қатынастарды біріктіретін жұмыстарға арналған көптеген еңбектер бар екенін көрсетеді бәсекеге қабілеттілік және кәсіпорын жүргізетін стратегиялар жеткіліксіз.

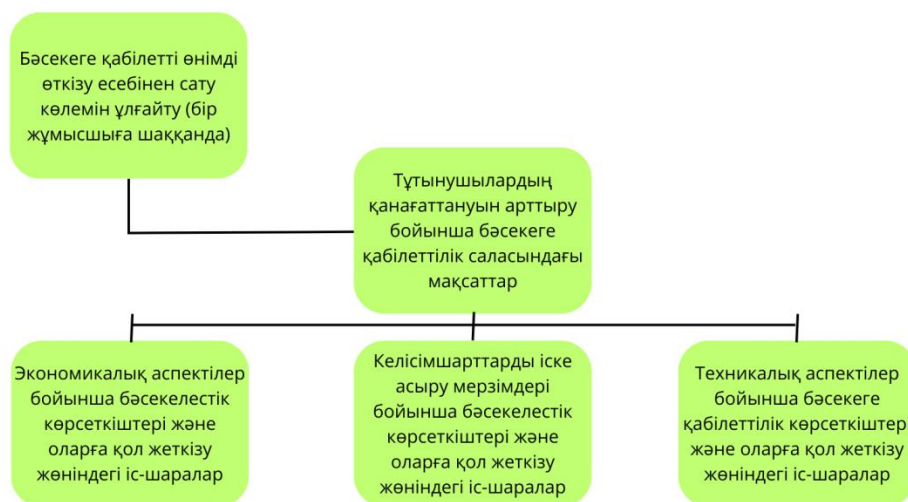
Бәсекеге қабілеттілікті басқаруды жалпы өндірісті басқарудың органикалық бөлігі және оның мақсатты ағаш бұтақтарының бірі ретінде қарастыруға болады.

Осы анықтамадан бәсекеге қабілетті өнім өндірудің соңғы кезеңі өмірлік циклдің барлық кезеңдерін бағыттауды және реттеуді қарастырады: өндірісті техникалық дайындау; кірісті бақылау; ұйымдастыру, ынталандыру және еңбекақы төлеу; есеп және қаржылық қызмет; жұмыс пен өнімнің сапасын бақылау; пайдалануда сатудан кейінгі қызмет көрсету.

Бәсекеге қабілеттілікті басқарудың негізгі міндеттерін бөліп көрсету қажет: өткізу нарығын зерделеу; шығарылатын өнімге қойылатын ұлттық және халықаралық талаптарды зерделеу; зерттеу, жобалау және өндіру процестеріне әсер ету әдістері мен құралдарын әзірлеу; өнім сапасы туралы ақпаратты жинау, талдау, сақтау.

Басқарудың мәні басқарушы шешімдерді әзірлеу және осы шешімдерде көзделген басқарушылық әсерлерді белгілі бір басқару объектісіне жүзеге асырудан кейін жатыр.

Кәсіпорын жұмысының нәтижесі мерзімдері, бағасы, техникалық сипаттамалары, сату көлемі бойынша бәсекеге қабілеттілік көрсеткіштерінің мәні түрінде ұсынылған. Бәсекеге қабілеттілік саласындағы мақсаттар тиісті процестердің нәтижелілік көрсеткіштеріне айналады. Осы мақсаттарға қол жеткізуді басқару осы жоспарларда нәтижелілік және (қажет болған жағдайда) тиімділік көрсеткіштерін белгілеу жолымен процестерді іске асыратын бөлімшелердің жоспарлары негізінде жүзеге асырылады (1-сурет).



1 сурет - Негізгі мақсаттардың құрылымы

Ескерту: сурет [5, б. 1028] ақпарат көзінің негізінде құрылған.

Басқару процесін ұйымдастырудың ең жоғары тиімділігін қамтамасыз ету үшін стратегия әзірленеді, оны әзірлеуге орта буын басшылары жауап береді.

Бәсекеге қабілеттілік саясаты кәсіпорынның жалпы саясатының құрамдас бөліктерінің бірі болып табылады. Кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігі саласындағы саясатты қалыптастыруға әсер ететін бірнеше негізгі фактілерді бөліп көрсетуге болады:

- өнімнің бәсекеге қабілеттілігі;
- бәсекелестермен күрес;
- озық технологияларды іске асыру мүмкіндігі;
- сату нарығындағы жағдай;
- кәсіпорын ішіндегі істердің жай-күйі;
- кәсіпорын ішінде инвестиция салу.

Бәсекеге қабілеттілікті басқару жүйесі кәсіпорынның нақты қызметін ескере отырып әзірленеді және қойылған мақсаттарға қол жеткізуде белгілі бір саясатты жүргізуді қамтамасыз етеді. Бәсекеге қабілеттілік жүйесінің ауқымы бәсекеге қабілеттіліктің міндеттері мен мақсаттарына сәйкес келуі керек [5, б. 1028].

Осылайша, кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігін басқару жүйесі - бұл ресурстар мен қаражаттың барлық түрлерін минималды жұмсау кезінде тұтынудың белгілі бір қажеттіліктері мен сұраныстарын қанағаттандыруды қамтамасыз ететін қасиеттер беру мақсатында өнімді құруға, дайындауға, пайдалануға және қызмет көрсетуге қатысатын басқарушы және атқарушы бөлімшелер мен нақты тұлғалардың тиімді өзара әрекеттесуін ұйымдастыру тәсілі.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Мазилкина Е.И. Управление конкурентоспособностью: учебное пособие / Мазилкина Е.И., Паничкина Г.Г. – Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2019. – 397 с. – Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/79818.html>.
2. Царев В.В. Оценка конкурентоспособности предприятий (организаций). Теория и методология: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления / Царев В.В., Кантарович А.А., Черныш В.В. – Москва: ЮНИТИДАНА, 2017. – 799 с. – Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/81526.html>.
3. Гурвич В. Конкурентоспособность – в массы // Вопросы экономики. 2006. No14. 4 с.
4. Метелев И.С. Конкурентоспособность субъекта предпринимательской деятельности: системные основы и региональная практика: моногр. — Омск: Издание Омского института (филиала) РГТЭУ, 2011. — 142 с.
5. Кузубов А.А. Анализ системы управления конкурентоспособностью предприятий // Фундаментальные исследования. – 2015. – № 12-5. – 1028 с.

Автор туралы мәлімет

*Апекова Аяулым Руслановна – 4 курс студенті, Каспий Қоғамдық университеті, e-mail: apekova.ayaulym@bk.ru

Сведения об авторе

*Апекова Аяулым Руслановна – студентка 4 курса, Каспийский Общественный университет, e-mail: apekova.ayaulym@bk.ru

Information about the author

*Apekova Ayaulym Ruslanovna – 4th year student, Caspian University, e-mail: apekova.ayaulym@bk.ru

УДК 330.35.01

ВЛИЯНИЕ ИННОВАЦИЙ В ОБЛАСТИ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА НА ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ И НА ГЛОБАЛЬНУЮ ЭКОНОМИКУ

Ахатова Н.А.¹

¹ Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация. Применение искусственного интеллекта (ИИ) в различных компаниях и отраслях требует проведения целого ряда исследований, направленных на определение его общего влияния на экономические показатели. Кроме того, к другим эффектам ИИ относятся повышение качества услуг, улучшение точности и эффективности работы, а также повышение удовлетворенности клиентов. Таким образом, целью данного исследования является оценка влияния ИИ на экономику в мире, в частности на долгосрочный экономический рост в Республике Казахстан. В данном исследовании выдвигается гипотеза о положительной взаимосвязи между ИИ и экономическим ростом. Для проверки этой гипотезы в данном исследовании используется панельная база данных по странам с 1970 по 2022 год и информации с разных источников как Forbes, а в качестве показателя ИИ используется количество патентов на ИИ.

Ключевые слова: искусственный интеллект, панельная база данных, экономический рост, информационно-коммуникационные технологии, цифровизация.

ӘОЖ 330.35.01

ЖАСАНДЫ ИНТЕЛЛЕКТ САЛАСЫНДАҒЫ ИННОВАЦИЯЛАРДЫҢ ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДАҒЫ ЭКОНОМИКАЛЫҚ ӨСУГЕ ЖӘНЕ ДАМУҒА ӘСЕРІ

Ахатова Н.А.¹

¹ Каспий Қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

Андатпа. Түрлі компаниялар мен салаларда жасанды интеллект (ЖИ) қолдану оның экономикалық көрсеткіштерге жалпы әсерін анықтауға бағытталған бірқатар зерттеулер жүргізуді талап етеді. Бұдан басқа, ЖИ басқа да әсерлеріне қызмет көрсету сапасын арттыру, жұмыстың дәлдігі мен тиімділігін жақсарту, сондай-ақ клиенттердің қанағаттанушылығын арттыру жатады. Осылайша, осы зерттеудің мақсаты ЖИ-дің әлемді экономикаға, сонымен қатар Қазақстан Республикасындағы ұзақ мерзімді экономикалық өсуге әсерін бағалау болып табылады. Бұл зерттеуде ЖИ мен экономикалық өсу арасындағы оң өзара байланыс туралы болжам ұсынылады. Бұл гипотезаны тексеру үшін осы зерттеуде 1970 жылдан 2022 жылға дейін елдер бойынша панельдік деректер базасы және Forbes секілді әртүрлі дереккөздерден алынған ақпараттар пайдаланылады, ал ЖИ көрсеткіші ретінде патент саны пайдаланылады.

Түйін сөздер: жасанды интеллект, панельдік деректер базасы, экономикалық өсу, ақпараттық-коммуникациялық технология, цифрлау.

UDC 330.35.01

IMPACT OF INNOVATIONS IN ARTIFICIAL INTELLIGENCE ON ECONOMIC GROWTH AND DEVELOPMENT IN THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN

Akhatova N.A.¹

Summary. The use of artificial intelligence (AI) in various companies and industries requires a number of studies aimed at determining its overall impact on economic performance. In addition, other AI effects include improving the quality of services, improving the accuracy and efficiency of work, as well as increasing customer satisfaction. Thus, the purpose of this study is to assess the impact of AI on the world economy, in particular on long-term economic growth in the Republic of Kazakhstan. This study hypothesizes a positive relationship between AI and economic growth. To test this hypothesis, this study uses a panel database of countries from 1970 to 2022 and information from various sources like Forbes, and the number of AI patents is used as an indicator of AI.

Keywords: artificial intelligence, panel database, economic growth, information and communications technology, digitalization.

Развитие информатики и цифровых технологий, включая искусственный интеллект (ИИ) и машинное обучение, естественным образом привело к их применению в таких ключевых отраслях, как здравоохранение, финансы, производство и транспорт [1]. Расширение их использования в отраслях привело к появлению вопросов о том, могут ли эти технологии оказывать влияние на экономические переменные. Например, в неоклассических и эндогенных моделях экономического роста технические изменения приводят к повышению производительности труда, что ведет к экономическому росту. Следовательно, прорыв в области вычислительной техники также должен повлечь за собой увеличение темпов роста.

В частности, за последние 60 лет произошел сдвиг в производстве от традиционных средств производства к капиталоемким средствам производства, основанным на информационно-коммуникационных технологиях (ИКТ). Внедрение современных компьютеров и Интернета в начале 1990-х годов, а в последнее время и искусственного интеллекта, привело к изменению методов производства. В связи с появлением новых технологий 1998 Зейра предложил модель экономического роста с использованием технологических инноваций, которые снижают затраты труда, но требуют большего капитала [2]. Более того, в более поздних эмпирических исследованиях, посвященных этой теме, эти технологии рассматриваются как потенциальные источники экономии на масштабе. Таким образом, вполне ожидаемо, что развитие ИКТ может оказать положительное влияние на общую производительность труда и экономический рост.

Настоящая работа продолжает это направление исследований, изучая взаимосвязь между техническими изменениями, проявляющимися в современном развитии науки и техники, и экономическим ростом. На эту тему было опубликовано несколько экономических работ, в которых технология рассматривается в различных формах знаний и показателей ИКТ. Например, патенты и научные журналы, проникновение Интернета, владение компьютерами и т.д. Результаты оценки показывают положительное и значимое влияние ИИ на долгосрочный экономический рост на между страновой панели данных. Величина влияния ИИ на рост также выше, чем у общего количества патентов. Кроме того, вклад ИИ в рост более устойчив как для стран с развитой экономикой, так и для второй половины периода, рассматриваемого в оценке [3, с. 11].

ИИ способствует экономическому росту, стимулируя рост как со стороны предложения, так и со стороны спроса. ИИ может способствовать росту производительности бизнеса за счет [1] автоматизации процессов с использованием роботов и "автономных транспортных средств" и повышения эффективности существующей рабочей силы путем ее оснащения технологиями ИИ. С другой стороны, ИИ может вызвать рост потребительского спроса за счет появления "персонализированных и/или более качественных" товаров и услуг. Соответственно, ожидается, что в 2030 году ИИ может принести мировой экономике до 15,7 трлн долларов США [3, с. 13].

Искусственный интеллект (ИИ) – явление не новое, но большая часть его экономического воздействия еще впереди. Глобальный институт McKinsey представил модель

потенциального влияния технологии на мировую экономику. В основу анализа легли динамика адаптации компаний и секторов к ИИ и распределение экономических выгод и убытков между странами, фирмами, работниками [4].

ИИ может усилить цифровое неравенство между странами. Поэтому им, возможно, понадобятся разные стратегии. Так, развитые страны, которые в основном являются лидерами внедрения технологии, могут получить дополнительные **20–25 %** чистой экономической выгоды (в сравнении с сегодняшним днем), развивающиеся – только **около 5–15 %**. Многие развитые страны не имеют другого выбора, кроме как подтолкнуть ИИ к увеличению роста производительности, поскольку темпы роста их ВВП замедляются из-за стареющего населения [4]. Более того, в этих странах высокие ставки заработной платы, что является стимулом для замены рабочей силы машинами.

Пятилетние темпы роста в среднем составляют около 1,30% при стандартном отклонении 3,55 по странам, входящим в набор данных [3]. Интуитивно понятно, что в странах с высоким уровнем дохода темпы роста обычно ниже из-за эффекта конвергенции. Чтобы проконтролировать этот эффект, в представленные далее оценки включается переменная среднего пятилетнего значения реального ВВП на душу населения за предыдущий период. Среднее пятилетнее значение реального ВВП на душу населения составляет 11 990,25 долларов [3, с. 17].

В таблице приведены такие показатели экономической эффективности, как темпы роста реального ВВП на душу населения и реального ВВП на душу населения, а также технологический прогресс в виде ИИ и общего количества патентов в расчете на уровень экономического развития. При этом используется классификация Кима и Ли [4], согласно которой страны с реальным ВВП на душу населения выше 10 тыс. долл. считаются находящимися на продвинутой стадии развития. Страны с реальным ВВП на душу населения ниже порогового значения классифицируются как менее развитые. (таблица 1)

Таблица 1 - Показатели экономической эффективности

Переменная	Страны с развитой экономикой	Страны с менее развитой экономикой
Реальный ВВП на душу населения (долл. США), среднее значение за 5 лет	34,371.61	2637.98
Темпы роста реального ВВП на душу населения (%), среднее значение за 5 лет	1.10	1.39
Патенты в области ИИ на миллион человек	290.95	6.21
Общее количество патентов на миллион человек	27,876.77	785.32
N	703	1467
n	91	165

Примечание: составлен автором при использовании наборов данных Google Patents Public Data, Penn World Table, World Bank Development Indicators и United Nations National Accounts-Analysis of Main Aggregates.

К 2030 году в Республике Казахстан, согласно анализу, **около 70 % компаний** смогут внедрить хотя бы один тип технологии ИИ, но менее половины из них успеют воспользоваться всеми возможностями. Тем не менее темпы внедрения могут быть значительно выше того, что мы видели с другими технологиями. На пути адаптации несколько барьеров. Например, в то время как основным потенциалом воспользуются лидеры отраслей, поздним последователям будет сложнее извлечь ценность из ИИ и привлечь компетентные кадры для развития технологии в рамках своих бизнесов [4].

Тем не менее моделирование показывает, что к 2030 ИИ может привести в глобальную экономическую активность примерно **13 трлн долларов**, или увеличить совокупный ВВП на **16 %** по сравнению с нынешним. Это **1,2 %** ежегодного дополнительного прироста ВВП (рисунок 1). Если эти ожидания оправдаются, влияние ИИ будет сопоставимо с результатами внедрения других универсальных технологий в истории [4].



Примечание: рисунок составлен на основе источника [4].

Ряд факторов, включая автоматизацию труда, инновации и новую конкуренцию, влияют на рост ИИ-производительности. На масштабы распространения воздействуют микрофакторы, такие как темпы внедрения, и макрофакторы, такие как глобальная связь или структура рынка труда в стране. Воздействие ИИ будет ускоряться со временем. Его вклад в экономический рост к 2030 может быть в 3 или более раза выше, чем в период следующих пяти лет [4].

Согласно открытым данным, в 2022 году мир провел в онлайн свыше 12,5 трлн часов. [5]. Средний пользователь в среднем тратил на интернет семь часов в день, из которых пять провел в мобильном телефоне. [5]. Следуя расхожей фразе, что организации идут вслед за своими клиентами, банковский сектор стремительно оцифровывается. В Казахстане цифровизация идет параллельными путями. [5].

В целом результаты основных оценок и проверки на устойчивость свидетельствуют о сильной положительной связи между инновациями в области ИИ и долгосрочным экономическим ростом. Это согласуется с теориями эндогенного роста и с результатами, полученными в таких работах, как Ким и Лее и др. С другой стороны, общее количество патентов по-прежнему способствует долгосрочному экономическому росту, хотя и в меньшей степени по сравнению с более техническими инновациями, такими как инновации в области ИКТ. Это особенно справедливо для более поздних наблюдений в наборе данных. Более того, ИИ оказывает более устойчивое и значимое влияние на долгосрочный рост в странах с развитой экономикой, в то время как общий объем инноваций практически не влияет на рост как в развитых, так и в развивающихся странах [5].

На макроэкономическом уровне ИИ способен ускорить рост производительности труда, что приведет к ускорению экономического роста и появлению новых возможностей для международной торговли. По мере того как эффективность ИИ будет распространяться на различные отрасли, повышение производительности труда может стать мощным двигателем экономического роста и придаст новое измерение мировой торговле [6].

Кроме того, нельзя переоценить потенциал ИИ в усилении перехода к экономике, основанной на услугах [6]. По мере того как ИИ расширяет автоматизацию и ускоряет сокращение рабочих мест для низкоквалифицированных "синих воротничков" в обрабатывающей промышленности, одновременно возрастает потребность в высококвалифицированных работниках, обладающих опытом разработки и внедрения ИИ. Такая динамика может привести к значительному увеличению доли услуг в производстве и международной торговле.

По мере развития искусственного интеллекта он, несомненно, будет оказывать многообразное влияние на мировую торговлю. Одно из значительных воздействий будет оказано на глобальные цепочки создания стоимости (ГЦСС) [6]. ИИ уже сейчас повышает эффективность ГЦСС за счет улучшения прогнозирования спроса, управления складами и физического контроля активов в цепочках поставок.

Кроме того, на развитие ГЦСС будет оказывать влияние более широкий переход к использованию ИИ для развития "умного" производства. Такой прогресс может укрепить и расширить ГЦСС, открыв их для более специализированных поставщиков услуг в таких областях, как НИОКР, проектирование, робототехника и анализ данных [6].

Используя оценку с фиксированными эффектами и обобщенный метод моментов (GMM), в данной работе обнаружена положительная связь между ИИ и экономическим ростом, которая превышает влияние общей совокупности патентов на рост [5]. Кроме того, другие результаты показывают, что влияние ИИ на экономический рост более устойчиво среди стран с развитой экономикой и проявляется в большей степени в последние периоды времени, охватываемые набором данных.

Не исключено, что технологии ИИ приведут к разрыву в производительности между передовиками (компаниями, которые полностью внедряют инструменты ИИ на своих предприятиях в течение ближайших пяти-семи лет) и непередовиками (компаниями, которые вообще не внедряют технологии ИИ или не полностью внедрили их на своих предприятиях к 2030 году) [6].

На одном конце спектра передовые компании, вероятно, получат непропорционально большую выгоду. К 2030 году они могут потенциально удвоить свой денежный поток (полученную экономическую выгоду за вычетом сопутствующих инвестиций и затрат на переходный период). Это означает дополнительный ежегодный рост чистого денежного потока примерно на 6% в течение более длительного периода времени, чем следующее десятилетие. Передовые компании, как правило, имеют сильную стартовую ИТ-базу, более склонны к инвестициям в ИИ и позитивно оценивают бизнес-обоснование для ИИ [6].

На другом конце спектра - те, кто не принимает ИИ, могут столкнуться со снижением денежного потока примерно на 20% по сравнению с сегодняшним уровнем, если исходить из той же модели затрат и доходов, что и сегодня [6]. Одним из важных факторов такого давления

на прибыль является наличие сильной конкурентной динамики среди компаний, которая может привести к перераспределению доли рынка от отстающих к передовикам и вызвать дискуссию о неравномерном распределении выгод от ИИ.

Цифровизация экономики является одной из основных задач государства и компании, а переход к развитию цифровизации позволяет повысить конкурентоспособность на международных рынках. В статье рассмотрен насущный вопрос использования цифровой экономики в Республике Казахстан, в которой изучается ход использования, что необходимо и где есть возможности для применения этого инструмента. Также был сделан вывод о том, что цифровизация экономики является показательным аспектом развития. Анализируя информацию о внедрении новейших технологий в экономику Республики Казахстан, можно отметить отставание от таких государств, как США и страны Европы.

Если использовать исторические тенденции создания новых рабочих мест по отношению к старым рабочим местам и скорректировать соотношение "труд-производительность" с учетом вероятной экономии труда за счет интеллектуальной автоматизации, то новые рабочие места за счет инвестиций в ИИ могут увеличить занятость примерно на 5 % к 2030 году. Совокупный эффект производительности труда может дать положительный вклад в занятость на уровне около 10 %.

В заключение следует отметить, что цифровизация представляет собой этап в развитии общества, производства, основанный на глобальных системах финансово-экономических, кредитных и денежно-кредитных отношений и инфраструктуре научно-технической революции. Цифровизация затрагивает все отрасли и должна привести к изменению структуры экономики в Республике Казахстан и других странах. Степень влияния цифровых технологий на различные отрасли в разных странах неодинакова. Например, в Казахстане огромный потенциал цифровизации заложен в традиционных отраслях экономики.

Кроме того ИИ может принести значительные выгоды, включая повышение эффективности, создание рабочих мест и экономический рост. Тем не менее, важно, чтобы люди учитывали потенциальные риски и негативные последствия, такие как смена работы и проблемы конфиденциальности, и работали вместе, чтобы гарантировать, что преимущества ИИ будут доступны всем. Поступая таким образом, можно гарантировать, что влияние ИИ на экономику и на бизнес является ответственной и устойчивой.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ян Т., Юи Г, Шоуен Лу, Джохансок Х., Чай Т. Интеллектуальное производство для обрабатывающей промышленности на основе промышленного искусственного интеллекта [Электронный ресурс]. – 2021. – URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2095809921003064?via%3Dihub>
2. Zeira J (1998) Workers, machines, and economic growth. Q J Econ. – [Электронный ресурс]. – 1998. – URL: <https://doi.org/10.1162/003355398555847>
3. Пешлова Г.Ю., Самарина А.Ю. Цифровая экономика и рекрутинговый потенциал стратегическая взаимосвязь и перспективы, "Вестник образования и науки". – 2018. – С. 10 - 20.
4. Каким будет влияние искусственного интеллекта на глобальную экономику . – 2018. – URL: https://forbes.kz/process/technologies/umnyiy_mir_1_1544685626
5. Отчет "Измерение информационного общества". – [Электронный ресурс]. – 2020. – URL: https://www.itu.int/en/ITU/Statistics/Documents/publications/misr2017/MISR2017_Volume1.pdf.
6. Каким будет влияние искусственного интеллекта на глобальную экономику. – [Электронный ресурс]. – 2020. – URL: https://forbes.kz/process/technologies/umnyiy_mir_1_1544685626

Сведения об авторах

*Ахатова Наргиза Ахатовна – студент бакалавра Учет и аудит, Каспийский Общественный Университет, e-mail: akhatova10@mail.ru

Авторлар туралы мәліметтер

*Ахатова Наргиза Ахатовна – Есеп және аудит бакалаврының студенті, Каспий Қоғамдық университеті, e-mail: akhatova10@mail.ru

Information about the authors

*Akhatova Nargiza Akhatovna – Bachelor's student Accounting and auditing, Caspian Public University, e-mail: akhatova10@mail.ru

ӘОЖ 657.01

БАРИСТА МАМАНЫН ДАЯРЛАУДЫҢ ӨНДІРІСТІК ЕСЕБІ, ШЫҒЫНДАРЫН БАҚЫЛАУ ЖӘНЕ CVP-ТАЛДАУ

Әбдімұратова Д.Т.¹, Көпей А.Б.², Ергали А.Р.³

^{1,2,3}Каспий Қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы
Ғылыми жетекшілері – э.ғ.д. Мархаева Б.А., PhD Мурзалиева А.К.

Аңдатпа. Қазақстанның білім беру жүйесін цифрландыру жағдайында бариста маманын үздіксіз оқыту мен даярлаудың өзектілігі республикада кофехана желісінің қарқынды дамуымен түсіндіріледі. Ғылыми зерттеудің мақсаты 15-сағаттық бариста курсының даярлаудың өндірістік есебі, оның шығындарын бақылау мен CVP-талдау негізінде тиімділігін анықтау және ұсыныстар енгізуден тұрады. Зерттеу барысында өндірістік есеп, CVP-талдау және директ-костинг сияқты бухгалтерлік есептің әдістері кеңінен қолданылды. Зерттеуден күтілетін нәтижелердің практикалық маңыздылығы «сезімталдықты талдау» негізінде басқарылуы мүмкін және зерттеуді қоғамдық тамақтандыру саласында білім беру бағдарламасын іске асыратын оқу орындарына қолдану үшін ұсынуға болатындығымен анықталады.

Түйін сөздер: өндірістік есеп, директ-костинг, CVP-талдау, кофехана, бариста.

ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ОТЧЕТ ОБУЧЕНИЯ БАРИСТА, КОНТРОЛЬ ЗАТРАТ И АНАЛИЗ CVP

Абдимуратова Д.Т.¹, Копей А.Б.², Ергали А.Р.³

^{1,2,3}Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан
Научные руководители – д.э.н. Мархаева Б.А., PhD Мурзалиева А.К.

Аннотация. В условиях цифровизации системы образования Казахстана актуальность непрерывного обучения и подготовки бариста объясняется стремительным развитием сети кофеен в стране. Цель научного исследования – определить эффективность 15-часового курса обучения бариста на основе производственного учета, контроля затрат и CVP-анализа, а также сформулировать рекомендации по её повышению. При реализации исследования широко применялись такие методы бухгалтерского учета, как производственный учет, CVP-анализ и директ-костинг. Практическая значимость ожидаемых результатов исследования может управляться «анализом чувствительности» и определяется тем, что исследования может быть рекомендован для использования в учреждениях образования, реализующих образовательные программы в сфере общественного питания.

Ключевые слова: производственный учет, директ-костинг, CVP-анализ, кофейня, бариста.

PRODUCTION REPORT BARISTA TRAINING, COST CONTROL AND ANALYSIS CVP

Abdimuratova D.T.¹, Kopey A.B.², Ergali A.R.³

^{1,2,3}Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

Academic supervisors – Doctor of Economic Sciences Markhaeva B.A., PhD Murzalieva A.K.

Abstract. In the context of digitalization of the education system of Kazakhstan, the relevance of continuous education and training of baristas is explained by the rapid development of the chain of

coffee shops in the country. The purpose of the scientific study is to determine the effectiveness of a 15-hour barista training course based on production accounting, cost control and CVP analysis, and to formulate recommendations for improving it. When implementing the study, accounting methods such as production accounting, CVP analysis and direct costing were widely used. The practical significance of the expected results of the study can be controlled by a “sensitivity analysis” and is determined by the fact that the study can be recommended for use in educational institutions implementing educational programs in the field of public catering.

Keywords: production accounting, direct costing, CVP analysis, coffee shop, barista.

Іске асыру мерзімі 2021-2025 жылдарға көзделген «Ақпараттық-коммуникациялық технологиялар саласын және цифрлық саланы дамыту тұжырымдамасында» Қазақстанның білім беру жүйесін цифрландыру бағыта да белгіленген [1]. Осы бағытты іске асырудың бір міндеті үздіксіз оқыту және қайта даярлау болып табылады. Тұжырымдаға сәйкес, цифрлық экономика өндірістерде, ауыл шаруашылығында және басқа салаларда жұмыс істейтін жаңа технологиялық процесті жұмыстан қол үзбей үйренуге мүмкіндігі болған кезде виртуалды шындық негізінде оқыту материалдарын ұсынуға мүмкіндік береді. Бұл тұрғыда қоғамдық тамақтандыру саласы да тыс қалмайды. Қоғамдық тамақтандырудың бір объектісі ретінде кофехананың алдында тұрған өзекті мәселелердің бірі білікті мамандарды үздіксіз даярлау болып табылады. Соңғы жылдары кофехана және бариста кәсібі Қазақстанда да кеңінен таралып, танымал бола түсуде. Айтылған жағдайларды есекере отырып, зерттеудің тақырыбын өзектілерге жатқызуға болады.

Кофехана, бірінші кезекте, кофенің кең ассортиментін ұсынатын қоғамдық тамақтандыру орны деп түсіндіріледі. Қазақстанның осы нарығында «кофехана» деген бастапқы тұжырымдама өзгеруде, кофенің ассортиментін кеңейтіп, мекемеде тек кофе емес, сонымен қатар торттар мен десерттерді де ұсынуда. Осы орайда статистика деректерін келтіретін болсақ, әлемдік кофенің нарығы 2020 жылы 102 миллиард долларға бағаланды және 2021-2026 жылдарға арналған болжамды кезеңде CAGR, немесе орташа жылдық өсу қарқыны, 4,28% құрайды деп күтілуде .

Қазақстандағы кофеханалардың нақты санын, сондай-ақ кофенің өзін тұтыну көлемін атау қиын. Ашық дереккөздерде ұсынылған сандардың көпшілігі көбінесе белгілі бір кофеханалар желісінің маркетингтік зерттеулері болып табылады. Бірақ жаңа кофеханалар, дүңгіршектер мен кофемашиналары бар фургондар жиі ашылатынына қарағанда, бұл ыстық сусын қазақстандықтардың көңілінен шығуда.

Кофеханалар шамамен 15 жыл бұрын Алматыда – Coffeedelia және Biscuit – алғашқы мекемелері ашылған кезде сәнге келе бастады. Ол кезде кофе шайға балама немесе жай ғана қуаттандыратын сусын ретінде қабылданды. Шынайы білгір мамандар аз болды. Алайда кофеханалар танымал болып, Алматыда бірте-бірте кофеханалар көбейді және күнен күнге артуда. Сол себепті, бариста маманын даярлаудың қысқа мерзімді курсы ұйымдастыру кофехананың жұмысымен байланысты. Бариста – кәсіби түрде кофе қайнатып, оның негізінде сусындарды араластыратын білікті маман.

Қазақстанның Ұлттық біліктілік шеңберінде қоғамдық тамақтандыру саласында жаңадан пайда болған бариста маманының еңбек функцияларын қамтыған «Мейрамхана мен бардағы қызмет көрсету» кәсіби стандарты әзірленді [2], демек бұл мәселенің нормативтік-құқықтық негіздері де бекітілген. Осыдан, бариста маманына жоғары сұраныс байқалу кезінде, тиісті қысқа мерзімді курстың өндірістік есебі, өндіріс барысында шығындарды бақылау және CVP-талдау негізінде тиімді шешімдер қабылдау мәселелері де орынды және өзекті болып табылады.

Зерттеудің мақсаты – білім беру жүйесін цифрландыру ортасының сипаттамасын ескере отырып, 15-сағаттық бариста курсы даярлаудың өндірістік есебі, шығынды бақылау мен CVP-талдау негізінде тиімділікті бағалау және ұсыныстар енгізу.

Қойылған мақсатқа қол жеткізу үшін келесідей міндеттер қойылды:

- зерттеу тақырыбының өзектілігін негіздеу және зерттеу материалдарының жаңалық деңгейін бағалау;
- зерттеудің объектілеріне сипаттама беру;
- білім беру жүйесін цифрландыру ортасына сипаттама беру;
- өндірістік есептің шеңберінде бір стакан кофенің өзіндік құнын есептеу;
- өндірістік есептің шеңберінде қысқа мерзімді курстың өзіндік құнын есептеу;
- нормативтік калькуляциялау негізінде шығындарды бақылаудың мәселелерін қарастыру;
- курстың тиімділігін CVP-талдау және директ-костинг негізінде анықтау;
- күтілетін нәтижелерді «сезімталдықты талдау» негізінде зерттеу және ұсыныстар енгізу [3], [4].

Курсты ұйымдастырудың тиімділігін анықтау үшін өндірістік есеп шеңберінде бір стакан кофенің өзіндік құнын есептеу қажет. Калькуляциялау объектісі 350 мл/400 мл және 500 мл стакан болып саналады. Калькуляциялау нәтижелері 1-кестеде көрсетілген.

Айнымалы шығындар	Өлшем бірлігі	Стакан 350 мл/400 мл		Стакан 500 мл		Орташа айнымалы шығында р, теңге (4 б.+6б.)/2
		Материалдың стандартты нормасы	Стандартты шығындар, теңге	Материалдың стандартты нормасы	Стандартты шығындар, теңге	
1	2	3	4	5	6	7
Кофе	г	12	108	18	162	135
Қант (сироп)	г	20	11	25	14	12
Сүт	мл	250	150	300	180	165
Стакан	дана	1	46	1	56	51
Қақпақ	дана	1	8	1	8	8
Сup holder	дана	1	7	1	7	7
Кофе араластырғыш	дана	1	2	1	2	2
Кофе сиропы	мл	25	50	30	60	55
Майлық	дана	1	3	1	3	3
1 стакан кофенің орташа айнымалы өзіндік құны			385	х	492	438,38
Ескерту - зерттеу негізінде авторлармен құрастырылған						

1-кесте. Бір стакан көфенің¹ айнымалы өзіндік құны (директ-костинг)

¹ Бариста маманын даярлау барысында кофенің үш түрін дайындау дағдылары беріледі – американо, капучино және латте.

Бариста даярлау бойынша курсты ұйымдастыру кезінде орын алатын барлық өндірістік шығын баптарының тізімі 2-кестеде келтірілген.

2-кесте. Бір бариста даярлаудың 15-сағаттық курсының ұйымдастырудың толық өндірістік өзіндік құнын есептеу

№	Шығын бабының атауы	Сомасы, теңге
1	Кофехана үшін бір айға төленетін жал төлемі	300000
2	Бариста жаттықтырушысының еңбек ақысы , 1562 теңге/сағат x 15 сағат	23438
3	Тұрақты шығындар, барлығы (п.1 +п.2)	323438
4	Бір студентті даярлауға қажет шығын материалдары: бір стакан кофе дайындаудың айнымалы шығындары x (5 стакан американо + 5 стакан капучино + 5 стакан латте) 438,38 теңге (2-кестеден) x 15 стакан	6575
5	Бір рет қолданылатын қолғаптар: (1500 теңге / 100 жұп/пакет) x 5 жұп	75
6	Айнымалы шығындар, барлығы (п.4 + п.5)	6650
7	Толық өндірістік өзіндік құн (п.3 + п.6)	330088
Ескерту - зерттеу негізінде авторлармен құрастырылған		

Залалсыздық нүктесін есептеу үшін келесі жоралмалдауды негізге аламыз. Бір ай ішінде курсты бір, екі, үш немесе төрт рет ұйымдастыруға болады. Сәйкесінше, залалсыздық нүктесін осы төрт мүмкін болатын нұсқалар үшін есептейміз (3-кесте).

3-кесте. 15-сағаттық бариста даярлау бойынша курсты ұйымдастырудың залалсыздығын талдау үшін есептеулер

(теңге)

№	Көрсеткіштер	15-сағаттық бір курс	15-сағаттық екі курс	15-сағаттық үш курс	15-сағаттық төрт курс
1	Кофехана үшін бір айға төленетін жал төлемі	300000	300000	300000	300000
2	Бариста жаттықтырушысының еңбек ақысы	23438	46875	70313	93750
3	Тұрақты шығындар, барлығы (п.1 +п.2)	323438	346905	370358	393810
4	Бір студентті даярлауға қажет шығын материалдары	6575	13150	19725	26300
5	Бір рет қолданылатын қолғаптар	75	150	225	300
6	Айнымалы шығындар, барлығы (п.4 + п.5)	6650	13300	19950	26600
7	Толық өндірістік өзіндік құн (п.3 + п.6)	330088	360205	390308	420410
8	Бір студент үшін 15-сағаттық курстың бағасы	40000	40000	40000	40000
9	Залалсыздық нүктесі (Break-even Point, BEP), студенттер саны (п.3 / (п.8 -п.6))	10	13	18	29
Ескерту - зерттеу негізінде авторлармен құрастырылған					

Зерттеу әдісі direct-cost калькуляциялау жүйесіне негізделген CVP-талдау әдістемесі болып табылады.

Залалсыздық нүктесінің мәніне үш фактор әсер етеді – жалпы тұрақты шығындар, бірліктің сату бағасы және бірлікке шаққан айнымалы шығындар. Демек, күтілетін нәтижелерді «сезімталдықты талдау» (Sensitivity Analysis) атты әдістің көмегімен басқаруға мүмкіндік туындайды.[5]

Басты мақсат – залалсыздық нүктесін төмендету, соның арқасында пайда мөлшерін көбейту.

1. *Мақсатқа жетудің бірінші жолы* – тұрақты шығындардың сомасын төмендету немесе оңтайландыру. Бұл жердегі негізгі қағида, шығындарды оңтайландырудың ең креативті тәсілдерімен де оларды айтарлықтай үнемдей алмайсыз, егер ол шығындардың үлесі жалпы тұрақты шығындардың соммасында елеусіз болса, дегеннен тұрады. Біздің мысалда жалпы тұрақты шығындардың 93%-н кофехананы жалға алу болып табылады, сондықтан жал төлемін төмендетудің баламалы нұсқаларын іздеу қажет. Мысалы, бизнес-орталықта істеп тұрған кофехана сағаттық негізде жалға алынса, онда бір курсты ұйымдастырудың залалсыздық нүктесі төмендейді (4-кесте)

4-кесте. Sensitivity Analysis: кофехананың жал төлемін төмендетудің залалсыздық нүктесіне әсері

№	Көрсеткіштер	Бір айға алу негізінде (теңге)	Сағаттық жалға алу негізінде (теңге)
1	Кофехана үшін төленетін жал төлемі	300000	50000 теңге/күн x 5 күн = 250000
2	Бариста жаттықтырушысының еңбек ақысы	23438	23438
3	Тұрақты шығындар, барлығы (п.1 +п.2)	323438	273438
4	Бір студентті даярлауға қажет шығын материалдары	6575	6575
5	Бір рет қолданылатын қолғаптар	75	75
6	Айнымалы шығындар, барлығы (п.4 + п.5)	6650	6650
7	Толық өндірістік өзіндік құн (п.3 + п.6)	330088	280088
8	Бір студент үшін 15-сағаттық курстың бағасы	40000	40000
9	Залалсыздық нүктесі (Break-even Point, BEP), студенттер саны (п.3 / (п.8 -п.6))	10	8
Ескерту - зерттеу негізінде авторлармен құрастырылды			

4-кестеден көріп тұрғандай, жал төлемін 50000 теңгеге азайту студенттердің санын екі адамға қысқартуға мүмкіндік береді. Бірақ бұл ұсыныс бір айда тек бір курс ұйымдастырылған кезінде ғана тиімді болады, себебі екі курсты өткізу үшін жал төлемі 500 мың теңгеге көтеріледі.

2. *Залалсыздық нүктесін төмендетудің екінші жолы* – ол айнымалы шығындардың сомасын азайту жолдарын іздестіруден тұрады. Егер бір стакан көфені әзірлеу бойынша жалпы шығындар 438 теңгені құраса (2-кесте), олардың ішінде сүт пен тартылған кофе ең көп үлеске ие – сәйкесінше 37,7% және 30,1%. Бұл шығындарды жабдықтаушыны ауыстыру немесе кофе ассортиментін оңтайландыру жолдарымен төмендетуге болады. Егер сүт пен тартылған кофе бағасын 5%-ға төмендетуге болса, онда сезімталдық талдау 7-кестедегі нәтижелерді көрсетеді. Кестенің деректерге сәйкес, 1 литр сүт пен 1 килограмм тартылған кофе бағасын 5%-ға төмендетудің залалсыздық нүктесіне әсері болмады. Демек, 5%-дан да көп жеңілдікке қол жеткізу керек сияқты.

Залалсыздық нүктесін төмендету үшін бағаны көтеру керек. Мысалы, егер курстың бағасын 5%-ға, яғни 40000 теңгеден 42000 теңгеге дейін көтерсек, онда бұл іс-шара залалсыздық нүктесін бір адамға қысқартуға әкелуі мүмкін (5-кесте).

5-кесте. Sensitivity Analysis: курс бағасын көтерудің залалсыздық нүктесіне әсері

(теңге)

№	Көрсеткіштер	15- сағаттық бір курс	15- сағаттық екі курс	15- сағаттық үш курс	15- сағаттық төрт курс
1	Кофехана үшін бір айға төленетін жал төлемі	300000	300000	300000	300000
2	Бариста жаттықтырушысы-ның еңбек ақысы	23438	46875	70313	93750
3	Тұрақты шығындар, барлығы (п.1 +п.2)	323438	346905	370358	393810
4	Бір студентті даярлауға қажет шығын материалдары	6575	13150	19725	26300
5	Бір рет қолданылатын қолғаптар	75	150	225	300
6	Айнымалы шығындар, барлығы (п.4 + п.5)	6650	13300	19950	26600
7	Толық өндірістік өзіндік құн (п.3 + п.6)	330088	360205	390308	420410
8	Бір студент үшін 15-сағаттық курстың бағасы	42000	42000	42000	42000
9	Залалсыздық нүктесі (Break-even Point, BEP), студенттер саны (п.3 / (п.8 -п.6))	9	12	17	26
Ескерту - зерттеу негізінде авторлармен құрастырылды					

Бұл ғылыми зерттеудің нәтижелеріне бариста маманын даярлайтын ұйымдар қызығушылық білдіруі мүмкін. Мысалы, «Мейрамхана ісі және мейманхана бизнесі» атты білім беру бағдарламасы бойынша студенттерді дайындайтын жоғары оқу орындары және колледждер, білім беру орталықтары т.с.с.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ:

1. Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. URL: <https://adilet.zan.kz/kz>
2. «Мейрамхана мен бардағы қызмет көрсету» кәсіби стандарты.
3. Мархаева Б.А. т.б. Басқару есебі 2: Оқу құралы. /А.А.Шадиеванің жалпы редакциясымен. – Шымкент, «Нұрлы бейне баспасы», 2021. – 200 б.
4. Иманбаева З.О. Басқару есебі: оқу құралы. – Алматы: Эверо, 2020. – 286 б.
5. Хорнгрен Ч.Т., Фостер Дж., Датар Ш. Управленческий учет. 10-е изд. – СПб.: Питер, 2008. – 1008 с. – (Бизнес-класс).

Авторлар туралы мәліметтер

*Әбдімұратова Ділнара Талғатқызы – «6B04111-Есеп және аудит» мамандығының 4 курс студенті. Каспий Қоғамдық университеті. e-mail: abdimumratova2711@gmail.com

**Көпей Айжан Бакытжанқызы – «6B04111-Есеп және аудит» мамандығының 4 курс студенті. Каспий Қоғамдық университеті. e-mail: aizhan_kopey@mail.ru

***Ерғали Анель Рүстемқызы – «6B04111-Есеп және аудит» мамандығының 4 курс студенті. Каспий Қоғамдық университеті. e-mail: anel.ergali.02@mail.ru

Сведения об авторах

*Абдимуратова Дильнара Талгатқызы – студент 4 курса специальности «6B04111-Учет и аудит» Каспийский общественный университет. e-mail: abdimumratova2711@gmail.com

**Копей Айжан Бакытжанқызы – студент 4 курса специальности «6B04111-Учет и аудит» Каспийский общественный университет. e-mail: aizhan_kopey@mail.ru

***Ергали Анель Рустемкызы – студент 4 курса специальности «6B04111-Учет и аудит» Каспийский общественный университет. e-mail: anel.ergali.02@mail.ru

Information about the authors

*Abdimuratova Dilnara Talgatkyzy – 4th year student of the specialty «6B04111-Accounting and Audit» Caspian Public University. e-mail: abdimuratova2711@gmail.com

** Kopey Aizhan Bakytzhankyzy – 4th year student of the specialty «6B04111-Accounting and Audit» Caspian Public University. e-mail: aizhan_kopey@mail.ru

***Ergali Anel Rustemkyzy – 4th year student of the specialty «6B04111-Accounting and Audit» Caspian Public University. e-mail: anel.ergali.02@mail.ru

КӨТЕРМЕ САУДА ЕСЕБІ: МӘСЕЛЕЛЕРІ, ТЕНДЕНЦИЯЛАРЫ ЖӘНЕ ДАМУ ПЕРСПЕКТИВАЛАРЫ

Әсіл Г.Ғ.

«Есеп және аудит» мамандығының 2 –курс студенті, Каспий қоғамдық университеті,
Алматы қ., Қазақстан Республикасы

Абишева Ж.А.

э.ғ.к., қауымдастырылған профессор Каспий қоғамдық университеті, Алматы қ.,
Қазақстан Республикасы

Аннотация. Мақала Қазақстандағы көтерме сауда саласындағы есептің ағымдағы жай-күйіне жан-жақты талдау болып табылады, сондай-ақ, бухгалтерлердің алдында тұрған негізгі проблемалар мен сын-қатерлерді, соның ішінде мамандардың біліктілігінің жеткіліксіздігі және халықаралық қаржылық есептілік стандарттарын (ХҚЕС) әсіресе шағын және орта кәсіпорындар үшін қолданудың күрделілігі мәселелерін ашады. Мақалада анықталған проблемаларды шешуге және Қазақстандағы бухгалтерлік есеп қызметінің сапасын жақсартуға бағытталған нақты ұсыныстар мен шаралар ұсынылған. Зерттеу ағымдағы мәселелерді түсінуге және оларды шешу жолдарын анықтауға маңызды үлес болып табылады, бұл еліміздің экономикалық дамуы үшін маңызды.

Түйінді сөздер: көтерме сауда, бухгалтерлік есеп, тауарлық операциялар, ҚЕХС.

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ В ОПТОВОЙ ТОРГОВЛЕ: ПРОБЛЕМЫ, ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Аннотация. В статье представлен всесторонний анализ текущего состояния бухгалтерского учета в оптовой торговле Казахстана, а также основных проблем и вызовов, стоящих перед бухгалтерами, включая выявление проблем недостаточной квалификации специалистов и трудностей в применении международных стандартов финансовой отчетности (МСФО), особенно для малых и средних предприятий. В статье представлены конкретные предложения и меры, направлена на решение выявленных проблем и повышение качества бухгалтерских услуг в Казахстане. Исследование является важным вкладом в понимание текущих проблем и определение путей их решения, что важно для экономического развития страны.

Ключевые слова: оптовая торговля, бухгалтерский учет, товарные операции, МСФО.

ACCOUNTING OF WHOLESALE TRADE: PROBLEMS, TRENDS AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT IN KAZAKHSTAN

Annotation. The article is a comprehensive analysis of the current state of accounting and auditing in the wholesale trade in Kazakhstan, and also reveals the main problems and challenges facing accountants and auditors, including insufficient qualifications of specialists and the complexity of applying international financial reporting standards (IFRS), especially for small and medium-sized enterprises. The article presents specific proposals and measures aimed at solving the identified problems and improving the quality of accounting and auditing activities in Kazakhstan. The study is an important contribution to understanding current problems and identifying ways to solve them, which is important for the economic development of the country.

Keywords: Wholesale trade, accounting and audit, commodity transactions, IFRS.

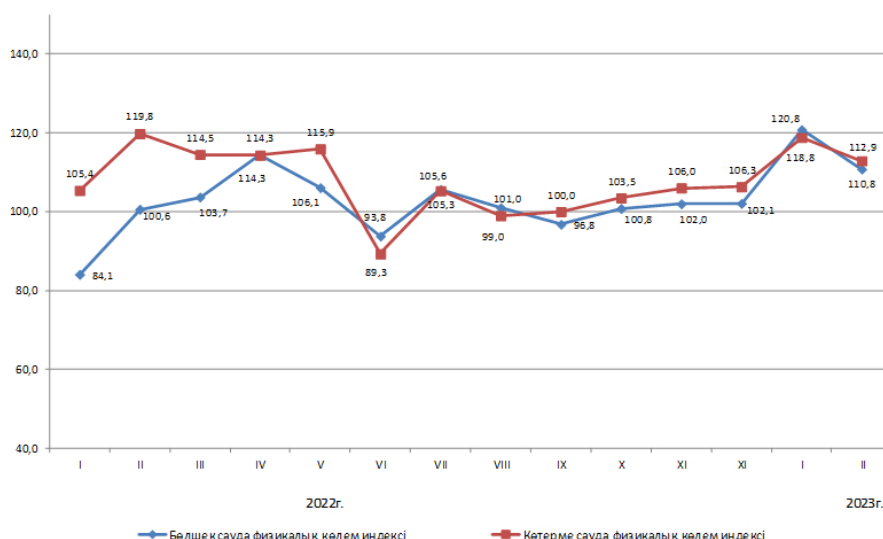
Зерттеу тақырыбының өзектілігі кез-келген шаруашылық қызметті жүзеге асыру процесінде тауарлық операциялардың есебі мен аудитін дұрыс ұйымдастыру қажеттілігімен түсіндіріледі. Тауарлар сауда ұйымының үздіксіз шаруашылық қызметі үшін қажет, сондықтан тауарлық операцияларды есепке алудың практикалық білімі әрбір экономистке, бухгалтерге немесе кәсіпкерге керек. Заманауи сауда механизмі ұйымдар жүзеге асыратын тауарлық операциялардың әсерінен қалыптасатын тауар және ақша ағындарын басқарудың күрделі және көп құрылымды құралы болып табылады. Тауар операцияларын дұрыс есепке алу ең алдымен олардың сақталуын бақылауға көмектеседі, бұл өз кезегінде алынған пайда көлеміне әсер етуге мүмкіндік береді. Сауданың дамуын ынталандыру жалпы ел экономикасының табысты дамуының кепілі болып табылады.

Тауарлық операциялар – бұл тұтынушылық қажеттіліктерді үздіксіз қанағаттандыру мақсатында шарттық қатынастар орнату нәтижесінде қалыптасқан қоғамдық қатынастардың бөлігі [1, б. 13].

Көтерме сауда – жеке, отбасылық, үй ішінде және осындай өзге де пайдаланумен байланысты емес, кейіннен сатуға немесе өзге мақсаттарға арналған тауарларды өткізу жөніндегі кәсіпкерлік қызмет.

Көтерме сауда ұйымдарында тауар операцияларын есепке алуды нормативтік реттеу мемлекеттік органдар белгілеген бухгалтерлік есепті жүргізудің жалпыға міндетті қағидаларынан (нормаларынан) тұрады. Қазақстандағы тауарлар қозғалысының бухгалтерлік есебін реттейтін негізгі құжат "Бухгалтерлік есеп және қаржылық есептілік туралы" 2007 жылғы 28 ақпандағы Қазақстан Республикасының Заңы [2] болып табылады. Заң заңды тұлғалар болып табылатын барлық ұйымдар үшін ҚР аумағында бухгалтерлік есеп пен есептіліктің бірыңғай құқықтық әдістемелік негіздерін белгілейді.

Біздің елімізде көтерме сауда айтарлықтай жоғары қарқынмен дамып келеді. 2023 жылғы қаңтар-маусымда көтерме сауда көлемі 17 612,4 млрд теңгені құрады, бұл 2022 жылғы тиісті кезеңге қарағанда 11,1% артық (1 сурет).



1 сурет – 2022-2023 Қазақстандағы көтерме сауда көрсеткіштерінің динамикасы [3]

Қазақстандағы көтерме саудасының жалпы көлеміндегі ең үлкен үлес Алматы (42,7 %) және Атырау (16,7 %) қалаларына, сондай-ақ Астана (14,9%), Қарағанды облыстарына (5,0 %) тиесілі (2 сурет).



2 сурет – ҚР жалпы көтерме саудасындағы облыстардың үлесі, % [3]

Өнеркәсіптің әртүрлі салаларындағы есеп және аудитті ұйымдастыру мен әдістемесі жетекші қазақстандық авторлардың еңбектерінде қарастырылды: Мадиева К.С., Байдыбекова С.К., Альпенова Б.А., Күзенбаева Е.Р., Айыпова Т.А., Зұлпұқар А.М., Тілеубекова А.Д., Береш.К.Б., т.б.

Қазақстанда тиісті заңдардың, нормативтік актілердің және халықаралық стандарттардың сақталуын қамтамасыз ету мақсатында бухгалтерия және аудит практикаларын қадағалауға жауапты бірнеше реттеуші органдар мен ұйымдар бар. Осы қадағалауға қатысатын негізгі ұйымдар:

- Қазақстан Республикасы Қаржы министрлігі

Қаржы министрлігі - бухгалтерлік есеп пен аудитке қатысты мәселелерді қоса алғанда, қаржылық саясатты әзірлеуге және жүзеге асыруға жауапты мемлекеттік басқарудың орталық органы. Ол қаржылық есептілік үшін реттеуші органы қалыптастыруда шешуші рөл атқарады.

- Қазақстан Республикасының Қаржы нарығын реттеу және дамыту агенттігі

Агенттік аудит және бухгалтерия салаларын қоса алғанда, қаржы нарықтарын қадағалауды жүзеге асырады. Бұл ұйым аудиторлық фирмаларды лицензиялауда және аудиторлық қызметтің ережелерін белгілеуде маңызды рөл атқарады.

- Қазақстан Республикасының кәсіби бухгалтерлер және аудиторлар институты (ИПБАК)

Бұл Қазақстандағы бухгалтерлер мен аудиторлар үшін кәсіби өзін-өзі реттейтін ұйым. Ол кәсіби стандарттарды белгілейді, этикалық ережелерді сақтауға ықпал етеді және тәжірибешілерге ұсыныстар береді. ЖК банк үздік тәжірибелердің сақталуын қамтамасыз ету үшін реттеуші органдармен тығыз ынтымақтасады.

Қазақстандағы көтерме саудадағы бухгалтерлік есеп практикасы қаржылық есептіліктің ашықтығын, дәлдігін және салыстырымдылығын қамтамасыз ету мақсатында халықаралық стандарттармен де, жергілікті нормативтік актілермен де реттеледі. Кейбір компаниялар, әсіресе ірі компаниялар халықаралық қаржылық есептілік стандарттарын (ҚЕХС) қолдана алатын болса, Қазақстандағы бухгалтерияның негізгі стандарттары қазақстандық Бухгалтерия стандарттары (ШОБ) болып табылады. Бұл стандарттар жергілікті бизнес тәжірибелері мен құқықтық талаптарды ескере отырып, халықаралық принциптерге сәйкес келеді [4, б. 65].

ҚР Бухгалтерлік есеп туралы Заңына сәйкес Қазақстанда әрбір кәсіпорында бухгалтерлік есепті жүргізуді: еңбек шарты бойынша кәсіпорынға қабылданған бас бухгалтер; бухгалтер болмаған кезде бас директор; бас болып табылмайтын бухгалтер; бөгде ұйым (бухгалтерлік сүйемелдеу) жүзеге асыра алады.

ҚЕХС енгізу Қазақстанның әлемдік экономикаға кірігуіне байланысты және алдағы уақытта ДСҰ-ға кіруімен халықаралық нарықтардағы қазақстандық ұйымдарды нығайтуға бағытталған. "Бухгалтерлік есеп және қаржылық есептілік туралы" заңда ҚЕХС сәйкес қаржылық есептілікті жасауды қаржы ұйымдары 2003 жылғы 1 қаңтардан бастап, Акционерлік қоғамдар 2005 жылғы 1 қаңтардан бастап және өзге де ұйымдар (мемлекеттік мекемелерден басқа) 2006 жылғы 1 қаңтардан бастап жүзеге асыратыны айқындалған.

Қазақстандағы көтерме сауда бухгалтерлік есебі пен қаржылық есептілік жүйесін дамыту барысында белгілі бір жетістіктерге қол жеткізілді. Алайда, айтарлықтай қиындықтар бар:

1. Біріншіден, көптеген бухгалтерлер мен аудиторлардың біліктілігінің төмен деңгейі, сондай-ақ халықаралық қаржылық есептілік стандарттарына (ҚЕХС) сәйкес жасалған ақпаратты пайдалануда дағдылардың жеткіліксіздігі байқалады.

2. ХҚЕС шағын және орта кәсіпорындар үшін олардың күрделілігі мен әдіснамалық күрделілігіне байланысты қиындық тудырады.

3. Кәсіби қоғамдық бірлестіктер көтерме саудадағы бухгалтерлік есеп пен қаржылық есептілікті реттеуде, сондай-ақ бухгалтерлер мен аудиторлар кәсібін дамытуда жеткіліксіз рөл атқарады.

4. Реттеушілер мен шаруашылық жүргізуші субъектілер ҚЕХС ережелерін терең түсінбестен сақтай отырып, көтерме саудадағы бухгалтерлік есеп пен қаржылық есептілікке формалды көзқарасты жиі қолданады.

Қазақстандағы көтерме саудадағы бухгалтерлік есептің басты проблемасы білікті мамандардың жетіспеушілігі және қалыптасқан дәстүрлері, мықты кәсіби қоғамдастығы, мамандандырылған білімді жинақтау мен таратудың тиімді жүйесі, сондай-ақ танылған сертификаттары бар дамыған "Бухгалтерия институтының" болмауы болып табылады.

Қазақстандағы кәсіби қоғамдастық осы проблемалардың кейбірін шешу үшін қадамдар жасап жатқанымен, олар жеткілікті кешенді емес және жалпы республикалық ауқымы жоқ. Бухгалтерлік қауымдастықтың қазіргі инерттілігін ескере отырып, тиісті заңнамалық алғышарттар жасамай, батыстық стандарттарға ұқсас жүйенің қарқынды дамуы екіталай. Біздің ойымызша, бүкіл жүйенің тірегі болуы тиіс кәсіби ұйымдардың рөлін нығайтуға баса назар аударып, бұл процесті ынталандыру қажет.

Экономикалық реформалармен және нарықтық шындықтармен үйлеспейтін бухгалтерлік есептегі мәжбүрлі өзгерістер қаржылық ақпараттың сапасын нашарлатуы және халықаралық қаржылық есептілік стандарттарының (ХҚЕС) беделін түсіруі, сондай-ақ қаржылық тәртіпті әлсіретуі мүмкін. Қолданыстағы заңнамада көзделген ХҚЕС-ке көшу барлық ұйымдарға әсер етеді, алайда, әсіресе, олардың күрделілігіне байланысты ХҚЕС қолайсыз болуы мүмкін шағын және орта бизнес үшін аса сақтықпен қарау қажет. ХҚЕС стандарттары үнемі жаңартылып, жетілдіріліп отыратындығын ескере отырып, шағын компаниялар көбінесе бұл өзгерістерді бақылай алмайды. Осыған байланысты ҚЕХС бойынша қаржылық есептілікті жасау негізінен ірі кәсіпорындар мен акционерлік қоғамдарға ұсынылуы керек.

Мемлекет Басшысы қойған міндеттерге сәйкес шағын және орта бизнесті қолдау бойынша дара кәсіпкерлерді міндетті бухгалтерлік есептен толығымен босатып, бухгалтерлік есепті жүргізудің және қаржылық есептілікті жасаудың әртүрлі тәртібін қолдану мақсатында басқа кәсіпкерлік субъектілерін санаттар бойынша градациялауды белгілеу қажет.

Бухгалтердің рөлі соңғы он жылда айтарлықтай өзгерді, оған қойылатын талаптарды арттырды, әсіресе бұл бухгалтерлік шешімді қолдану маңызды және шешуші болып қала беретін салаларда байқалады. Кәсіби бухгалтерлік білімнің, тәжірибенің, дағдылардың және оны қолданудың маңыздылығын, сондай-ақ басқару, жоспарлау, технология сияқты салалардағы қажеттіліктердің артуын түсіну артты. Бұл сонымен қатар бухгалтерлердің үздіксіз кәсіби білімінің маңыздылығын көрсетеді, бұл құзыреттілік пен кәсібиліктің жоғары деңгейін үнемі ұстап тұру қажеттілігі тұрғысынан.

Қазіргі уақытта бухгалтерлік есепте ақпаратты қалыптастыру және ҚЕХС сәйкес қаржылық есептілікті жасау принциптерін түсінетін, бухгалтерлік есепті жүргізудің, қаржылық

есептілікті дайындау мен аудиттің заманауи дағдыларын меңгерген білікті бухгалтерлер мен аудиторлардың жеткілікті санын дайындау міндеті тұр.

Бухгалтерлік есеп жүйесінің ҚЕХС-да бекітілген қағидаттарға көшуі есеп қызметкерлерінің кадрларын, экономиканың аралас салаларының мамандарын (аудиторларды, қаржыгерлерді) даярлау және қайта даярлау процесіне өзгерістер енгізуді талап етеді. Қаржы, есеп және аудит мамандықтары бойынша ең жоғары конкурстарға, сондай-ақ осы мамандықтар бойынша білім алғысы келетіндердің көптігіне қарамастан, жоғары оқу орындарында мамандарды даярлау сапасы әлі де төмен болып қалуда, өйткені білікті профессорлық-оқытушылық құрамның жетіспеушілігі сезіледі. Сондай-ақ, ғылыми жұмыстарды талдау диссертациялық зерттеулер төмен деңгейде жүргізіліп жатқанын көрсетеді. Сондықтан кадрларды даярлау мәселесіне ерекше назар аудару қажет. Осы мақсатта қосымша кәсіптік білім беру бағдарламаларын қоса алғанда, оқу бағдарламаларының мазмұнына мониторинг жүйесін қалыптастыруды жүзеге асыру қажет [5].

Қарастырылып отырған салада кадрларды даярлау және олардың біліктілігін арттыру жүйесін жетілдірудің негізгі бағыттары:

- бухгалтерлік есеп және қаржылық есептілік мәселелері жөніндегі уәкілетті орган аккредиттеген бухгалтерлерді кәсіби сертификаттау жүйесін жетілдіру;
- кәсіби бухгалтерлер мен аудиторларды даярлаудың оқу бағдарламаларының тиісті халықаралық бағдарламаларға сәйкестігін қамтамасыз ету;
- орта және жоғары оқу орындарының оқу бағдарламаларын, сондай-ақ кәсіби бухгалтерлер мен аудиторларды даярлау бағдарламаларын ҚЕХС-ты тереңдетіп зерделеуге және оларды практикада қолдану дағдыларын қалыптастыруға қайта бағдарлау;
- бухгалтерлік есеп және аудит білім алушылар үшін білім беру процесінде ҚЕХС бойынша жаңа оқу-әдістемелік қамтамасыз етуді жаңарту және әзірлеу.

Орта мерзімді перспективаға негізгі бағыт қаржылық есептілікті бақылау сапасын күшейтуге қатысты. Ол үшін тәуелсіз білікті аудитті дамытуға да басты назар аударылады.

"Аудиторлық қызмет туралы" ҚР Заңында аудит сапасын және аудиторлық мамандыққа қоғамдық сенімді арттыруға бағытталған шаралар кешені көзделген. Ең алдымен, бұл аудиторлық кәсіпті нығайту, оның өзін-өзі реттеуін дамыту және аудиторлардың кәсіби біліктілігін арттыру туралы. Сондай-ақ, отандық аудиттің бәсекеге қабілеттілігін арттыру үшін Заңмен халықаралық аудит стандарттарына толық және сөзсіз көшу көзделген.

Аудиторлық қызмет жөніндегі кәсіби кеңестің төрағасы Ақан Арыстанның мәлімдемесіне сәйкес, Қазақстанда аудиторлық саланы дамытудың 35 жылдық кезеңінде бірнеше аудиторлық қауымдастықтар мен кәсіби қауымдастықтардың құрылуы және кейіннен жабылуы атап өтілді. Көптеген аудиторлық ұйымдардың қалыптасуының басты себебі осы саладағы бір ұйымның монополиясының жағымсыз салдарын жоюға ұмтылу болды. Дегенмен, бұл тәсіл аудит саласында елеулі теріс салдарлар мен жүйелі қателіктерге әкелді.

Атап айтқанда, екі жыл ішінде Қазақстандағы көптеген қоғамдық аудиторлық ұйымдар 1300-ден астам аудитор шығарды. Бұл факт осы ұйымдар берген біліктілік куәліктерінің сапасына айтарлықтай күмән тудырады, бұл осы саланың сарапшылары атап көрсетеді [6]. Осылайша, Қазақстанның аудиторлық саласындағы ағымдағы ахуал аудиторларды біліктілік даярлау тәсілдерін егжей-тегжейлі талдауды және қайта қарауды, сондай-ақ кәсіби аудиторлық ұйымдардың жұмыс істеу тиімділігін бағалауды талап етеді.

Жоғарыда аталған міндеттерді іске асыру шеңберінде негізгі назар отандық аудиторлардың біліктілігін арттыруға, қаржылық ақпаратты пайдаланушылардың мүдделерін қорғауға аударылатын болады, оны бірінші кезекте жоғары білікті аудитор растауы тиіс, сондай-ақ аудит институтының жұмыс істеу негіздерін ретке келтіруге тиіс. Аудит жүйесін жетілдірудің негізгі бағыттары:

- орта және жоғары оқу орындарының оқу бағдарламаларына кіріспе ХАА-ны зерделеу және оларды практикада қолдана білу;
- аккредиттелген кәсіби аудиторлық ұйымның тәжірибелік аудиторлардың (оның ішінде ҚЕХС саласында) біліктілігін арттыру жүйесін дамыту және жетілдіру;

- аккредиттелген кәсіби ұйымдар тарапынан аудиторлар мен аудиторлық ұйымдардың жұмыс сапасын пәрменді бақылау.
- аудиторлық қызметті мемлекеттік қадағалаудың тиімді жүйесі;
- аудиторлар мен аудиторлық ұйымдардың аудиттің негізгі қағидаттарын, кәсіби этика кодексін сақтауы.

Олардың қызметіндегі басты мәселелер кәсіби қоғамдастық пен жалпы қоғамды толғандыратын мәселелер болуы керек: корпоративтік басқару жағдайы, салық салу, қаржылық есептілік пен аудиттің халықаралық стандарттарына тиімді көшу. Мұның бәрі өзін-өзі реттейтін кәсіби ұйымдардың қызмет саласы. Ол үшін заңда қолайлы бәсекелестік орта құратын көптеген кәсіби аудиторлық ұйымдар құру көзделген, бұл өз кезегінде аудиторлық қызметтердің сапасын арттыруға ықпал ететін болады.

Мамандықтың табысты дамуы үшін аудиторлық қызметті мемлекеттік қадағалау да маңызды. Бұл мәселе тек Қазақстан үшін ғана емес, әлемнің жетекші елдерінің көпшілігінде маңызды теориялық және практикалық дамуға ие болды. Аудит нәтижелері көптеген экономикалық шешімдердің негізі болғандықтан, аудиторлық қызмет барлық елдерде жеткілікті түрде реттеледі. АҚШ-тағы соңғы оқиғалар көрсеткендей, аудиторлық ұйымдардың қызметіне қатысты мемлекеттің бақылауының жеткіліксіздігі қор нарығының құлдырауына әкеліп соқтырды және бірқатар жетекші американдық компаниялардың акционерлеріне миллиардтаған шығын әкелді. Аудиторлық ұйымдарға мемлекеттік бақылаудың рөлін күшейтудің айқын көріністерінің бірі - АҚШ-тың 2002 жылы Сарбанес-Оксли заңын қабылдауы. Бұл заң жария компаниялардың аудитін бақылауды қатаңдатуға және корпоративтік басқаруды жетілдіруге бағытталған.

Аудитті жетілдіру бойынша сипатталған шаралар аудиторлық кәсіпті одан әрі үдемелі дамыту үшін негіз жасайды.

Мемлекеттік сектордың бухгалтерлік есебін реформалау ел Президенті белгілеген міндеттердің бірін - мемлекет активтерін басқарудың ашық және айқын жүйесін құру мүмкіндігімен байланысты объективті қажеттілік болып табылады.

Сонымен, Қазақстан Республикасында Халықаралық бухгалтерлік есеп және аудит стандарттарына көшуге байланысты аудиторлық қызметті дамытудың жаңа кезеңі қарқын алуда. Алайда, бірқатар айтарлықтай қиындықтар бар: бухгалтерлер мен аудиторлардың біліктілігінің жеткіліксіздігі, қаржылық есептіліктің халықаралық стандарттарын (ҚЕХС) енгізу мен қолданудың күрделілігі, кәсіби қоғамдық бірлестіктерді реттеу мен қатысудағы кемшіліктер, т.б.

Елімізде бухгалтерлік есеп пен аудитті одан әрі дамыту бойынша мынадай іс-шаралар болжанады:

- шағын және орта кәсіпкерлік субъектілері үшін жеңілдетілген қаржылық есептілік стандарттарын әзірлеу;
- бухгалтерлік және аудиторлық кәсіпті дамыту мен реттеуге кәсіби қоғамдық бірлестіктердің қатысуын жандандыру;
- халықаралық стандарттарға сәйкес бухгалтерлік есеп және аудит кадрларын, сондай-ақ қаржылық есептілікті пайдаланушыларды даярлау және олардың біліктілігін арттыру жүйесін жетілдіру;
- бухгалтерлік есеп және аудиторлық қызмет саласындағы халықаралық ынтымақтастықты дамыту;
- ҚЕХС бойынша дайындалған қаржылық есептіліктің сапасына бақылау саласын кеңейту;
- мемлекеттік секторда бухгалтерлік есеп пен есептілікті жетілдіру және халықаралық талаптарға сәйкес келетін стандарттарға көшу.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Алборов, Р.А. Аудит в организациях промышленности, торговли и АПК. 3-е издание / Р.А. Алборов. - М.: Дело и сервис, 2013. - 464 с.
2. Қазақстан Республикасының 2007 жылғы 28 ақпандағы N 234 "Бухгалтерлік есеп және қаржылық есептілік туралы" Заңы. [https://adilet.zan.kz/kaz/docs/Z070000234 /links](https://adilet.zan.kz/kaz/docs/Z070000234_links)
3. Қазақстан Республикасындағы ішкі сауда туралы (2023ж. ақпан) // (Ұлттық статистика Бюросы. Қазақстан Республикасы стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігі <URL:www.stat.gov.kz> (қаралған күні: 17.11.2023).
4. Ержанов М. С., Нурумов А. А. Финансовая отчетность казахстанских предприятий: учеб. пособие. Алматы: Экономика, 2007. - 180 с.
5. Исакова С.А. Қазақстан Республикасындағы аудиторлық дағдарыс мәселелері // Экономикалық талдау: теория және практика. 2009. № 31. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-krizisa-auditorskoy-deyatelnosti-v-respublike-kazahstan> (қаралған күні: 19.11.2023).
6. Ахамбекова И. Қазақстанда аудиторлар арасында дилетанттар мен кәсіпқой емес мамандар-сарапшылар көп // Orda <URL:https://orda.kz/o-sistemnyh-problemah-v-rabote-auditorov-rasskazali-zhurnalstam-v-almaty/> (қаралған күні: 17.11.2023).

Авторлар туралы мәліметтер

- * Әсіл Гүлзакира Галымжанқызы - «Есеп және Аудит» мамандығының 2 курс студенті, Каспий қоғамдық университеті, e-mail: asylova01@list.ru
- ** Абишева Жумакуль Абилкасымовна – э.ғ.к., қауымдастырылған профессор, Каспий Қоғамдық университеті, e-mail: shuma7@mail.ru

Сведения об авторах

- * Асиль Гүлзакира Галымжановна – студентка 2 курса специальности «Учет и Аудит», Каспийский общественный университет, e-mail:
- ** asylova01@list.ru Абишева Жумакуль Абилкасымовна – к.э.н., ассоциированный профессор, Каспийский общественный университет, e-mail: shuma7@mail.ru

Information about the authors

- * Asil Gulzakira Galymzhanovna – 2nd year student of the specialty «Accounting and Auditing», Caspian Public University, e-mail: asylova01@list.ru
- ** Abisheva Zhumakul Abilkasymovna – Candidate of Economic Sciences, associate Professor, Caspian Public University, e-mail: shuma7@mail.ru

ӘОЖ 336.3

ҚАРЖЫЛЫҚ МІНДЕТТЕМЕЛЕРДІҢ ЕСЕБІ МЕН АУДИТІ

Әшімова Ж.Н.¹, Айбатырова Г.А.²

^{1,2}Каспий Қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

Аңдатпа: міндеттеме – бұл бір тұлғаның (борышқор) нақты әрекетпен басқа тұлғаның (кредит беруші) пайдасын көздейтін істі орындау борышы немесе міндеті. Борышқордың нақты әрекетіне мыналар жатады: мүлікті беру, жұмысты орындау, ақша төлеу және басқалар, ал кредит беруші борышқорынан өз міндетін орындауын талап етуге құқылы деп танылады. Міндеттеме - өткен кезең оқиғасынан пайда болған субъектінің берешегі. Бұл берешекті реттеу (жою) экономикалық пайдасы мен ресурстар (ақшалай қаражаттар) ағынына әкеп соғады.

Түйін сөздер: міндеттеме, ұзақ мерзімді және қысқа мерзімді міндеттемелер, банк, займ, несиелік борыш, салық.

УДК 336.3

УЧЕТ И АУДИТ ФИНАНСОВЫХ ОБЯЗАТЕЛЬСТВ

Ашимова Ж.Н.¹, Айбатырова Г.А.²

^{1,2}Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация: Обязательство - это долг или обязанность одного лица (должника) выполнить дело, которое предусматривает выгоду другого лица (кредитора) конкретным действием. К конкретным действиям должника относятся: передача имущества, выполнение работ, выплата денег и другие, а кредитор признается вправе требовать от должника исполнения своих обязанностей. Обязательство-задолженность субъекта, возникшая в результате события прошлого периода. Регулирование (ликвидация) этой задолженности влечет за собой приток экономических выгод и ресурсов (денежных средств).

Ключевые слова: обязательство, долгосрочные и краткосрочные обязательства, банк, займ, кредитный долг, налог.

ACCOUNTING AND AUDIT OF FINANCIAL OBLIGATIONS

Ashimova J.N.¹, Aibatyrova G.A.²

^{1,2}Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

Summary: An obligation is a duty or obligation of one person (debtor) to perform a case that provides for the benefit of another person (creditor) by a specific action. Specific actions of the debtor include: transfer of property, performance of works, payment of money and others, and the creditor is recognized as entitled to demand from the debtor the performance of his duties. Obligation-the debt of the entity that arose as a result of an event of the previous period. Regulation (liquidation) of this debt entails an influx of economic benefits and resources (cash).

Keywords: obligation, long-term and short-term obligations, bank, loan, credit debt, tax.

1996 жылғы 12 қарашадағы Қазақстан Республикасының бухгалтерлік есеп жөніндегі Ұлттық комиссиясының қаулысымен бекітілген «Қаржылық есепті әзірлеп, тапсыруға арналған тұжырымдық негіздеме» міндеттеме дегеніміз – тұлғаның (борышкердің) басқа бір тұлғаның (несие берушінің) пайдасына белгілі бір іс-әрекет жасау, мәселен мүлікті беру, жұмыс орындау, ақша төлеу және басқа белгілі бір іс-әрекеттен бас тартуы, ал несие берушінің борышкердің оның міндеттерін орындауын талап етуге құқығы бар деген анықтама берілген.

Қаржылық есеп берудің негізгі элементтерінің бірі – шаруашылық субъектіде қолданылатын міндеттемелер ретінде арнайы бақылау мен аудитте жиі кездесетін жағдайларды

қарастырады. Бақылау – талдау қызметінің басқа аймақтары мен аспектілерінде қолданылатын арнайы бақылау мен аудитке келсек, кейінгі бөлімдерінде қарастырылатын жекелеген нәтижелерді. Жаңа іздестіру зетрреулерін талап етеді.

Міндеттемелер – бұл ұйымның осы есепті уақытында бар нақты берешегі оны өтеу үшін қарсы жақтың наразылығын қанағаттандыруда ресурстың жылыстауы түріндегі экономикалық пайданың кемуіне алып келеді.

Міндеттемелер - өткен мәмілелердің немесе өткен оқиғалардың нәтижелерін болып табылады және қысқа мерзімді және ұзақ мерзімді болып бөлінеді. Міндеттемелер, егер ұйымның қалыпты операциялардың циклы кезінде төлеу балансынан кейін 12 ай ішінде жүргізіледі деп болжанса, ағымдағы мерзімді деп жіктелуі тиіс. Барлық басқа міндеттемелер ұзақ мерзімді деп жіктеледі. Шаруашылық субъекті есептеушінің қабылданған есеп саясаты қолданылатын нысанына сәйкес әр түрлі талдамалық есеп – карточкалар, ведомостар журнал және т.б. регистрін қолдана алады. Жан – жақты ойластырылған және жақсы қойылған талдамалық есеп тексерушіге кәсіпорын міндеттемелер үшін ішкі бақылау жүйесі жағдайына дұрыс баға беруге көмектеседі.

Міндеттеме өткен келісімінің немесе өткен оқиғаның нәтижесі болып табылады. Пайда болуына қарай ұзақ мерзімді және ағымдағы болып екіге бөлінеді. Ұзақ мерзімге және қысқа мерзімге алынған несиелерде, займдарда белгілі бір мақсатты шығындарға алынады.

Ұзақ мерзімді банк несиелері тәртіп бойынша бір жылдан жоғары мерзімге, жаңа технологияны өндіріске ендіруге, күрделі құрылыс нысандарын салуға, өндірісті ұлғайтуға, өнімділігі жоғары қымбат жабдықтарды сатып алып, өндірісті қайта жаратқандыруға және басқа күрделі қаржы салымын талап ететін бағдарламалар бойынша мақсатты шығындарға беріледі. Ұзақ мерзімді міндеттемелерге мыналар жатады:

- Ұзақ мерзімді банк заемдары.
- Банк мекемелерінен тыс ұзақ мерзімді заемдар.
- Басқа да ұзақ мерзімді заемдар.
- Мерзімі ұзартылған корпоративтік табыс салығы [5, 226.].

Банкілердің және банкіден тыс мекемелердің ұзақ мерзімді заемдары 1 жылдан жоғары мерзімге беріледі, ол заемдар жаңа техниканы, қымбат жабдықтарды сатып алу, өндірісті кеңейту және т.б. бағдарламаларды іске асыру үшін алынады. Ұзақ мерзімді міндеттемелердің аудитінің маңызды іс-әрекеттері несие және алынған ссуда үшін пайыздарының дұрыс төленуін тексеру болып табылады.

Қысқа мерзімді займдар коммерциялық кредит векселі мен қарыздық міндеттемелердің «серіктестік» кредиті сипатында жиі көрінеді. Баланста алынған қысқы мерзімді займдардың дұрыс бейнеленуін тексере келе, аудитор мынаны белгілеуі тиіс:

- займ қандай мақсатқа пайдаланылған, бұл мақсаттар кредит алу келісім шарттарындағы шарттарға сәйкес пе?
- шаруашылық субъекті басшылығы қамтамасызландыру құрамына немесе займ кепілдігіне енгенін;
- займды төлеу толықтығымен өз уақыттылығы;
- кредитке төленген пайыздың бекітілген келісімшартпен дұрыстығы;
- қарыз субъектілерінің алыну заңдылығы мен негізділігі, сондай – ақ оларды өтеудің толықтығы мен өз уақыттылығы;
- жинақтамалы мен талдамалы есептің 3010 «Қысқы мерзімді банк зайымдары» жазбасының №4 журнал – ордер мен бухгалтерлік баланстағы жазбаларына сәйкестігі.

Заемдарды алу және өтеу бойынша операцияларының арнайы аудитін өткізу үшін «Қаржылық есеп берудің халықаралық стандарттарына (ХҚЕС)» сәйкес, келесі көрсетілген шоттар: 4010 «Ұзақ мерзімді банк заемдары», 4020 «Ұзақ мерзімді алынған заемдар», 4030 «Өзге де ұзақ мерзімді қаржылық міндеттемелер» қолданылады. Оларға 1010 «Кассадағы теңгемен ақша қаражаттары», 1020 «Кассадағы валютамен ақша қаражаты», 1040 «Ағымдағы банкілік шоттардағы теңгемен ақша қаражаты», 1050 «Ағымдағы банкілік шоттардағы валютамен ақша қаражаты» және басқа шоттар мен корреспонденцияда алынған заемдар

сомалары несиелі бойынша, ал дебеті бойынша – ақшаның есебі жүргізілетін шоттармен корреспонденцияда өтелген зайымдар сомасы беріледі. Зайымдарды беру мен өтеуге байланысты барлық мәселелер банк ережелеріне және заем алушы ұйым мен арасындағы несиелік шартпен рәсімделеді, онда несиелеу объектісі, займды беру мен қайтару мерзімдері, құқықтары мен жауапкершілігі, құжаттар тізбесі және оларды банкке ұсынудың мерзімділігі мен басқа жағдайлар көрсетіледі.

Кредиторлық берешекті тексерудің басты міндеттері мыналар:

- берешектердің төлем тәртібі сақталғанын тексеру;
- оларды есептеуде қолданылатын бағаның, тарифтің және басқа құндық көрсеткіштердің нақтылығын тексеру;
- кредиторлық берешек сомаларының шынайылығын тексеру;
- есептіліктерді реттеу мен кредиторлық берешекті азайту жөніндегі ұсыныстарды дайындау;

Кредиторлармен есеп айырысу жағдайын бақылауды ұйымдастыру келісімшарттық және есептік тәртіптің нығайтуына тапсырылған ассортиментте және төлемдік тәртіпті сақтау үшін жауапкершілікті арттыру сапасы мен өнімді жеткізу жөніндегі міндеттемелерді орындауға, кредиторлық берешекті қысқартуға және шаруашылық жүргізуші субъектінің қаржылық жағдайын жақсартуға мүмкіндік береді.

Кәсіпорындардың ағымдағы міндеттемелер есебі шоттар жоспарының үшінші бөлімінде жүргізіледі (1-кесте).

1-кесте – ағымдағы міндеттемелер есебінің шоттар жоспары

Шоттың нөмірі	Мазмұны
3000	Қысқа мерзімді қаржылық міндеттемелер
3100	Салықтар бойынша міндеттемелер
3200	Басқа да міндетті және ерікті төлемдер бойынша міндеттемелер
3300	Қысқа мерзімді кредиторлық берешектер
3400	Қысқа мерзімді бағалау міндеттері
3500	Өзге қысқа мерзімді міндеттемелер

«Қысқа мерзімді кредиторлық берешек» бір жылға дейін мерзімнен кредиторлық берешектерді есепке алуға арналған. Ол 3300 «Қысқа мерзімді кредиторлық берешек» синтетикалық шотында есепке алынады.

3310 «Жеткізушілер мен мердігерлерге қысқа мерзімді берешек»

3320 «Еншілес ұйымдарға қысқа мерзімді кредиторлық берешек»

3330 «Қауымдастырылған және бірлескен ұйымдарға қысқа мерзімді кредиторлық берешек»

3340 «Филиалдар мен құрылымдық бөлімшелерге қысқа мерзімді кредиторлық берешек»

3350 «Еңбекақы төлеу бойынша қысқа мерзімді берешек»

3360 «Жалдау бойынша қысқа мерзімді берешек»

3370 «Ұзақ мерзімді кредиторлық берешектің ағымдағы бөлігі»

3380 «Төлеуге арналған қысқа мерзімді сыйақылар»

3390 «Өзге қысқа мерзімді кредиторлық берешектер» .

"Ұзақ мерзімді міндеттемелер" бөлімінің шоттары мемлекеттік мекемелерде ұзақ мерзімді ретінде жіктелетін міндеттемелерін есепке алуға арналған (2-кесте).

Аудитор 3310 шотын тексерген кезде оның қалдығын 1210 «Сатып алушылар мен тапсырыс берушілердің қысқа мерзімді дебиторлық берешегі» шотымен салыстыру керек, ал 4110 шотын тексерген кезде оның қалдығын 2110 «Сатып алушылар мен тапсырыс берушілердің ұзақ мерзімді дебиторлық берешегі» шотымен сәйкестігін салыстыру керек, ол жабдықтаушылармен және мердігерлермен есеп айырысу жөніндегі ақпаратты жинақтап қорытуға арналған:

а) алынған ТМҚ мен айналымнан тыс активтер, орындалған жұмыстар мен тұтынылған қызметтер;

б) алынған ТМҚ, айналымнан тыс активтер, есеп – қисап құжаттары әлі түспеген жұмыстар мен көрсетілетін қызметтер;

с) қабылдау кезінде табылған ТМҚ артығы мен айналымнан тыс активтер;

д) тасымалдау мен тағы да сол сияқты бойынша алынған қызметтер.

Бұл шот бойынша есептеулер негізгі мынадай екі бағыт бойынша жүргізілуі керек:

Қабылданған материалдық құндылықтар, орындалған жұмыс пен көрсетілген қызмет үшін төлемнің дұрыстығын талдау.

Жабдықтаушылардан алынған ТМҚ кіріске алудың толықтығын талдау.

2-кесте – "Ұзақ мерзімді міндеттемелер" бөлімі

Ш оты	Мазмұны
4 000	Ұзақ мерзімді қаржылық міндеттемелер
4 100	Ұзақ мерзімді кредиторлық берешек
4 200	Ұзақ мерзімді бағалау және кепілдік міндеттемелері
4 300	Өзге ұзақ мерзімді міндеттемелер

Ұзақ мерзімді кредиторлық берешек:

4110 – Жабдықтаушылар мен мердігерлерге ұзақ мерзімді берешегі.

4120 – Еншілес ұйымдарға ұзақ мерзімді кредиторлық берешегі.

4130 – Ассоциацияланған және бірлескен ұйымдарға ұзақ мерзімді кредиторлық берешегі.

4140 – Филиалдар мен құрылымдық бөлімшелерге ұзақ мерзімді кредиторлық берешегі.

4150 – Жал бойынша ұзақ мерзімді кредиторлық берешегі.

4160 – Төленуге тиісті ұзақ мерзімді кредиторлық берешектері [3, 64б.].

Аудитор жалпы банк пен шаруашылықтың арасындағы несие беру және алуға байланысты қатынасты қамтамасыз ететін ережелердің сақталуымен танысқаннан кейін несие беру, оларды құжаттау, сөндіру мерзімі (қайтару) банк ережелерімен және несие шарттарымен реттелгендігіне, онда несиенің мақсаты, мерзімі, қойылатын талаптары, несиені беру, оны сөндіру (қайтару) тәртіптері, міндеттемені қамтамасыз ету жолдары, пайыздық қойылымдары,

олардың төлену тәртіптері, тараптарының құқықтары мен жауапкершіліктері, құжаттарының тізімінің банкке тапсырылу кезеңдері және басқа да жағдайларының қаралғандығына назар аударуы қажет.

Қысқа мерзімді несиелер кәсіпорынның айналым қаражатын қалыптастыру көздерінің бірі болып табылады. Қысқа мерзімді кредиттеудің көп түрлері бар:

- Тұтыну несиесі – бұл жеке тұлғаларға тұтыну тауарларын сатып алу үшін және тұрмыстық қызметтерді істеуге берілетін несие.
- Овердрафт несиесі – клиенттің шоттарынан қаражатты шегеру дебеттің қалдық шоты бойынша берілетін қысқа мерзімді несиенің формасы.
- Овернайт несиесі – өтімділікті қолдау мақсатында 1 түнге берілетін банкаралық несиенің түрі.
- Онколбдық несие – кредитордың алғашқы талабы бойынша берілетін қысқа мерзімді несие.
- Ломбардтық несие – тез іске асатын бағалы заттарды немесе бағалы қағаздарды кепілге алып берілетін несие.
- Лизингтік несие – құрал-жабдықтарды жалға беру несиесі.
- Рамбустық несие – шикізаттарды ішке алып кіру және жартылай фабрикат дайын өнімді сыртқа шығару тәжірибесінде пайдаланатын несие.

Аудитор, сондай-ақ шаруашылықтың банкке қайтаруға тиісті қайтарылмаған (сөндірілмеген) несиелердің (ссуданың) қалдығымен қосып несиенің пайызын көрсетуге (ол туралы есеп жүргізу саясатына жазылуы қажет) шешім қабылданғандығын анықтауға тиісті. Егер жоғарыда көрсетілген тәртіп қабылданса, онда несиеге жасалған шартқа сәйкес тексеруге тиісті. Есепті кезеңнің соңындағы пайызының сомасын ұзақ мерзімді міндеттемелер есебінің шоттарының кредиті бойынша банк несиелері және пайыздары бойынша пайыздарын төлеу шығындарының есебінің тиісті шоттарымен корреспонденцияда көрсетеді.

Банк мекемелерінен тыс басқа да шаруашылықтардан, мекемелерден және ұйымдардан алынған ұзақ мерзімді займдарға тексеру жүргізген кезде аудитор уақтылы қайтарылмаған займдардың себебін анықтап, тараптарының жасаған шарттарындағы қаралған міндеттер және жауапкершіліктер орындалмаған жағдайда, жеке тармақтарға жіктеліп көрсетілгендігіне талаптардың мазмұнымен танысып, шаруашылыққа келтіретін оның салдарына талдау жасауға тиісті. Шартта қаралған міндеттемемен жауапкершіліктің орындалу себептерін пысықтай түсу үшін аудитор займ берушіге сұрау салып, олардан алынған мәліметтермен салыстырып, растығына көз жеткізу керек. Аудитор бір мезгілде шаруашылықтың басқа да шаруашылықтардан алынған займдарының заңдылығына, негізділігіне оларды мерзімінде өтеудің (қайтару) сақталуына назар аударуға тиісті.

Шаруашылықтың ағымдағы міндеттемелеріне, қысқа мерзімге алынған банк несиелері мен банктен тыс мекемелерден алынған мерзімді займдар, сондай-ақ ұзақ мерзімді несиелердің ағымдағы бөлігі, төленуге тапсырылған шоттар мен вексельдер, алынған аванстар, есепті жылдың салық бойынша қарыздары, төленуге тиісті дивидендтер, негізгі шаруашылық серіктестіктері мен еншілес (тәуелді), бірлесіп бақыланатын серіктестіктер арасындағы өзара берген қарыздары, акционерлік қоғамдардың лауазымды тұлғаларының қарыздары, өзге де несиелік қарыздар, алдағы кезеңдердің табыстары, төтенше жағдайларға байланысты төлемдер және шығындарды төлеу жатады [1, 516.].

Қысқа мерзімді банк несиелері бір жылға дейінгі мерзімге беріледі. Яғни, есепті жылдың соңына дейін берілетін несиелер жатады, мәселен артылып жөнелтілген өнімдер мен тауарлар үшін, ол нақты құжат айналым уақытына тең болғандықтан, 30 күннен аспауға тиісті. Шаруашылықтың қысқа мерзімге банктен несие алуға ғана емес, сондай-ақ банктен тыс мекемелерден осындай мерзімге займдар алуына да құқық берілген.

Банктің сенімді клиенттерге олардың шоттарындағы ақша қаражаттарының қалдығынан жоғары сомаға берілген қысқа мерзімді несие түрі — овердрафт және мерзімінде өтелмеген банк несиелері жеке көрсетеді.

Қысқа мерзімді займдар көбінесе вексельдер түрінде коммерциялық несиелік және серіктестіктерге берешек қарыз міндеттеме сипатында болады.

Аудитор ағымдағы міндеттеменің негізгі бөлігін құрайтын әрі жиі кездесетін несиелік борыштар операцияларын тексеруге тиісті.

Несиелік борыш бұл — субъектінің заңды тұлғалардың жеке тұлғаларға, азаматтарға төлеуге тиісті міндеттемелердің сомасы. Несиелік борыш қарыз сипаты бойынша дұрыс және ақталмаған деп бөлінеді.

Дұрыс несиелік борыштар деп шаруашылықтың жоспарының орындалу барысымен, сондай-ақ қолданыстағы есеп айырысудың нысандарымен белгіленген бөлігін айтамыз. Оған жататындар, мәселен, төлеу мерзімі жетпеген акцептелген есеп айырысу құжаттары, мерзімі өтпеген борыштар. Ақталмаған несиелік борыштар деп, қаржы органдарымен мерзімі өтіп кеткен борыш, бюджетпен есеп айырысу бойынша шаруашылықтың жұмыскерлеріне еңбек ақы төлеу бойынша жабдықтаушыларға мерзімінде төленбеген есеп айырысу құжаттары ж.б. бойынша.

Несиелік борыштардың нақтылығын анықтау үшін дебиторлық борыштардың аудитінің әдістемесін қолдану арқылы да жүргізілуі мүмкін.

Жабдықтаушылармен және мердігерлермен есеп айырысуларды тексеруді ұйымдастыруды мынандай бағдарлама бойынша жүзеге асырудың маңызы зор:

— сатыланған тауарлы-материалдық қорлардың қолда барлығын және құжаттарының дұрыс толтырылғандығын тексерудің;

— алынған тауарлы-материалдық қорлардың саны және сапасы бойынша қойылған шағым-талаптың дұрыс дер кезінде құжатталғандығын, оның негізділігін тексерудің;

— құндылықтарды кіріске алудың немесе орындалған жұмыстың /қызмет/ толықтығын және дер кезділігін тексерудің;

— жабдықтаушылар мен мердігерлерге несиелік борыштың дұрыстығын, нақтылығын және заңдылығын тексерудің;

— вексельді қолданып жүрген жабдықтаушылармен және мердігерлермен есеп айырысудың және жабдықтаушыларға қосылған құнға салынған салықты (ҚҚС) қайтару тәртіптерінің дұрыс жүзеге асырғанын тексерудің;

— шоттар корреспонденцияларының дұрыс берілгендігін, аналитикалық есеп мәліметтерінің синтетикалық есеп мәліметтерімен сәйкестігін тексерудің.

Бюджетпен есеп айырысудың аудитін тиімді жүргізу үшін тексеруді талап ететін және қаралуға тиісті мынандай негізгі басты сұрақтардың шеңберін анықтап алу керек:

— салық салынатын базаны дұрыс және толық анықтау;

— салық және басқа да төлемдер қойылымдарының дұрыс қолданғандығын;

— салық төлеу кезінде шығарылып тасталатын шегерімдердің және берілген жеңілдіктердің заңдылығын және негізділігін;

— бюджеттен төленетін төлемдердің уақтылы, дер кезінде толық төленгендігін;

— есептеулер мен төленген төлемдер бойынша бухгалтерлік есеп корреспонденцияларының дұрыс берілгендігін;

— төлемдердің түрлері бойынша салық инспекциясына берілген қорытынды есеп үлгілерінің дұрыс толтырылып мерзімі сақталып, дер кезінде, уақтылы бергендігін;

— бюджетпен есеп айырысу бойынша аналитикалық және синтетикалық есеп жүргізудің дұрыстығын;

— аналитикалық және синтетикалық есеп жазуларының Бас кітаптағы, шаруашылықтың балансындағы жазуларымен сәйкестігін [3, 426.].

Салық міндеттемесі мемлекет алдындағы әрбір салық төлеушінің міндеттемесі болып табылады және ол салық заңына сәйкес жүргізіледі.

2008 жылғы 10 желтоқсанында № 100-IV Қазақстан Республикасының «Салық және бюджетке төленетін басқа да міндетті төлемдері туралы» (өзгертулермен және толықтырулармен) Салық Кодексі қабылданды. Осы Салық кодексі бойынша салық төлеушілердің міндеттемесі:

Салық төлеушінің ҚР-ның салық заңнамасына сәйкес мемлекет алдында туындайтын міндеттемесі салық міндеттемесі деп танылады, оған орай салық төлеуші салық органында тіркеу есебіне тұруға, салық салу объектілерін және салық салуға байланысты объектілерді айқындауға, салықты және бюджетке төленетін басқа да міндетті төлемдерді есептеуге, салықтық нысандарды салық органына белгіленген мерзімде табыс етуге, салықты және бюджетке төленетін басқа да міндетті төлемдерді төлеуге міндетті.

Салық салу объектісі – салық төлеушінің салық міндеттемесі туындайтын қолдағы бар ақшасымен байланысты мүлкі мен іс-әрекеттері.

Салық базасы – салық салу объектісінің құн, физикалық немесе өзгеде сипатамалары. Олардың негізінде салықтың және бюджетке төленуге жататын басқа да міндетті төлемдердің сомасы айқындалады.

Салық ставкасы – салық салу объектісінің немесе салық базасының өлшем бірлігі процентпен немесе абсолютті сомамен белгіленетін салықты және бюджетке төленетін басқа да міндетті төлемді есептеу жөніндегі салық міндеттемесінің шамасы.

Салық кезеңі – салықтың және бюджетке төленетін басқа да міндетті төлемдердің жекеленген түрлеріне қатысты белгіленген уақыт кезеңі түсінділеді, ол аяқталған соң салық салу объектісі, салық базасы айқындалып, салықтың және бюджетке төленуге жататын басқа да міндетті төлемдердің сомасы есептеледі [5,186.].

Жабдықтаушылар және мердігерлермен есеп айырысу операциясын бақылай келе, аудитор бухгалтерлік өткізбелерді құрастырудың дұрыстығын тексергені жөн. Өндірістегі шығындар есептеліп, оларды өндірістің өзіндік құнына, шаруашылық субъектінің қаржылық нәтижелеріне әсер ететін көптеген қателерді есепке ала отырып, есеп – шоттардағы операциялардың бейнеленуіне айрықша назар аударылады.

Уақыты ертеде өтіп кеткен берешекті айқындау үшін оның уақытын талдай келе, мына топтарға құрастырамыз:

- бір айға дейінгі;
- бір айдан үш айға дейінгі;
- бір айдан алты айға дейінгі;
- алты айдан бір жылға дейінгі;
- бір жылдан жоғары.

Осы уақыттар негізінде аудитор қаржылық – есеп айырысу тәртібін бұзу дәрежесін анықтайды. Осы істер бойынша сәйкестілігіне жасалған пайымдаулар түпнұсқаның ақтаушы құжаттарға негізделуі және бекітілуі тиіс, ол құжаттар: шот фактура, жөнелтпе қағаздар, қолхаттар, чектер, төлемқұжаттары, түгендеу тізімдемелері, біріктеру ведомостары, материалдық жауапты және лауазымды тұлғалардың түсіндірмелері және т.б. болуы мүмкін.

3-кесте – шот корреспонденцияларын құрастыру дұрыстығын тексеру

Аудит процедурасы	Ақпарат көздері
ТМҚ алуға арналған құжаттарды рәсімдеудің дұрыстығы мен бар екендігін тексеру	Шарттар, шот – фактуралар, төлем – тапсырмалары, кірістік құжаттар және т.б.
ТМҚ – дың саны мен сапасы жөніндегі тілек – талаптарды рәсімдеудің дұрыстығын, нақтылығын және уақыттылығын тексеру	Тиісті құжаттарды жабдықтаушыға, темір жолға немесе кеме шаруашылығына талаптар, 8 журнал – ордер, Бас кітап және т.б.
Алынған құндылықтарды кіріске алудың немесе орындалған жұмыс пен	Қабылдау актілері, жүк құжаттары, шот – фактуралар, кассалық кірістік

көрсетілген қызмет есебінің толықтығы мен уақыттылығын тексеру	ордерлер, қойма есебі карточкалары, материалдар есебі тізімдемесі, 6 журнал – ордер, Бас кітап, баланс және т.б.
Жабдықтаушылар мен мердігерлерге берешектің анық сенімділігін, шынайылығын, нақтылығын және заңдылығын тексеру	Шарттар жобалық – сметалық құжаттама, орындалған жұмыс актілері, шот – фактуралар, төлем тапсырмалары, 6 журнал – ордер, Бас кітап, баланс және т.б.
Вексельдерді пайдаланып, жабдықтаушылармен ҚҚС алып тасталғанын және олармен есеп айырысудың дұрыстығын тексеру	Вексель, кірістік төлем құжаттары, 5, 6 журнал – ордерлер, салықтық шот – фактуралар, ҚҚс жөніндегі салық декларациясы, Бас кітап және т.б.
Берілген шот корреспонденциялар жайлы мәліметтерді тексеру, аналитикалық есеп мәліметтерінің синтетикалық есеп мәліметтеріне сәйкестігі	Шот – фактуралар, төлем тапсырмалары, 6 журнал – ордер, Бас кітап, баланс, әдістемелік ұсынымдар

Қысқы мерзімді заемдардың алынуы және қайтарылуына байланысты операциялар 3010 – 3020 «Қысқа мерзімді займдар» шоттарында жүреді. Бұлар пассивтік шоттар болып табылады және олардың қалдығы есеп беру кезеңінің қайтарылмаған қарызын көрсетеді. Субъект несиені алған жағдайда дебеттелетін шоттар: 1040, 1050, 1070, ал кредиттелетін шоттар сол 3010 – 3020. Несиенің қайтарылу жағдайында аталған 3010 – 3020 шоттар дебеттелініп, 1040, 1050, 1070 шоттар кредиттелінеді. Қысқа мерзімді заемдардың аналитикалық есебі займдарды берген банктердің түрлері бойынша және кредиторлар бойынша жүргізіледі. Аудиторға мыналарды тексеру керек:

а) займ үшін төленген пайыздардың дұрыстығын және оларды кезеңдік шығыстарға дұрыс апарылғандығын;

ә) 3010, 3020 шоттар бойынша №4 журнал – ордер, баланстағы синтетикалық және аналитикалық есептің дұрыстығын;

б) «Ұзақ мерзімді міндеттемелердің ағымдағы бөлігі» деген бабының көрсеткіштері баланстағы «Қысқа мерзімді міндеттемелер» бөліміне кіргізілуін тексеру;

в) осы бап бойынша зайымдардың қайтару мерзімінің орындалуы, көрсетілген сомалардың нақтылығын тексеру;

г) «Овердрафт» бабы бойынша көрсеткіштердің дұрыс анықталуын және уақытылы төленбеген банк заемдары бөлек есептелінуі керектігін;

д) 3020 шотының аналитикалық есебінің мәліметтерін тексеру;

е) вексельге коммерциялық несие және қарыздық міндеттемелерге жататын серіктестік несие түрінде ұсынылған банк мекемелерінен тыс алынған қысқа мерзімді заемдардың есептесуінің жағдайын тексеру;

ж) шығарылған облигацияларды қайтару және үйлестіріп тарату, вексельдердің берілуі және төленуі, қызметкерлер үшін алынған заемдарды және т.б. байланысты операциялар 3050 «Басқа да қаржылық міндеттемелер» шотымен тексеріледі.

ПАЙДАЛЫҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Жанадилова М.В «Аудит және есеп», оқулық – Алматы, 2006

2. Абленов Д.О «Қаржылық бақылау және басқарушылық аудиті; теориясы, әдіснамасы, тәжірибесі» Алматы: Экономика, 2008ж
3. Баймұратов О.Б «Қаржылық бақылауды күшейту – заман талабы» Қаржы менеджменті, 2009ж
4. Бурлаков Л.М «Қаржылық бақылау жұмысын жаңа деңгейге көтеруді қажетсінеді» Егемен Қазақстан,2010ж
5. Сейітқұл Қ.Р «Аудит негіздері» Алматы,2009ж
6. Әлжанова Н.А «Аудит негіздері» Алматы,2010ж

Авторлар туралы мәлімет

Айбатырова Гулим Архатқызы - Каспий Қоғамдық Университеті, e-mail:
aibatirovagulim@gmail.com

Сведения об авторах

Айбатырова Гулим Архатқызы - Каспийский Общественный Университет, e-mail:
aibatirovagulim@gmail.com

Information about the authors

Aibatirova Gulim Arhatkyzy – Caspian Public University, e-mail: aibatirovagulim@gmail.com

УДК 339.37

АНАЛИЗ ТОВАРООБОРОТА ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Байгазина С.Ж.¹, Тарковская А.А.²

^{1,2} Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан
Научный руководитель – д.э.н. Мархаева Б.А.

Аннотация. В данной научной статье проведен анализ товарооборота торгового предприятия с целью изучения его эффективности и определения факторов, влияющих на успешность работы. Результаты анализа представлены расчетами основных показателей товарооборота, таких как фондоотдача, фондоемкость, объем товаров на 1 м² торговой площади и другие. Приведено детальное описание методологии и процедур анализа товарооборота, а также интерпретация результатов и практические рекомендации. Полученные выводы могут быть полезными для менеджеров и собственников торгового предприятия при принятии решений, направленных на улучшение его конкурентоспособности и рентабельности.

Ключевые слова: анализ, товарооборот, торговое предприятие, факторный анализ, выработка на 1 м² торговой площади

САУДА КӘСПОРНЫНЫҢ ТАУАР АЙНАЛЫМЫН ТАЛДАУ

Байгазина С.Ж.¹, Тарковская А.А.²

^{1,2} Каспий Қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы
Ғылыми жетекші – э.ғ.д. Мархаева Б.А.

Аңдатпа. Бұл ғылыми мақалада сауда кәсіпорнының тиімділігін зерттеу және оның жұмысының табысты болуына әсер ететін факторларды анықтау мақсатында оның тауар айналымына талдау жасалған. Талдау нәтижелері қор қайтарымы, қор сыйымдылығы, сауда алаңының 1 м² –не келетін тауар көлемі және т.б. осы сияқты тауар айналымының негізгі көрсеткіштерінің есептеулерімен ұсынылған. Тауар айналымын талдау әдістемесі мен рәсімдерінің толық сипаттамасы, сондай-ақ нәтижелерді түсіндіру және практикалық ұсыныстар берілген. Қорытындылар сауда кәсіпорнының бәсекеге қабілеттілігі мен табыстылығын арттыруға бағытталған шешімдер қабылдау кезінде менеджерлер мен иелері үшін пайдалы болуы мүмкін.

Түйін сөздер: талдау, тауар айналымы, сауда кәсіпорны, факторлық талдау, сауда алаңының 1 м²-не келетін сауда көлемі

ANALYSIS OF COMMODITY TURNOVER OF A TRADING ENTERPRISE

Baigazina S.Zh.¹, Tarkovskaya A.A.²

^{1,2} Caspian University, Almaty, Republic of Kazakhstan
Scientific supervisor – doctor of economic sciences B. Markhaeyva

Abstract. This scientific article analyzes the commodity turnover of a trading enterprise in order to study its effectiveness and determine the factors influencing the success of its work. The results of the analysis are presented by calculations of the main indicators of commodity turnover, such as capital productivity, capital-output ratio, volume of goods per 1 m² of retail space and others. A detailed description of the methodology and procedures for analyzing trade turnover is provided, as well as the interpretation of the results and practical recommendations. The findings can be useful for managers and owners of a trading enterprise when making decisions aimed at improving its competitiveness and profitability.

Keywords: analysis, commodity turnover, trading enterprise, factor analysis, output per 1 m² of retail space

В связи со спецификой деятельности большая часть оборотных средств торгового предприятия аккумулирована в товарных запасах, поэтому эффективное управление товарными запасами и товарооборотом является приоритетной задачей в экономике торговли.

Для эффективного управления торговым предприятием необходимо проводить анализ показателей товарооборота, который позволяет выявить возможности увеличения продаж и максимизации прибыли. Главной целью деятельности любого предприятия является максимизация прибыли, поэтому важно поддерживать такой уровень товарооборота, который обеспечивает максимально возможную прибыль.

Анализ товарооборота необходим для оценки эффективности работы предприятия, понимания его спроса на товары или услуги, выявления трендов и паттернов в продажах, идентификации сезонных колебаний, а также определения конкурентных преимуществ и слабых сторон. Этот анализ помогает принимать информированные решения по улучшению процессов продаж, разработке маркетинговых стратегий, оптимизации запасов и управлению спросом, что в итоге способствует росту и успеху предприятия на рынке [1].

Товарооборот - это объем товаров или услуг, который предприятие продает или обрабатывает за определенный период времени. Он является показателем активности и эффективности деятельности предприятия. Товарооборот может измеряться в физических единицах (количество проданных товаров) или в денежном выражении (оборотная сумма). Высокий товарооборот обычно свидетельствует о хорошем спросе на товары или услуги предприятия, а низкий товарооборот может указывать на проблемы в бизнесе, такие как недостаточная конкурентоспособность или недостаточная эффективность маркетинга [2].

Основной целью анализа товарооборота на торговом предприятии является поддержание сбалансированного ассортимента товаров на складах и в розничной торговле. На практике встречаются случаи излишнего «затаривания» складов товарами и, наоборот, – при реализации товаров встречаются случаи, когда нужного товара нет в наличии. В первом случае излишки товара формируют «замораживание» активов предприятия, а во втором случае, предприятие теряет прибыль и покупателей. Поэтому для эффективной торговой деятельности необходимо осуществлять анализ движения товаров как по видам, так и по местам их реализации [3]. Задачи анализа движения товаров представлены на рисунке 1.

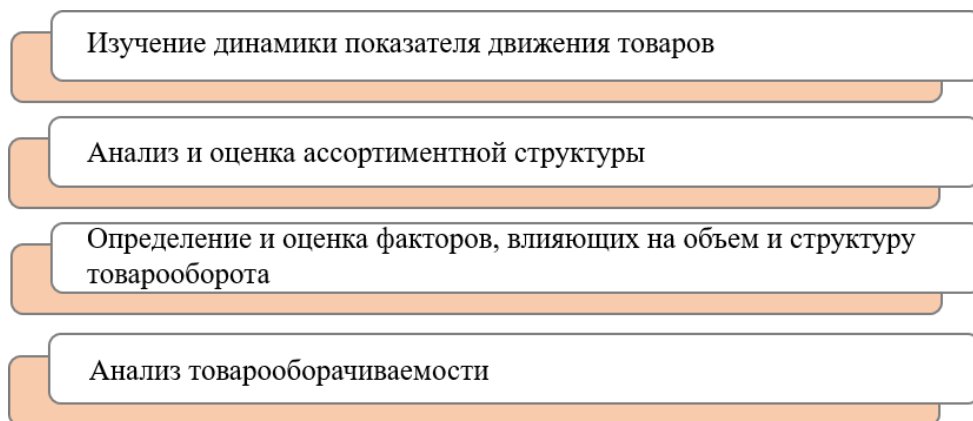


Рисунок 1. Задачи анализа движения товаров в торговом предприятии [3]

Для оценки динамики необходимо из отчетности взять данные об объеме товарооборота и на основании их рассчитать базисные и цепные темпы роста и прироста, а также среднегодовой темп прироста. При этом объем товарооборота должен быть выражен в сопоставимых ценах, за основу которых принимаются цены базисного года.

В таблице 1 рассмотрим динамику товарооборота торгового предприятия «Х» за 2020-2022 годы.

Таблица 1. Динамика товарооборота торгового предприятия «Х» за 2020-2022 годы

Год	Товарооборот в текущих ценах, тыс. тенге	Индекс цен	Товарооборот в сопоставимых ценах, тыс. тенге	Базисные темпы роста, %
2020	18 814 202	1	18 814 202	100,00
2021	20 647 969	1,1	18 770 881	99,77
2022	23 589 263	1,1	21 444 785	113,98

Среднегодовой темп роста составил:

$$T = \sqrt[3]{1.13} = 1.06 = 106\%$$

а среднегодовой темп прироста - 6%. Это средний темп прироста, что положительно характеризует работу данного предприятия [4].

В процессе анализа необходимо также определить факторы, оказывающие влияние на динамику движения товаров.

Одним из факторов, определяющих объем товарооборота, является состояние материально-технической базы торговли и интенсивность ее использования. Для оценки уровня интенсивности использования материально-технической базы в торговле используются следующие показатели [5, с. 5]:

- фондоотдача: отношение товарооборота к среднегодовой стоимости основных фондов торговли, включая активную их часть;
- фондоемкость: отношение среднегодовой стоимости основных фондов торговли к товарообороту;
- объем товарооборота на 1 квадратный метр торговой площади;
- объем средних запасов товаров на 1 кубический метр складских помещений и хранилищ;
- количество тонно-дней хранения продукции на 1 кубический метр холодильных камер и т.д.

В процессе анализа следует установить, как изменился объем товарооборота за счет увеличения либо уменьшения среднегодовой суммы основных фондов торговли (ОФТ) и их фондоотдачи (ФО):

$$\Delta TO_{\text{ОФТ}} = \Delta \text{ОФТ} * \text{ФО}_0 \quad (1)$$

$$\Delta TO_{\text{ФО}} = \text{ОФТ}_1 * \Delta \text{ФО} \quad (2)$$

Аналогичным образом определяют влияние торговой площади (S) и полноты ее использования (OS) на объем товарооборота:

$$\Delta TO_S = \Delta S * OS_0 \quad (3)$$

$$\Delta TO_{OS} = S_1 * \Delta OS \quad (4)$$

В свою очередь объем товарооборота на 1 м² площади зависит от количества рабочих дней в отчетном периоде (Д), средней продолжительности рабочего дня (П) и выработки на 1 м² площади за час работы (ЧВм²). В результате получаем следующую факторную модель товарооборота:

$$TO = S * Д * П * ЧВм^2 \quad (5)$$

Используя формулы (3, 4, 5), рассчитаем влияние факторов одним из приемов детерминированного факторного анализа (таблица 2).

Таблица 2. Анализ влияния факторов на товарооборот торгового предприятия «Х»

Показатель	2021 год	2022 год	Абсолютный прирост	Прирост, %
Товарооборот, тыс. тенге.	20 647 969	23 589 263	+2 941 294	114,24
Торговая площадь, м ²	200	220	+20	110,00
Количество рабочих дней	325	320	-5	98,46
Средняя продолжительность рабочего дня, часов	7,2	7	-0,2	97,22
Выработка на 1м ² площади,	244,733	313,655	+68,922	106,45

Выработка на 1 кв. м в 2022 год = $(23\,589\,263 * 320 * 7) / 220 = 313,655$ тыс. тенге/м²

Таким образом, выработка на 1 квадратный метр в год составляет 244,733 тыс. тенге в 2021 году и 313,655 тыс. тенге в 2022 году.

Как видно из таблицы 2, по сравнению с прошлым годом товарооборот увеличился в целом на 2,9 млрд. тенге, в том числе за счет изменения:

$$\begin{aligned}\Delta\text{TOS} &= 20 * 325 * 7.2 * 244 = 35,2 \text{ млн. тенге} \\ \Delta\text{ТОД} &= 220 * (-5) * 7.2 * 313 = -1,7 \text{ млн. тенге} \\ \Delta\text{ТОП} &= 220 * 320 * (-0.2) * 313 = -4,4 \text{ млн. тенге} \\ \Delta\text{ТОЧВ} &= 220 * 320 * 7 * 69 = 10,2 \text{ млн. тенге}\end{aligned}$$

На основании этих данных можно сделать вывод, что для повышения интенсивности использования торговых площадей данному предприятию необходимо сократить целодневные и внутрисменные простои, т.е. увеличить время работы.

Длительность нахождения средств в обороте предприятия определяется совокупным влиянием ряда факторов внешнего и внутреннего характера. К числу внешних факторов следует отнести:

- сферу деятельности предприятия (производственная, снабженческо-сбытовая, посредническая и др.);
- отраслевую принадлежность;
- размеры предприятия.

Решающее воздействие на оборачиваемость активов предприятия оказывает макроэкономическая ситуация. Разрыв хозяйственных связей, инфляционные процессы ведут к накоплению запасов, значительно замедляющему процесс оборота средств.

К факторам внутреннего характера относятся ценовая политика предприятия, формирование структуры активов, выбор методики оценки товарно-материальных запасов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Бланк И.А. Управление торговым предприятием. – М.: Ассоциация авторов и издателей. Тандем та Экмос, 2018. – 416 с.
2. Экономика и финансы предприятия / Под ред. Т. С. Новашиной. – М.: [Маркет ДС](#), [Московская Финансово-Промышленная Академия](#), 2020. – 344 с.
3. Воронченко Т.В. Современные методы анализа и управления запасами организации // Экономический анализ: теория и практика. - 2019. - № 6.
4. Джаншанло Р.Е. Анализ финансового положения организации. – Алматы, 2016.
5. Сычева А.А. Анализ эффективности процесса продажи товаров покупателям / Школа университетской науки: парадигма развития. 2019. № 2 (12). С. 153-156.
6. Кравченко Л.И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле. М.: 2013. – 410 с.

Сведения об авторах

* Байгазина Сабина Жанатовна – студент 4 курса специальности «6B04111-Учет и аудит» Каспийский общественный университет. e-mail: 18042002.sabina@gmail.com

** Тарковская Александра Александровна – студент 4 курса специальности «6B04111-Учет и аудит» Каспийский общественный университет. e-mail: alya.rosa02@mail.ru

Авторлар туралы мәліметтер

*Байгазина Сабина Жанатовна – «6B04111-Есеп және аудит» мамандығының 4 курс студенті. Каспий Қоғамдық университеті. e-mail: 18042002.sabina@gmail.com

**Тарковская Александра Александровна – «6B04111-Есеп және аудит» мамандығының 4 курс студенті. Каспий Қоғамдық университеті. e-mail: alya.rosa02@mail.ru

Information about the authors

*Baigazina Sabina Zhanatovna – 4th year student of the specialty «6B04111-Accounting and Audit» Caspian Public University. e-mail: 18042002.sabina@gmail.com

** Tarkovskaya Alexandra Alexandrovna – 4th year student of the specialty «6B04111-Accounting and Audit» Caspian Public University. e-mail: alya.rosa02@mail.ru

ФИНАНСОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ НИВЕЛИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОГО НЕРАВЕНСТВА В КАЗАХСТАНЕ

Берстембаева Р.К.¹, Тлеужанова Д.А.²

1 Учреждение «ESIL University», г. Астана, Республика Казахстан

2 Казахский Агротехнический Исследовательский Университет им. С.Сейфулина, г. Астана, Республика Казахстан

Аннотация. Проблемы нивелирования социального неравенства затрагивают интересы всех субъектов экономики. Несмотря на проводимые реформы, в Казахстане, проблемы бедности не решены. Ситуация в регионах усугубляется в связи с демографическими факторами и неравномерным размещением крупных производителей, обеспечивающих рабочие места и налоговые поступления в бюджет. В статье дана оценка современного состояния социального неравенства в РК и намечены пути их решения посредством создания условий для продуктивной занятости, стимулирования предпринимательской деятельности, совершенствования налогово-бюджетных инструментов доходов и собственности.

Статья подготовлена в рамках научного проекта AP19678553 по грантовому финансированию по научным и/или научно-техническим проектам на 2023-2025 годы Министерства Науки и Высшего Образования Республики Казахстан «Налоговые инструменты нивелирования социального неравенства в Республике Казахстан»

Ключевые слова: социальное неравенство, уровень жизни, индексация, социальные стандарты, налогово-бюджетные регуляторы, прожиточный минимум, потребительская корзина.

ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ӘЛЕУМЕТТІК ТЕҢСІЗДІКТІ НИВЕЛИРЛЕУДІҢ ҚАРЖЫ ҚҰРАЛДАРЫ

Берстембаева Р.К.¹, Тлеужанова Д.А.²

1 "ESIL University" мекемесі, Астана қ., Қазақстан Республикасы

2 С. Сейфуллин атындағы Қазақ агротехникалық зерттеу университеті, Астана қ., Қазақстан Республикасы

Андатпа. Әлеуметтік теңсіздікті теңестіру мәселелері экономиканың барлық субъектілерінің мүдделеріне әсер етеді. Жүргізіліп жатқан реформаларға қарамастан, Қазақстанда кедейлік мәселелері шешілген жоқ. Өңірлердегі жағдай демографиялық факторларға және жұмыс орындары мен бюджетке салықтық түсімдерді қамтамасыз ететін ірі өндірушілердің біркелкі орналаспауына байланыстыубығуда. Мақалада ҚР-дағы әлеуметтік теңсіздіктің қазіргі жай-күйіне баға беріліп, Нәтижелі жұмыспен қамтуға жағдай жасау, кәсіпкерлік қызметті ынталандыру, кірістер мен меншіктің салық-бюджеттік құралдарын жетілдіру арқылы оларды шешу жолдары көрсетілген.

Кілт сөздер: әлеуметтік теңсіздік, өмір сүру деңгейі, индексстеу, әлеуметтік стандарттар, фискалдық реттеушілер, күнкөріс деңгейі, тұтыну қоржыны.

FINANCIAL INSTRUMENTS FOR LEVELING SOCIAL INEQUALITY IN KAZAKHSTAN

Berstembayeva R.K.¹, Tleuzhanova D.A.²

¹ "ESIL University", Astana, Republic of Kazakhstan

² Kazakh Agrotechnical Research University named after S.Seifullin, Astana, Republic of Kazakhstan

Annotation. The problems of leveling social inequality affect the interests of all economic entities. Despite the ongoing reforms, in Kazakhstan, the problems of poverty have not been solved. The situation in the regions is getting worse due to demographic factors and the uneven placement of large producers providing jobs and tax revenues to the budget. The article assesses the current state of social inequality in the Republic of Kazakhstan and outlines ways to solve them by creating conditions for productive employment, stimulating entrepreneurship, improving fiscal instruments of income and property.

Keywords: social inequality, standard of living, indexation, social standards, fiscal regulators, living wage, consumer basket.

Проблема социального неравенства и дифференциации доходов населения актуальна для большинства стран мира. Основной целью социальной экономической политики государства является обеспечение достаточного уровня жизни населения [1; с.67]. При этом в каждой стране, как правило уровень жизни людей существенно различается по регионам, что определяется природно-климатическими, экономическими, демографическими факторами. Поэтому государство стремится нивелировать проблемы социального неравенства, решить проблемы бедности.

В мировой практике существует ряд подходов к решению проблем снижения бедности. Один из них сводится к мощным программам государственной поддержки социально незащищенным слоям населения. Это обеспечивается разветвленной системой социальных льгот и пособий. Однако условием успешного применения данной модели является достаточно высокий уровень налогообложения.

Второй подход базируется на принципе социальной ответственности граждан за обеспечение уровня жизни своей семьи за счёт собственных трудовых доходов и доходов от предпринимательской деятельности. Здесь роль государства заключается в использовании косвенных рычагов стимулирования предпринимательской деятельности.

Каждый из этих подходов предполагает ещё большую детализацию по моделям.

В Казахстане проблемы бедности приобретают особую актуальность. Об этом свидетельствуют цифры. По рейтингу достижения Целей устойчивого развития в 2023 году республика заняла 66 место из 166 стран. Наиболее острыми показателями, по которым отмечен отрицательный результат, являются социальное неравенство и обеспечение чистой питьевой водой [2].

По данным официальной статистики, уровень бедности в Казахстане в 2022 году составил 5,2%. Однако в соответствии с методикой Всемирного банка черта бедности рассчитывается исходя из 6,85 долларов в день, что составляет 93 тыс.тенге в месяц. То есть сам подход к оценке бедности является методически неверным.

Сегодня уровень бедности рассчитывается исходя из 70% от величины прожиточного минимума (30500 тенге). В этой связи данные официальной статистики не отражают реальной картины и в 3 раза занижены от методики Всемирного банка. И даже несмотря на это, в республике в последние годы устойчиво растёт доля населения с доходами ниже величины прожиточного минимума (рисунок 1).

Ситуация по регионам существенно различается. Наибольший уровень бедности населения сформировался в Туркестанской, Кзыл-Ординской, Алматинской областях. Наименьший показатель традиционно зафиксирован в городах Алматы и Астане, а также в Атырауской области. Это связано с демографическими факторами, так как в Южном Казахстане проживают многодетные семьи, высокий уровень безработицы и низкий уровень предпринимательской активности.

Проблемы региональной дифференциации с неравномерным размещением производительных сил и различиями в социально-демографической ситуации усиливаются проблемами формирования местных бюджетов, из которых преимущественно выплачиваются социальные пособия. Поскольку каждый гражданин Казахстана имеет закрепленные Конституцией РК равные права в обеспечении социальными благами, из республиканского бюджета выделяются трансферты наиболее бедным регионам. Таким образом, образуется замкнутый круг. Недостаточное количество рабочих мест и низкая предпринимательская активность являются факторами бедности населения и усиливают дефицитность местных бюджетов, их зависимость от республиканских трансфертов.

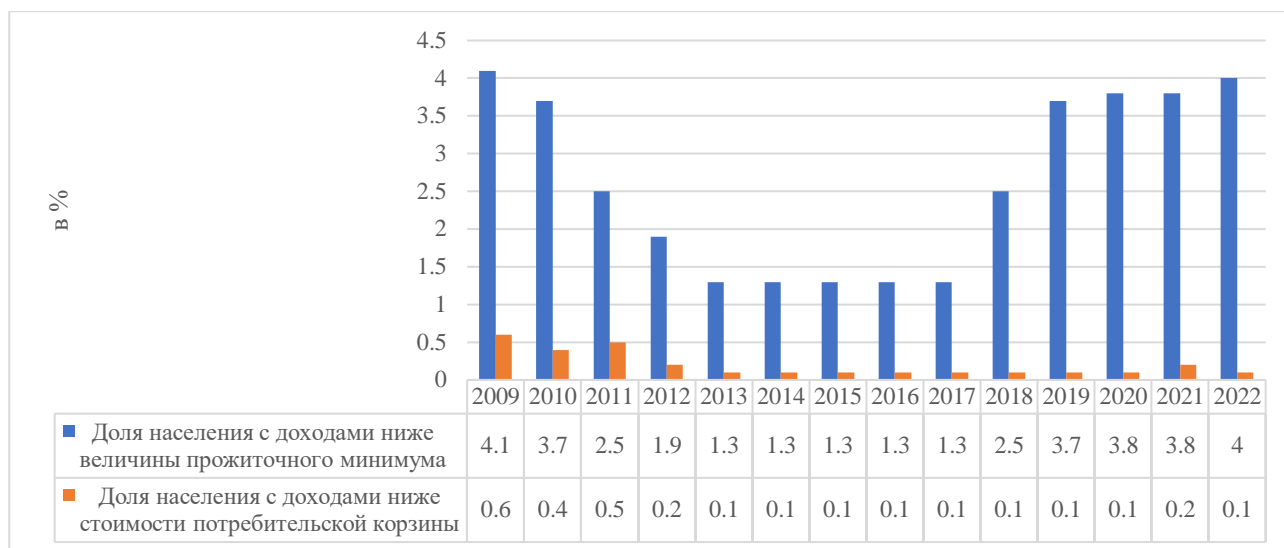


Рисунок 1 - Оценка уровня бедности в Казахстане за 2009-2022 годы

Примечание: рисунок составлен на основе источника [3, с. 2].

Всё вышеизложенное свидетельствует о необходимости корректировки подходов к решению проблем бедности и нивелированию социального неравенства в Казахстане. Действующая практика социальной защиты не отвечает современным требованиям и не решает в полной мере данных проблем, снижает эффективность борьбы с бедностью. Высокий уровень государственного участия со сложной системой социальных выплат препятствует рыночным реформам, искажая их.

В сложившихся условиях для Казахстана более приемлемым является формирование благоприятной предпринимательской среды, создание условий для продуктивной занятости и на этой основе повышение уровня жизни населения.

Сегодня обсуждается проект нового Налогового кодекса. Предполагается ряд мер, направленных на нивелирование неравенства в республике:

- введение прогрессивной шкалы по индивидуальному подоходному налогу;
- применение дифференцированных подходов к налогообложению прибыли компаний, работающих в разных отраслях с созданием механизмов стимулирования перерабатывающей промышленности, поддержки отраслей и производств с высокой добавленной стоимостью, постепенного отхода от сырьевой направленности экономики;
- проработка введения налога на роскошь;
- отмена отдельных специальных налоговых режимов с целью ухода от неоправданных льгот.

В то же время ряд специалистов выступают против введения прогрессивной шкалы по индивидуальному подоходному налогу и всеобщего декларирования доходов. Однако в

большинстве стран практикуется именно прогрессивная шкала, и поступления по данному налогу существенно превышают налоги от корпораций.

В целях нивелирования социального неравенства на наш взгляд, следует внести коррективы в действующий механизм исчисления налогов на собственность. Здесь примечателен опыт Италии, где второй и последующие объекты недвижимости облагаются более существенными ставками по сравнению с первым. Использование данного опыта позволило бы решить проблемы с высоким уровнем цен на недвижимость в Казахстане, вызванный отсутствием объектов для инвестирования в целях сохранения доходов физических лиц.

Кроме того, оценка уровня бедности в республике требует корректировки. Сегодня черта бедности в Казахстане установлена в размере 70% от прожиточного минимума, который, в свою очередь, равняется стоимости потребительской корзины. Величина прожиточного минимума не соответствует действительности и не может удовлетворить потребности человека в условиях инфляции. Несмотря на индексацию социальных стандартов, уровень инфляции в Казахстане «проедает» правительственное их увеличение (рисунок 2).

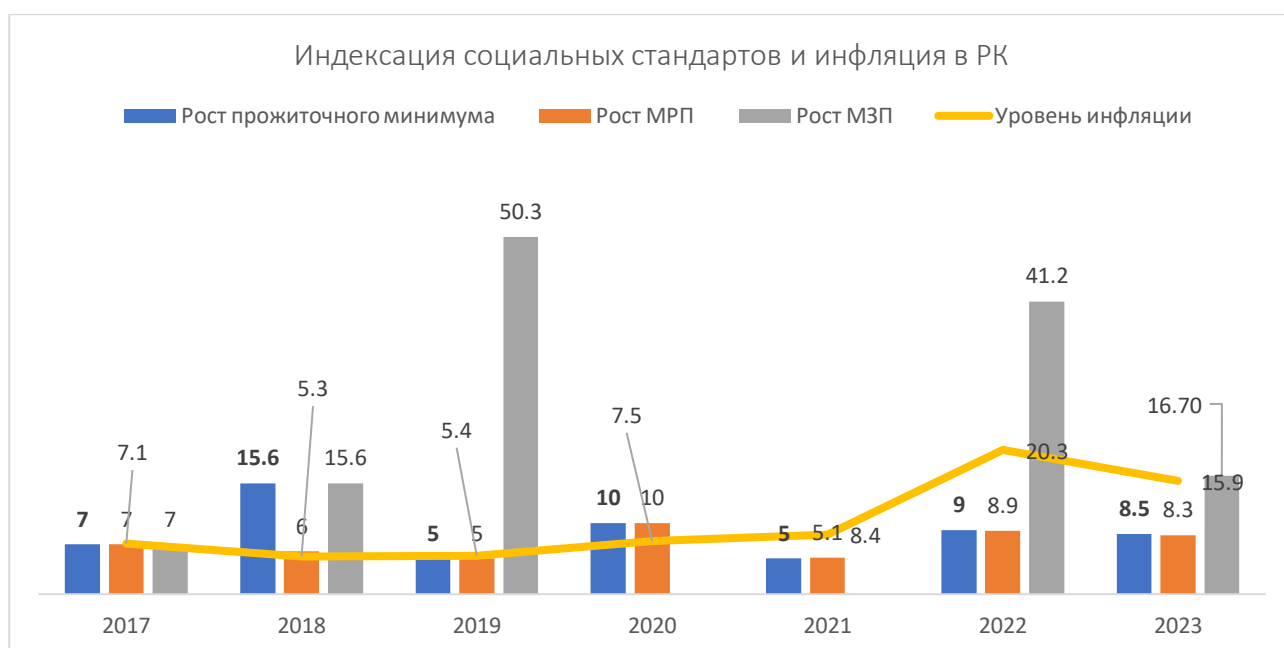


Рисунок 2 - Оценка динамики социальных стандартов и инфляции в Казахстане за 2017-2023 годы

Примечание: рисунок составлен на основе источника [3, с. 5].

Для решения этой проблемы следует пересмотреть размеры и «наполняемость» потребительской корзины. В развитых странах перечень продуктов, товаров и услуг, входящих в состав потребительской корзины, периодически пересматриваются. В Казахстане пересмотр осуществляется крайне редко. В условиях современных реалий состав потребительской корзины не отражает потребности населения Казахстана ни по количеству продуктов, ни по их разнообразию.

Кроме того, для объективности оценки уровня жизни и бедности необходимо учитывать не только доходы домашних хозяйств, но и их обеспеченность жильём. Данная проблема приобретает особую остроту и еще раз подчеркивает социальную поляризацию. Если наиболее богатые приобретают по несколько объектов недвижимости в целях сохранения доходов, то значительная доля населения не имеет элементарных жилищных условий.

Кроме того, необходимы действенные меры по:

- созданию продуктивной занятости;

- закреплению в законодательном порядке недопущения сокращения рабочих мест со стороны работодателей;
 - развитию центров занятости в регионах;
 - поддержке молодежной занятости;
 - стимулированию предпринимательской инициативы.
- Реализация данных рекомендаций позволит снизить остроту социальной напряженности, вызванной неравенством доходов и уровня жизни.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Костылева Л.В. Налогообложение как механизм регулирования неравенства населения. – Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз 3 (15) 2019. С.66-77
2. Уранкаева Ж. Казахстан ухудшил свой рейтинг развития и откатился к уровню 2020 года / Аналитическое издание Курсивъ [Электронный ресурс]. <https://kz.kursiv.media/2023-06-23/zhr-ashimbaev-2/> (дата обращения: 20.08.2023).
3. Качество жизни населения в Республике Казахстан: Отчет по качеству «Качество жизни населения в Республике Казахстан». 2023 год. 1 квартал

Сведения об авторах

*Берстембаева Рысты Кудайбергеновна – к.э.н., ассоциированный профессор Учреждение «ESIL University», г. Астана, Республика Казахстан

e-mail: rberstembayeva@gmail.com

8-701-529-1530

**Тлеужанова Данагуль Амангельдиевна - к.э.н., ассоциированный профессор Казахский Агротехнический Исследовательский Университет им.С.Сейфулина, г. Астана, Республика Казахстан

E-mail: tda_06@mail.ru

Авторлар туралы мәліметтер

* Берстембаева Рысты Кудайбергеновна – э.ғ.к., қауымдастырылған профессор "ESIL University" мекемесі, Астана қ., Қазақстан Республикасы

e-mail: rberstembayeva@gmail.com

**Тлеужанова Данагуль Амангельдиевна - э.ғ.к., қауымдастырылған профессор С. Сейфуллин атындағы Қазақ агротехникалық зерттеу университеті,

Астана қ., Қазақстан Республикасы

E-mail: tda_06@mail.ru

Information about the authors

*Berstembayeva Rysty K. Ph.D. in Economics, Associate Professor "ESIL University", Astana, Republic of Kazakhstan

e-mail: rberstembayeva@gmail.com

**Tleuzhanova D.A. Ph.D. in Economics, Associate Professor Kazakh Agrotechnical Research University named after S.Seifullin, Astana, Republic of Kazakhstan

E-mail: tda_06@mail.ru

УДК 336.671.1

АНАЛИЗ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ И ПЛАНИРОВАНИЕ ПРИБЫЛИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ ТОО «КАЗАХСТАНСКО-КИТАЙСКИЙ ТРУБОПРОВОД»

Бобылев И.В.

Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация. Финансовая стабильность и успешное управление прибылью предприятия - ключевые аспекты в современном бизнесе. В данной статье мы применим некоторые современные виды анализа финансовых результатов и попробуем спланировать прибыль на будущие годы, на примере деятельности компании ТОО «Казахстанско-Китайский Трубопровод» за период с 2019 по 2023 год.

Ключевые слова: финансовый анализ, финансовая отчетность, прибыль, Бухгалтерский баланс, амортизация, долговые обязательства.

ҚАРЖЫЛЫҚ НӘТИЖЕЛЕРДІ ТАЛДАУ ЖӘНЕ КӘСПОРЫННЫҢ ПАЙДАСЫН ЖОСПАРЛАУ МЫСАЛҒА "ҚАЗАҚСТАН-ҚЫТАЙ ҚҰБЫРЫ" ЖШС

Бобылев И. В.

Каспий қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

Аннотация. Қаржылық тұрақтылық және кәсіпорынның табысты басқаруы қазіргі бизнестің негізгі аспектілері болып табылады. Бұл мақалада біз қаржылық нәтижелерді талдаудың кейбір заманауи түрлерін қолданамыз және "Қазақстан-Қытай Құбыры" ЖШС компаниясының 2019-2023 жылдар аралығындағы қызметі мысалында келешек жылдарға пайданы жоспарлауға тырысамыз.

Түйінді сөздер: қаржылық талдау, қаржылық есептілік, пайда, бухгалтерлік баланс, амортизация, борыштық міндеттемелер.

ANALYSIS OF FINANCIAL RESULTS AND PROFIT PLANNING OF THE ENTERPRISE ON EXAMPLE OF KAZAKHSTAN-CHINA PIPELINE LLP

Bobylev I.V.

Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

Annotation. Financial stability and successful profit management of an enterprise are key aspects in modern business. In this article, we will apply some modern types of analysis of financial results and try to plan profits for future years, using the example of the activities of the Kazakh-Chinese Pipeline LLP for the period from 2019 to 2023.

Keywords: financial analysis, financial statements, profit, balance sheet, depreciation, debt obligations.

ТОО «Казахстанско-Китайский Трубопровод» – совместное предприятие, созданное в целях проектирования, строительства и эксплуатации нефтепровода Атасу - Алашанькоу. Товарищество создано 6 июля 2004 года на основании решения АО «КазТрансОйл» и Китайской Национальной корпорации по разведке и разработке нефти и газа (CNODC) в соответствии с Рамочным соглашением между Правительством Республики Казахстан и Правительством Китайской Народной Республики о развитии всестороннего сотрудничества в области нефти и газа от 17 мая 2004 года [1].

ТОО «Казахстанско-Китайский Трубопровод» является владельцем и осуществляет транспортировку нефти по магистральным нефтепроводам Атасу – Алашанькоу и Кенкияк – Кумколь.

Цель статьи: продемонстрировать варианты экспресс-анализ финансовых результатов на основе финансовой отчетности компании ТОО «Казахстанско-Китайский Трубопровод» за период с 2019 по 2023 год

В ходе написания данной статьи использовались книги посвященные методам анализа финансовой отчетности, оценки состояния компании и прогноза его будущих показателей, следующих авторов: Ефимова О. В. – «Финансовый анализ», и Лытнева Н. А. «Бухгалтерский учет и анализ», Герасименко А. «Финансовая отчетность для руководителей и начинающих специалистов».

Для написания данной статьи использовались данные из финансовой отчетности в соответствии с международными стандартами финансовой отчетности ТОО «Казахстанско-Китайский Трубопровод» за 2020, 2021, 2022 год.

Были применены различные современные методы анализа финансовых результатов, а именно: горизонтальный анализ, анализ изменения показателей финансовых результатов за ряд периодов (трендовый анализ).

В данной статье проведем экспресс-анализ финансовых результатов, рассмотрев основные показатели (за период с 2019 по 2023 год) сделав акцент на анализ прибыли ТОО «Казахстанско-Китайский Трубопровод»: 1) изучение изменений основных финансовых показателей за текущий отчетный период (горизонтальный анализ); 2) анализ факторов, влияющих на прибыль; 3) исследование, по крайней мере, в наиболее общем виде изменения показателей финансовых результатов за ряд периодов (трендовый анализ) [2, с. 155].

Так, горизонтальный анализ фокусируется на изучении темпов роста, сравнение каждой позиции отчетности с предыдущим периодом. Трендовый анализ – это сопоставление каждой позиции отчетности с предшествующим периодом и определением тренда, т.е. основные тенденции динамики показателя. С формой тренда возможных значений показателей в будущем, то есть провести перспективный прогнозный анализ [3, с. 65].

Финансовый результат деятельности предприятия в целом можно выразить в изменении величины его собственного капитала за отчетный период. Способность предприятия обеспечить неуклонный рост собственного капитала может быть оценена системой показателей финансовых результатов.

Полный финансовый анализ деятельности предприятия — это довольно сложная объёмная и продолжительная задача, которая включает в себя следующие основные этапы (приводится далее в порядке очередности выполнения): формулировка цели и контекста анализа, сбор исходных данных, обработка собранных данных, интерпретация результатов анализа, подготовка аналитического заключения и рекомендаций, последующее сопровождение.

Финансовая отчётность отражает достоверно во всех существенных отношениях финансовое положение ТОО «Казахстанско-Китайский Трубопровод», подтверждается независимыми аудиторами и оформлена в соответствии с Международными стандартами финансовой отчётности (МСФО).

В данной статье проведем экспресс-анализ финансовых результатов, рассмотрев основные показатели (за период с 2019 по 2023 год) сделав акцент на анализ прибыли ТОО «Казахстанско-Китайский Трубопровод»: 1) изучение изменений основных финансовых

показателей за текущий отчетный период (горизонтальный анализ); 2) анализ факторов, влияющих на прибыль; 3) исследование, по крайней мере, в наиболее общем виде изменения показателей финансовых результатов за ряд периодов (трендовый анализ) [2, с. 155].

Так, горизонтальный анализ фокусируется на изучении темпов роста, сравнение каждой позиции отчетности с предыдущим периодом. Трендовый анализ – это сопоставление каждой позиции отчетности с предшествующим периодом и определением тренда, т.е. основные тенденции динамики показателя. С формой тренда возможных значений показателей в будущем, то есть провести перспективный прогнозный анализ [3, с. 65].

Для экспресс-анализа и оценки уровня и динамики финансовых показателей необходимо использовать «Отчеты о финансовых результатах», которые размещены на официальном сайте компании [4].

Информацию из финансовых отчетов (за период с 2019 по 2023 год) объединим в таблицу 1 «форма №1 Бухгалтерский баланс» и таблицу 2 «Форма №2 Отчёт о прибылях и убытках».

Таблица 1 - «Форма №1 Бухгалтерский баланс»

<u>Показатель</u>	<u>2019</u>	<u>2020</u>	<u>2021</u>	<u>2022</u>
АКТИВЫ				
I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
Нематериальные активы	36 528	78 999	65 678	87 160
Основные средства	222 132 262	212 798 381	200 610 761	211 652 908
Доходные вложения в материальные ценности	1 199 071	1 111 356	744 457	69 977
Отложенные налоговые активы	695 527	1 562 333	1 049 510	0
Прочие внеоборотные акт.	144 101	0	0	2 791
ИТОГО по разделу I	224 207 489	215 551 069	202 470 406	211 812 836
II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
Запасы	467 563	531 574	789 598	1 026 984
Налог на добавленную ст.	680	0	0	0
Дебиторская задолженность	69 320	27 853	40 989	76 048
Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	17 771 891	19 644 522	58 398 390	17 871 484
Денежные средства и денежные эквиваленты	31 937 129	49 186 084	20 261 584	21 856 337
Прочие оборотные активы	3 057 518	839 588	1 184 490	1 272 295
ИТОГО по разделу II	53 304 101	70 229 621	80 675 051	42 103 148
БАЛАНС	277 511 590	285 780 690	283 145 457	253 915 984
ПАССИВЫ				
III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ				
Уставный капитал	13 000 000	13 000 000	13 000 000	13 000 000
Переоценка внеоборотных активов	53 554 333	47 281 290	42 691 315	60 354 743
Резервный капитал	(959)	(3 262)	(4 760)	(4 991)
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	(7 418 567)	13 538 729	37 135 833	60 772 653
ИТОГО по разделу III	59 134 807	73 816 757	92 822 383	134 122 405
IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
Заемные средства	151 738 462	133 667 996	94 393 053	32 197 304

Отложенные налоговые обязательства	15 814 864	20 858 571	26 134 686	29 825 210
Оценочные обязательства				
Прочие обязательства	8 801 590	11 976 015	12 857 789	11 356 062
ИТОГО по разделу IV	176 354 916	166 502 582	133 385 528	73 378 576
V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
Заемные средства	30 113 834	35 528 143	44 617 184	33 900 576
Кредиторская задолженность	2 533 648	1 096 984	3 830 502	4 163 364
Доходы будущих периодов	6 369 214	6 135 671	0	0
Прочие краткосрочные обязательства	3 005 171	2 700 553	8 489 860	8 351 063
ИТОГО по разделу V	42 021 867	45 461 351	56 937 546	46 415 003
БАЛАНС	277 511 590	285 780 690	283 145 457	253 915 984

Данные из вышеуказанных таблиц позволят проследить динамику изменения основных показателей в ней за период с 2019 по 2023 год.

Основное влияние на денежные потоки ТОО «Казахстанско-Китайский Трубопровод» оказывают следующие факторы: объёмы транспортируемой нефти, тарифы на транспортировку транзитной нефти, экспорт и внутренний рынок, а также будущей себестоимости транспортировки, капитальных и операционных затратах.

Таблицу 2 - «Форма №2 Отчёт о прибылях и убытках»

<u>Показатель</u>	<u>2019</u>	<u>2020</u>	<u>2021</u>	<u>2022</u>
Выручка	76 186 256	77 827 963	74 018 547	86 318 840
Себестоимость продаж	(29 806 466)	(31 820 884)	(32 855 766)	(36 842 375)
Валовая прибыль (убыток)	46 379 790	46 007 079	41 162 781	49 476 465
Коммерческие расходы	0	0	(9 382 394)	(15 727 168)
Управленческие расходы	0	0	(3 910 643)	(4 241 832)
Прибыль (убыток) от продаж	46 379 790	46 007 079	27 869 744	29 507 465
Доходы от участия в других организациях	0	4 456 856	0	0
Проценты к получению	0	223 207	0	0
Проценты к уплате	0	24 705 448	0	0
Прочие доходы	19 342 125	0	1 313 582	7 617 935
Прочие расходы	(20 799 789)	(5 641 141)	0	0
Прибыль (убыток) до налогообложения	44 922 126	20 340 553	29 183 326	37 125 400
Текущий налог на прибыль	(6 282 785)	(5 658 603)	(5 966 876)	(7 674 036)
Изменение отложенных налоговых обязательств	0	0	(610 824)	0
Прочее	265 248	0	0	21 848 658
Чистая прибыль (убыток)	38 904 589	14 681 950	22 605 626	51 300 022

Далее рассчитаем показатели EBITDA — это прибыль компании до вычета процентов, налогов, износа и амортизации [5, с. 428] и сведем ключевые данные (за период с 2019 по 2023 год) по компании в таблицу 3 «основные показатели деятельности».

Таблица 3 - Основные показатели деятельности

Показатель	2019, тыс. тен.	2020, тыс. тен.	2021, тыс. тен.	2022, тыс. тен.	Изменение, тыс. тен.	Изменение, %
Выручка	76 186 256	77 827 963	74 018 547	86 318 840	10 132 584	13,30
Себестоимость продаж	29 806 466	31 820 884	32 855 766	36 842 375	7 035 909	23,61
Валовая прибыль (убыток)	46 379 790	46 007 079	41 162 781	49 476 465	3 096 675	6,68
Чистая прибыль (убыток) отчетного периода	38 904 589	14 681 950	22 605 626	51 300 022	12 395 433	31,86
Активы	277 511 590	285 780 690	283 145 457	253 915 984	-23 595 606	-8,50
Собственный капитал	59 134 807	73 816 757	92 822 383	134 122 405	74 987 598	126,81
Прибыль (убыток) до выплаты процентов по кредитам, налогов и без учета амортизационных отчислений (ЕБИТДА)	44 922 126	45 046 001	29 183 326	37 125 400	-7 796 726	-17,36

Смысл показателя ЕБИТДА — это прибыль, которая может использоваться, для оценки способности компании обслуживать свой долг, нести капитальные затраты: расходы на внеоборотные активы со сроком действия более года — на покупку оборудования, транспорта, недвижимости, лицензий и прочего.

Из полученных данных таблица «основные показатели деятельности» можно сделать следующие выводы, что показатель ЕБИТДА и чистая прибыль были положительными и стабильными в данном периоде. Прибыль в основном использовалась для погашения долга.

Сделаем таблицу 4 «основные тенденции в активах» за рассматриваемый период и рассмотрим динамику изменения показателей в ней.

Таблица 4 – Основных тенденций в активах

Показатель	2019, тыс.тенге.	2020, тыс.тенге.	2021, тыс.тенге.	2022, тыс.тенге.	Изменение, тыс.тенге.	Изменение, %
Внеоборотные активы в целом	224 207 489	215 551 069	202 470 406	211 812 836	-12 394 653	-5,53
Основные средства	222 132 262	212 798 381	200 610 761	211 652 908	-10 479 354	-4,72
Оборотные активы в целом	53 304 101	70 229 621	80 675 051	42 103 148	-11 200 953	-21,01
Запасы с НДС	468 243	531 574	789 598	1 026 984	558 741	119,33
Дебиторская задолженность	69 320	27 853	40 989	76 048	6 728	9,71
Денежные средства	31 937 129	49 186 084	20 261 584	21 856 337	-10 080 792	-31,56

Активы компании незначительно снизились в связи со амортизацией оборудования. Следует отметить, что срок службы основного оборудования нефтепроводов Атасу – Алашанькоу и Кенкияк – Кумколь рассчитывается до 2036 года, однако фактический износ основного оборудования в настоящее время незначителен, и срок безопасной эксплуатации вероятно будет значительно больше [4, с. 20]. Собственный капитал показал за период с 2019 по 2023 год показал значительный рост на 126 % в основном за счет сокращения долговых обязательств за счет средств из чистой прибыли компании. Ниже построим график 1 отражающий динамику изменений чистой прибыли и собственного капитала.

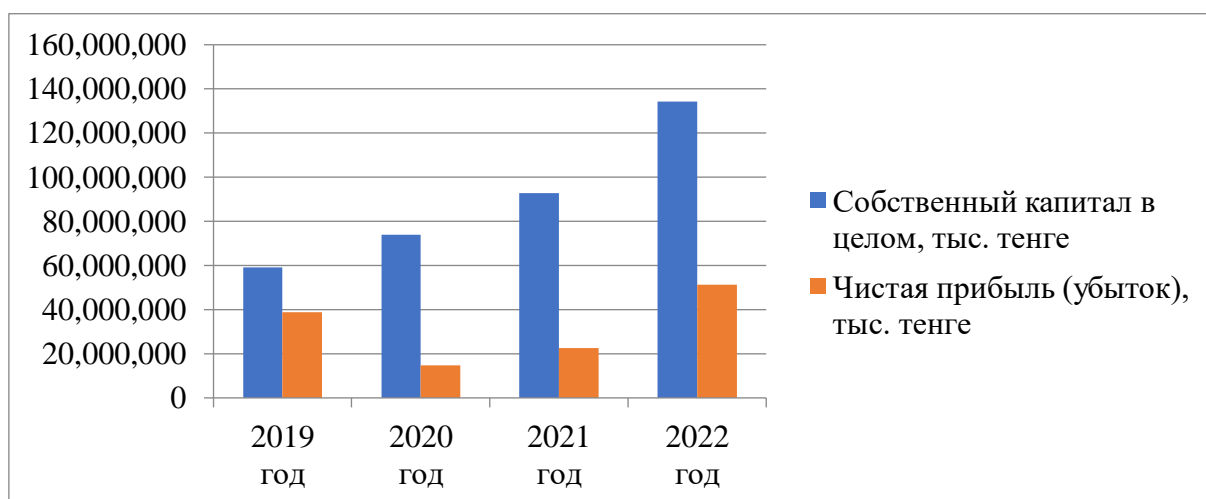


График 1 - динамика изменений чистой прибыли и собственного капитала

Сформируем и рассмотрим таблицу 5 «основные тенденции в пассивах».

Таблица 5 - Основные тенденции в пассивах

Показатель	2019, тыс.тенге.	2020, тыс.тенге.	2021, тыс.тенге.	2022, тыс.тенге.	Изменение, тыс.тенге.	Измени е, %
Собственный капитал в целом	59 134 807	73 816 757	92 822 383	134 122 405	74 987 598	126,81
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	-7 418 567	13 538 729	37 135 833	60 772 653	68 191 220	-919,20
Долгосрочные обязательства в целом	176 354 916	166 502 582	133 385 528	73 378 576	-102 976 340	-58,39
Долгосрочные заёмные средства	151 738 462	133 667 996	94 393 053	32 197 304	-119 541 158	-78,78
Краткосрочные обязательства в целом	42 021 867	45 461 351	56 937 546	46 415 003	4 393 136	10,45
Краткосрочные заёмные средства	30 113 834	35 528 143	44 617 184	33 900 576	3 786 742	12,57
Кредиторская задолженность	2 533 648	1 096 984	3 830 502	4 163 364	1 629 716	64,32

Из таблицы хорошо виден высокий уровень долговых обязательств, который на 31 декабря 2019 года составляли 176 354 916 тыс. тенге. Следует отметить, что компания активно снижает величину своих долговых обязательств за счет полученной прибыли и на 31 декабря 2022 года уровень значительно снизился и составлял уже 73 378 576 тыс. тенге, график 2 динамики изменений долгосрочных обязательств.

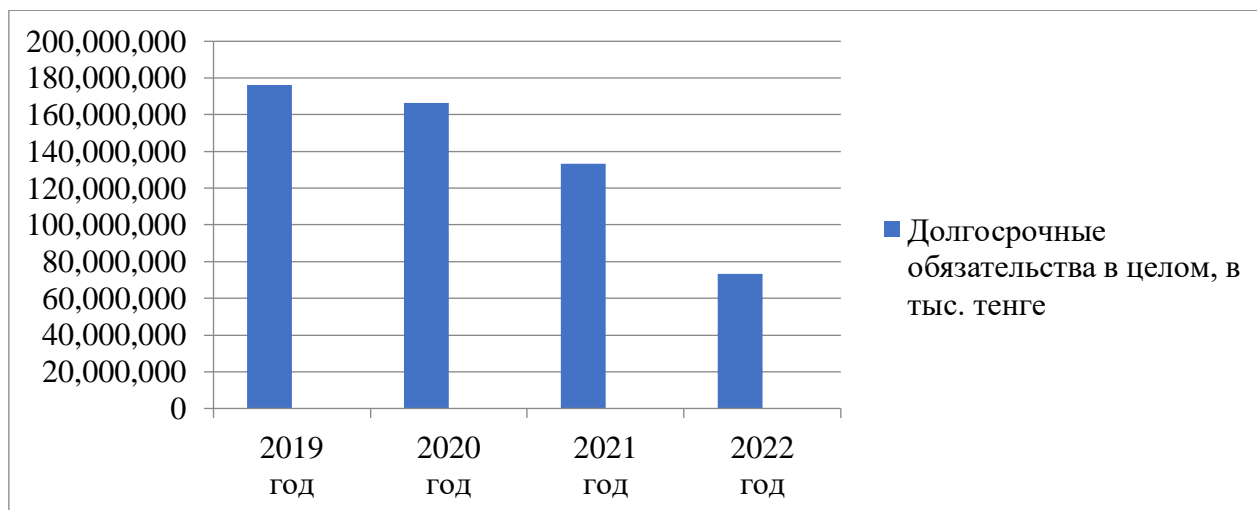


График 2 - Динамика изменений долгосрочных обязательств

Выводы. Компания ТОО «Казахстанско-Китайский Трубопровод» в периоде с 2019 по 2023 год демонстрирует устойчивость по основным финансовым показателям несмотря на внутренние и внешние шоки такие как снижение курса национальной валюты к доллару США, пандемией коронавируса COVID-19, войной на Украине. Несмотря на все сложности компания имеет значительную прибыль и достаточно высокими темпами продолжает снижать уровень долговых обязательств. В базовом сценарии в случае сохранения похожей динамики основных показателей компании, можно предположить, что полное погашение долга предположительно состоится через 3-4 года. Основной фактор, влияющий на доходы компании это объем транспортировки нефти, который прогнозируется примерно на аналогичном уровне как в период с 2019 по 2023 год. На основании финансовых показателей за период с 2019 по 2023 год и прогнозных данных на ближайшие годы можно предположить, что ТОО «Казахстанско-Китайский Трубопровод» будет получать прибыль в пределах уровней прибыли в период с 2019 по 2023 год.

Список используемой литературы:

1. Информация о компании ТОО «Казахстанско-Китайский Трубопровод» [Электронный ресурс]. - официальный сайт ТОО «Казахстанско-Китайский Трубопровод». - URL: [http:// www.kcp.kz](http://www.kcp.kz) (дата обращения: 12.11.2023);
2. Ефимова О.В. Финансовый анализ. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Изд-во «Бухгалтерский учет», 2013. – 320 с.;
3. Лытнева Н.А. Бухгалтерский учет и анализ / Н.А. Лытнева, Н.В. Па-рушина, Е.А. Кыштымова. – Ростов-н/Д.: Феникс, 2011. – 604 с.
4. Финансовая отчетность в соответствии с международными стандартами финансовой отчетности ТОО «Казахстанско-Китайский Трубопровод» за 2020, 2021, 2022 год. [Электронный ресурс]. - официальный сайт ТОО «Казахстанско-Китайский Трубопровод». - URL: <http:// www.kcp.kz> (дата обращения: 12.11.2023);
5. Герасименко А. Финансовая отчетность для руководителей и начинающих специалистов. – 9-е изд., перераб. и доп. – М.: Изд-во ООО «Альпина Паблишер», 2021. – 480 с.

Сведения об авторах

Бобылев Игорь Владимирович, студент

Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан,

Bobylev.igor@bk.ru

Information about authors

Bobylev Igor Vladimirovich, student

Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan, Bobylev.igor@bk.ru

Авторлар туралы мәліметтер

Бобылев Игорь Владимирович, студент

Каспий қоғамдық университеті, Алматы, Қазақстан Республикасы, Bobylev.igor@bk.ru

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УЧЕТА ДОХОДОВ И РАСХОДОВ КАЗАХСТАНСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Бортновская А.П.¹

¹ Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация. В статье рассматривается порядок признания доходов и расходов коммерческой организации в бухгалтерском учете. Дается их классификация и краткая характеристика, приводятся типовые корреспонденции для формирования учетных данных об итоговых значениях, используемых для отражения в сводной отчетности компании. Именно доходы являются основным источником развития материально-технической базы организации, пополнения собственных оборотных средств, обеспечения социальных потребностей коллектива, фактором стабильности существования и прогресса организации.

Ключевые слова: доходы, расходы, бухгалтерский учет, классификация по элементам, организации, финансовая отчетность, МСФО.

ҚАЗАҚСТАНДЫҚ ҰЙЫМДАРДЫҢ КІРІСТЕРІ МЕН ШЫҒЫСТАРЫН ЕСЕПКЕ АЛУ-ТАЛДАМАЛЫҚ ҚАМТАМАСЫЗ ЕТУДІ ЖЕТІЛДІРУ

Бортновская А.П.¹

¹ Каспий Қоғамдық университеті, Almaty, Republic of Kazakhstan

Аңдатпа. Мақалада бухгалтерлік есепте коммерциялық ұйымның кірістері мен шығыстарын тану тәртібі қарастырылады. Олардың жіктелуі мен қысқаша сипаттамасы беріледі, компанияның жиынтық есептілігінде көрсету үшін пайдаланылатын жиынтық мәндер туралы есептік деректерді қалыптастыру үшін үлгілік хат-хабарлар келтіріледі. Бұл ұйымның материалдық-техникалық базасын дамытудың, өз айналым қаражатын толықтырудың, ұжымның әлеуметтік қажеттіліктерін қамтамасыз етудің негізгі көзі, ұйымның тұрақтылығы мен прогресінің факторы болып табылатын кірістер.

Түйін сөздер: кірістер, шығыстар, бухгалтерлік есеп, элементтер бойынша жіктеу, ұйымдар, қаржылық есептілік, ҚЕХС.

IMPROVEMENT OF ACCOUNTING AND ANALYTICAL SUPPORT OF INCOME AND EXPENSES OF KAZAKHSTANI ORGANIZATIONS

Bortnovskaya A.P.¹

¹ Caspian Public University, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

Summary. The article discusses the procedure for recognizing the income and expenses of a commercial organization in accounting. Their classification and brief description are given, standard correspondence is given for the formation of accounting data on the final values used for reflection in the consolidated financial statements of the company. It is income that is the main source of the development of the material and technical base of the organization, replenishment of its own working capital, ensuring the social needs of the collective, a factor of stability of the existence and progress of the organization.

Keywords: income, expenses, accounting, classification by elements, organizations, financial statements, IFRS.

Условием устойчивого развития казахстанских компаний в условиях цифровой экономики, является переход на качественно новый эффективный уровень управления бизнес-процессов. Это обуславливает необходимость формирования нового подхода к методологии учета доходов и расходов казахстанских организации, дающей возможность сформировать аналитическое суждение о финансовых результатах и эффективности деятельности, а также всесторонне исследовать оперативные и стратегические возможности для принятия управленческих решений. Доходы и расходы находятся в центре пристального внимания как бухгалтеров, так и финансовых менеджеров, и собственников бизнеса. Поэтому принимаемые управленческие решения должны быть экономически обоснованы и доказательно аргументированы учетными и отчетными данными о доходах и расходах. Для исключения неверных доводов при принятии управленческого решения должна быть уверенность в том, что информация, на основании которой было принято решение, не искажает действительности, а также является достоверной и аргументированной. Особую актуальность приобретают аспекты методологии управленческого учета доходов и расходов, что связано с отсутствием единых теоретических положений и методологических подходов к учету доходов и расходов казахстанских организации.

Таким образом, возникает научная и практическая потребность в развитии теоретических и методологических положений учета доходов и расходов казахстанских организации, что дает доказательное обоснование актуальности исследования.

В рамках исследования темы статьи, был применен метод теоретического обобщения и научной абстракции, который включает приемы наблюдения, анализа причин и последствий, сравнения, а также аналитическую оценку содержания нормативно-правовых документов в области бухгалтерского учета и отчетности.

Данная статья написана на конкретных материалах и цифровых расчетах, взятых из практики казахстанских ТОО. В ходе исследования нами изучены первичные документы, учетные регистры и главные книги за 2020–2022 гг. В статье использованы общенаучные методы: наблюдение, сравнение, индукция, дедукция и специальные методы: выборка, анализ, выводы

Элементами, непосредственно связанными с измерениями результатов деятельности в отчете о прибылях и убытках, являются доходы и расходы.

Доходы - увеличение экономических выгод в течение отчетного периода в форме притока или прироста активов, или уменьшения обязательств, которые приводят к увеличению капитала, отличному от увеличения, связанного с взносами лиц, участвующих в капитале.

Расходы - уменьшение экономических выгод в течение отчетного периода в форме оттока или уменьшения активов, или возникновения обязательств, которые приводят к уменьшению капитала, отличному от уменьшения, связанного с распределением лицам, участвующим в капитале [1].

В рамках данного исследования кроме опубликованных научных статей изучались программные документы и результаты аналитических исследований профильных ведомств. Так, исследование основных тенденций и особенностей в развитии казахстанских организации Республики Казахстан с позиции достижения индикаторов «Стратегии Казахстан – 2050» осуществлялись на основе данных аналитического исследования АО МИА QazContent (КазИнформ) [2].

Теоретическую базу исследования составляют труды казахстанских, российских и зарубежных ученых по проблемам бухгалтерского учета доходов и расходов организации. Информационной базой исследования являются Налоговый кодекс РК, Гражданский кодекс РК, Положения по бухгалтерскому учету, законодательные и нормативные акты, регулирующие вопросы бухгалтерского учета и налогообложения. Эмпирическую базу исследования

составили рабочие документы, первичная документация, оперативная и финансовая отчетность казахстанских компании.

Актуальность заявленной проблематики учета доходов и расходов казахстанских организации не вызывает сомнений, что выражается в существовании множества научных работ, исследующих различные аспекты этой проблемы.

В работе Aladwey L. и Diab A. исследовали влияния характеристик фирмы на возраст фирмы, и было доказано, что размер фирмы и финансовый рычаг оказывают значительное положительное влияние на раннее внедрение МСФО 15. Их исследование интересны для инвесторов на развивающихся рынках, таких как Египет, на изменения и обновления в МСФО связанных с доходами, что может повысить прозрачность и подотчетность на этих рынках [3].

Учеными Vishnani S., Deva N., и Misra D. было доказано, что на чистую прибыль и совокупный доход влияют очень много факторов и они влияют на управленческие решения компании, а также предоставляют полезную информацию органам, устанавливающим стандарты [4].

Учеными Wu F., Ock Y. S. и Su, X. была изучена корреляции между различиями в структуре активов и значимостью стоимости прибыли используются китайские нефинансовые котирующиеся на бирже компании с долей в период с 2007 по 2020 год. Было доказано, что пользователи информации могут более точно понимать и анализировать корпоративную финансовую отчетность для принятия инвестиционных решений [5].

По мнению казахстанских ученых Ердаuletовой Ф.К., Нургалиевой А.М. и Нурмагамбетовой А.З. установлено, что вспышка вируса и пандемия оказали значительное влияние на темпы цифровизации всех экономических процессов, в том числе подготовку и предоставление финансовой отчетности компаний, а также способствовала ускорению процесса цифровой трансформации самого Фонда МСФО. Назрела необходимость формирования новой модели отчетности 21-го века на языке деловой отчетности. Прямое и косвенное воздействие на функционирование компаний оказал не сам вирус, а методы борьбы против него [6].

По достоинству оценивая научный вклад названных ученых в развитие теоретических и методологических положений учета, следует отметить недостаточную проработанность ряда аспектов. До настоящего времени не сформировано единое представление об учете доходов и расходов казахстанских организации, также отсутствует согласованная позиция по составу и содержанию учетно-аналитического обеспечения; вопросы управленческого учета доходов и расходов организации требуют дальнейшего развития. Особое внимание необходимо уделить концептуальным основам и формированию научных положений, применения методических инструментов учета доходов и расходов организации.

Основные положения исследования заключается в разработке и обосновании теоретических положений и комплекса практических рекомендаций по развитию учета доходов и расходов казахстанских организации в условиях цифровой экономики.

Результаты и обсуждение

Так как согласно пункту 1 статьи 81 НК РК: «Доходом от реализации работ или услуг любой компании является стоимость выполненных работ или оказанных услуг, определяемая в договорах». В связи с чем услуги должны быть оказаны собственными силами для дальнейшего отражения дохода. В данном же случае сумма расходов, понесенных при оказании услуг учитываются изначально в качестве дебиторской задолженности клиента. В дальнейшем после оплаты всех расходов экспедитор выставляет клиенту счет на оплату, в котором отражено непосредственное вознаграждение исполнителя услуги, являющиеся доходом компании. В случае, когда экспедитор самостоятельно оказывает услуги, то расходы, что были понесены должны быть признаны по их себестоимости. В качестве дохода же выступает сумма, которую специалист выставляет заказчику услуг. Ниже представлена в таблице 1 корреспонденция счетов, для отражения доходов организации.

Таблица 1 - Корреспонденция счетов по учету дохода организации

№	Содержание хозяйственной операций	Дебет	Кредит	Сумма (тенге)	Документ
1	Начислен доход за оказание транспортно-экспедиционных услуг	1210	6010	103 814 141,63	Оборотно-сальдовая ведомость по счету 6010
2	Поступила безналичная оплата за оказанные услуги	1030	1210	103 814 141,63	Платежное поручение (входящее)
3	Отражен доход по вознаграждениям	1080	6110	1 106 507,23	Оборотно-сальдовая ведомость по счету 6110
4	Отражен доход от курсовой разницы	1030	6250	12 951 363,67	Оборотно-сальдовая ведомость по счету 6290
5	Определение финансового результата хозяйственной деятельности за отчётный период: -отражение итоговых сумм дохода за отчётный период	Счета раздела 6	5710	117 872 002,53	Отчет о прибылях и убытках, бухгалтерский баланс, отчет об изменениях в капитале
6	Перенос сальдо счета 5710 на счет 5610 «Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток): -доходы	5710	5610	31 490 511,89	
Примечание – составлено автором на основании источника [7]					

Таблица 2 - Корреспонденция счетов по учету расходов

№	Содержание хозяйственной операций	Дебет	Кредит	Сумма (тенге)	Документ
1	2	3	4	5	6
1	Начислены расходы по оказанию услуг	7110	3310	38 995 803,47	Оборотно-сальдовая ведомость по счету 7110
2	Начислена заработная плата и другие доходы административно-управленческому персоналу	7210	3350	18 751 936,14	Оборотно-сальдовая ведомость по счету 7210
3	Начислены административные расходы (аренда, штрафы, коммунальные услуги, услуги банка)	7210	3310	7 825 624	
4	Списаны командировочные расходы	7210	1250	225 862	

5	Отражены расходы по курсовой разнице	7430	1030	12 678 431,03	Оборотно-сальдовая ведомость по счету 7430
6	Начислен корпоративный подоходный налог	7710	3110	7 903 834,00	Оборотно-сальдовая ведомость по счету 7710
7	Определение финансового результата хозяйственной деятельности за отчётный период: -отражение итоговых сумм расходов за отчётный период	5710	Счета раздела 7	86 381 490,64	Отчет о прибылях и убытках, бухгалтерский баланс, отчет об изменениях в капитале
8	Перенос сальдо счета 5710 на счет 5610 «Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток): -убытки	5610	5710	0	
Примечание – составлено автором на основании источника [7]					

Результаты исследования позволили разработать методологические аспекты развития учета доходов и расходов казахстанских организации, с применением информационных технологий, что позволило сократить время работы сотрудников, увеличить скорость обработки информации, также благодаря автоматизированной системе поиска статей затрат и доходов, в кубе с разработанной новой формой отчетности были заложены основы формирования адаптированной 1С программы под учет доходов и расходов казахстанских организации.

Проведенное исследование позволяет предложить практические рекомендации по совершенствованию методологии учета доходов и расходов организации. Разработанные концепции и модели могут быть использованы для оптимизации учетных процессов, улучшения управленческих решений и повышения эффективности деятельности организаций в контексте современных требований и условий рынка. Определена роль и функции управления на предприятиях в рамках учетно-аналитического обеспечения. Результаты исследования позволяют утверждать, что разработка новых теоретических положений и практических рекомендаций по учету доходов и расходов казахстанских организаций в условиях цифровой экономики является актуальной и необходимой задачей. Полученные результаты обеспечивают основу для дальнейших теоретических и практических разработок в области учета и управления финансовыми ресурсами. Проанализирована структура и содержание учетно-аналитического обеспечения доходов и расходов. Исследование может быть расширено на анализ влияния изменений законодательства на учетные практики. Дальнейшие исследования могут включать апробацию предложенных методологических подходов на практике и оценку их эффективности.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Закон Республики Казахстан от 28 февраля 2007 года № 234-III «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 12.09.2022 г.)//<https://online.zakon.kz> (дата обращения: 19.11.2023).
2. Стратегия «Казахстан-2050»// https://www.akorda.kz/ru/official_documents/strategies_and_programs(дата обращения: 19.11.2023).

3. Aladwey, L., & Diab, A. (2023). The determinants and effects of the early adoption of IFRS 15: Evidence from a developing country. *Cogent Business & Management*, 10(1), 2167544. DOI 10.1080/23311975.2023.2167544
4. Vishnani, S., Deva, N., & Misra, D. (2023). Value Relevance of Comprehensive Income reported as per IFRS-converged Indian Accounting Standards. *Asia-Pacific Financial Markets*, 1-20. DOI 10.1007/c10690-023-09422-x
5. Wu, F., Ock, Y. S., & Su, X. (2022). A New Perspective on Interpreting the Accounting Information of Listed Companies: Research on the Asset Structure Difference and Earnings Value Based on a Sustainable Development Strategic Perspective. *Sustainability*, 15(1), 10. DOI 10.3390/su15010010
6. Ердавлетова Ф.К., Нургалиева А.М., Нурмагамбетова А.З. Особенности формирования финансовой отчетности МСФО в условиях цифровизации и влияния пандемии COVID-19. *Central Asian Economic Review*. 2021;(4):41-51.
7. Оборотно-сальдовая ведомость организации за 2022 год

Свидение об авторе

*Бортновская Алена Павловна – Учет и аудит, бакалавр, Каспийский Общественный Университет, e-mail: solnechnaya1974@bk.ru

*Alena Pavlovna Bortnovskaya – Accounting and Auditing, Bachelor, Caspian Public University, e-mail: solnechnaya1974@bk.ru

*Алена Павловна Бортновская – Бухгалтерлік есеп және аудит, бакалавр, Каспий мемлекеттік университеті, e-mail: solnechnaya1974@bk.ru

ОСОБЕННОСТИ УЧЕТА ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ И ЕГО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Валибаева (Суминова) М.В.

Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация. Статья посвящена ключевым аспектам учета основных средств на предприятиях и подходам к его усовершенствованию. В работе рассмотрены существующие методы и процедуры учета основных средств, их роль и значение в обеспечении финансовой стабильности и оперативной эффективности предприятий. Предложены меры по созданию специализированного отдела, ответственного за внутренний контроль основных средств, и разработке эффективных методов контрольных процедур. Также рассмотрена важность риск-ориентированного подхода в элементах внутреннего контроля и значимость обучения и мотивации персонала в контексте управления основными средствами.

Ключевые слова: учет, основные средства, внутренний контроль, инвентаризация, автоматизация, риск-ориентированный подход, модернизация.

НЕГІЗГІ ҚҰРАЛДАРДЫ ЕСЕПКЕ АЛУ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ ЖӘНЕ ОНЫ КӘСІПОРЫНДА ЖЕТІЛДІРУ

Валибаева (Суминова) М.В.

Каспий Қоғамдық университеті, Almaty, Republic of Kazakhstan

Аңдатпа. Мақала кәсіпорындардағы негізгі құралдарды есепке алудың негізгі аспектілеріне және оны жетілдіру тәсілдеріне арналған. Жұмыста негізгі құралдарды есепке алудың қолданыстағы әдістері мен рәсімдері, олардың кәсіпорындардың қаржылық тұрақтылығы мен жедел тиімділігін қамтамасыз етудегі рөлі мен маңызы қарастырылған. Негізгі құралдарды ішкі бақылауға жауапты мамандандырылған бөлім құру және бақылау рәсімдерінің тиімді әдістерін әзірлеу бойынша шаралар ұсынылды. Сондай-ақ, ішкі бақылау элементтеріндегі тәуекелге бағдарланған тәсілдің маңыздылығы және негізгі құралдарды басқару контекстінде қызметкерлерді оқыту мен ынталандырудың маңыздылығы қарастырылады.

Түйін сөздер: есепке алу, негізгі құралдар, ішкі бақылау, түгендеу, автоматтандыру, тәуекелге бағдарланған тәсіл, жаңғырту.

FEATURES OF FIXED ASSETS ACCOUNTING AND ITS IMPROVEMENT AT THE ENTERPRISE

Valibayeva (Suminova) M.V.

Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

Summary. The article is devoted to the key aspects of accounting for fixed assets in enterprises and approaches to its improvement. The paper considers the existing methods and procedures for accounting for fixed assets, their role and importance in ensuring financial stability and operational efficiency of enterprises. Measures are proposed to create a specialized department responsible for the internal control of fixed assets and the development of effective methods of control procedures. The

importance of a risk-based approach in the elements of internal control and the importance of staff training and motivation in the context of fixed assets management are also considered.

Keywords: accounting, fixed assets, internal control, inventory, automation, risk-oriented approach, modernization.

Основные средства компании представляют собой актив, определяющий её производственный потенциал и конкурентоспособность. С учетом быстро меняющейся технологической среды, важность эффективного управления основными средствами значительно возрастает. Цифровые технологии, включая автоматизированные системы учета, блокчейн и искусственный интеллект, предлагают новые возможности для управления и контроля этих активов. Эти инновации не только упрощают и ускоряют процесс учета, но и повышают его прозрачность, точность и надежность. Понимание влияния цифровых технологий на процессы учета основных средств и изучение их потенциала становятся актуальными для предприятий различных отраслей.

В Республике Казахстан учет основных средств регламентируется различными стандартами в зависимости от типа и размера предприятия, а также исходя из особенностей их деятельности. Закон от 28 февраля 2007 года № 234-III «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности» устанавливает рамки для составления финансовой отчетности [1].

Малые предприятия и юридические лица, занимающиеся исключительно обменными операциями с иностранной валютой, обычно используют Национальный стандарт финансовой отчетности (НСФО) для составления отчетов. Тем не менее, им предоставляется возможность выбора между НСФО, МСФО для малого и среднего бизнеса и МСФО, в зависимости от решения руководящих органов. Субъекты среднего предпринимательства и государственные предприятия, действующие на основе права оперативного управления, обычно придерживаются МСФО для малого и среднего бизнеса для составления финансовой отчетности. Однако им также доступна альтернатива в виде полного МСФО. Крупные предприятия и организации публичного интереса, в свою очередь, обязаны следовать Международным стандартам финансовой отчетности (МСФО) без альтернативных опций. Это обеспечивает более высокий уровень прозрачности и сравнимости финансовой отчетности на международном уровне [2].

МСФО (IAS) 16 «Основные средства» играет ключевую роль в учете основных средств, хотя его применение не является универсальным. Существуют определенные исключения, где применяются другие стандарты, направленные на специфические категории активов или ситуации. В случаях, когда основные средства классифицируются как предназначенные для продажи, МСФО (IFRS) 5 предписывает иной подход. Также МСФО (IAS) 16 не применяется к правам пользования недрами и запасами невозобновляемых ресурсов.

Важно отметить, что МСФО (IAS) 16 все же применяется к основным средствам, используемым для разработки или эксплуатации активов. Это подчеркивает гибкость стандарта в определенных контекстах. В ситуациях, когда другие стандарты предписывают специфические требования к признанию основных средств, например, МСФО (IAS) 17 «Аренда», который акцентирует внимание на передаче рисков и выгод в контексте аренды, эти требования принимаются во внимание. Тем не менее, для аспектов, таких как амортизация, продолжает действовать МСФО (IAS) 16. Предприятия, применяющие модель учета инвестиционного имущества по фактическим затратам в соответствии с МСФО (IAS) 40, обязаны следовать модели учета по фактическим затратам, определенной в МСФО (IAS) 16. Это демонстрирует взаимодействие и согласованность между различными стандартами в рамках МСФО [3, с.56].

Основные средства, также известные как внеоборотные или долгосрочные активы, представляют собой материальные ресурсы, которыми владеет компания для использования в своей деятельности. Эти активы отличаются длительным сроком службы, превышающим один год, и не предназначены для продажи. Они составляют фундаментальную основу для

производства товаров и предоставления услуг, обеспечивая компанию необходимой инфраструктурой и оборудованием.

Основные средства являются важными элементами производственного процесса и могут оказывать влияние на его эффективность и производительность. Некоторые способы, которыми основные средства могут влиять на производительность, включают следующее, показанное на (рисунке 1).

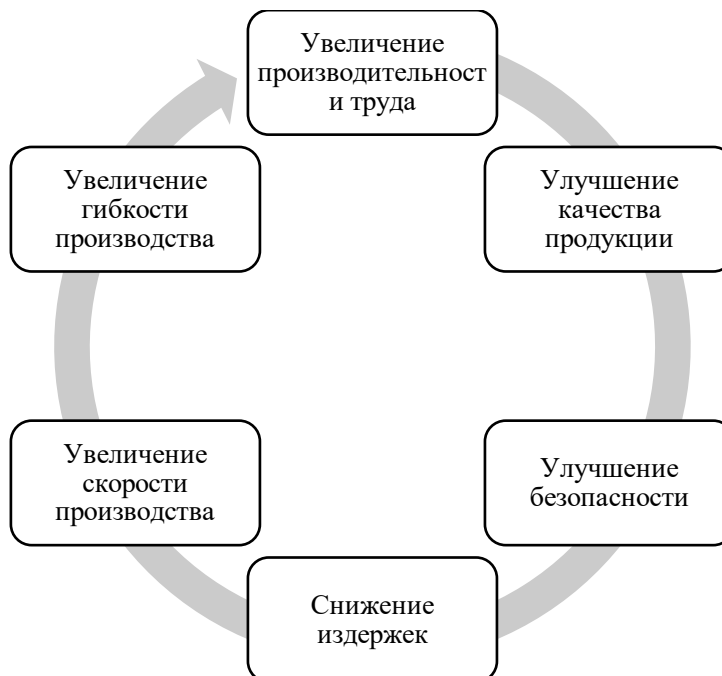


Рисунок 1 – Влияние основных средств на производительность

Примечание: рисунок составлен на основе источника [4, с.27]

Основные средства могут помочь увеличить производительность труда, например, путем автоматизации процессов или использования более современного и эффективного оборудования. Также основные средства могут влиять на качество продукции путем обеспечения более точной и надежной производственной линии.

Роль основных средств в бизнесе многогранна и важна. Они создают долгосрочную стоимость, обеспечивая компанию необходимыми ресурсами для генерации доходов и прибыли. Как значительная часть совокупных активов компании, основные средства отражают её финансовую устойчивость и потенциал для роста, что играет ключевую роль в формировании её рыночной репутации и кредитоспособности.

Управление основными средствами влияет на операционную эффективность организации. Современное и хорошо обслуживаемое оборудование минимизирует вероятность сбоев в работе и повышает производительность. Это также уменьшает риски, связанные с несчастными случаями и юридической ответственностью, защищая бизнес от потенциальных финансовых потерь.

Точный учет и управление основными средствами обеспечивает соответствие нормативным требованиям и стандартам финансовой отчетности, что важно для поддержания прозрачности и надежности финансовой информации. Наконец, осведомленность о состоянии и стоимости основных средств позволяет компаниям принимать стратегические решения, связанные с инвестициями, модернизацией и развитием, что способствует долгосрочному планированию и устойчивому развитию бизнеса [5, с.39].

Основные средства, являясь важным компонентом активов компании, характеризуются рядом специфических признаков, отличающих их от других видов активов. Они приобретаются для долгосрочного использования, обычно на срок свыше одного года, что делает их ключевым

элементом для продолжительной деятельности предприятия. В отличие от нематериальных активов, основные средства имеют физическую форму, что позволяет ощутить их наличие визуально и тактильно. Это могут быть здания, оборудование, транспортные средства и земельные участки. Их приобретение связано с крупными первоначальными инвестициями, что представляет значительные финансовые обязательства для компании, однако ожидается, что они будут обеспечивать ценность в течение всего периода их эксплуатации. Эти активы играют важную роль в создании стоимости для компании, помогая производить товары или предоставлять услуги, что способствует генерации дохода. Однако со временем они подвергаются износу, технологическому устареванию или другим факторам, снижающим их стоимость. Компании используют амортизацию для учета этого убывания стоимости, равномерно распределяя затраты на активы в балансовом отчете и отчете о прибылях и убытках в течение всего периода их использования.

Основные средства служат не только для поддержки повседневной деятельности компании, но и для поддержания ее основной операционной деятельности. Они находятся в собственности и под контролем компании, отличаясь от товарно-материальных запасов или финансовых инструментов, и формируют часть ее долгосрочной активной базы. Адекватное понимание этих характеристик критически важно для эффективного учета, управления и стратегического планирования в отношении основных средств. Компании должны вести точный учет этих активов, оценивать их срок службы, планировать техническое обслуживание и модернизацию, чтобы максимизировать их стоимость и способствовать устойчивому росту бизнеса [6, с.93].

Учет основных средств в компании охватывает целый комплекс процедур, начиная от момента их приобретения и заканчивая утилизацией или выбытием. Этот процесс начинается с первоначального признания основных средств в бухгалтерских книгах.

В бухгалтерском и финансовом учете имеется три метода оценки основных средств:

1. По первоначальной стоимости. То есть сюда включены все затраты компании: стоимость актива, стоимость его доставки, установки, различных услуг.
2. По остаточной стоимости. На определенную дату, имеется цена актива, которая сложилась после вычета из первоначальной стоимости суммы износа(амортизации).
3. По восстановительной стоимости. Стоимость, которая увеличилась за счет капитального ремонта, модернизации актива и т.д.

Основным средствам присваивают инвентарный номер, который является уникальным для организации-владельца, который включает сочетание цифр и букв, и позволяет идентифицировать объект, отслеживать операции, и его состояние на определенную дату.

Далее следует процесс амортизации, который представляет собой распределение стоимости актива на период его полезного использования. Срок полезного использования ОС – является значимой характеристикой для предприятия. Это время, когда объект способен приносить прибыль. Затем компания определяет метод амортизации, где существует право выбора.

Для начисления амортизации основных средств в бухгалтерском учете компанией могут применяться следующие методы амортизации:

1. Метод прямолинейного списания (равномерный метод). При выборе данного метода, происходит начисление постоянной суммы амортизации в отчетном периоде на протяжении его определенного срока службы.
2. Метод уменьшаемого остатка, предполагает постепенное уменьшение начисления амортизации на протяжении срока полезной службы основных средств. Величина амортизационных отчислений при данном методе оценивается в процентном отношении к текущей балансовой стоимости актива, то есть за вычетом накопленных до настоящего времени сумм амортизации. Ликвидационная стоимость вычитается в последний год начисления амортизации.
3. Производственный метод. При этом методе амортизация прямо пропорциональна количеству произведенной продукции.

Финансовый учет основных средств отличается от налогового учета. Поэтому, в соответствии с пунктом 2 статьи 271 Налогового кодекса Республики Казахстан амортизационные отчисления по каждой подгруппе, группе определяются путем применения указанных в налоговом регистре по определению стоимостных балансов групп (подгрупп) фиксированных активов и последующим расходам по фиксированным активам норм амортизации, которые не должны превышать предельные нормы, установленные к стоимостному балансу подгруппы, группы на конец налогового периода, представленные в таблице 1 [1].

Таблица – 1. Месячная норма амортизации фиксированных активов согласно группам.

№ п/п	№ группы	Наименование фиксированных активов	Предельная норма амортизации (%)
1.	I	Здания, сооружения, за исключением нефтяных, газовых скважин и передаточных устройств	10
2.	II	Машины и оборудование, за исключением машин и оборудования нефтегазодобычи, а также компьютеров и оборудования для обработки информации	25
3.	III	Компьютеры, программное обеспечение и оборудование для обработки информации	40
4.	IV	Фиксированные активы, не включенные в другие группы, в том числе нефтяные, газовые скважины, передаточные устройства, машины и оборудование нефтегазодобычи	15
Примечание: составлено автором в соответствии с п.2 ст. 271 Налогового кодекса РК			

Также согласно МСФО и Национальному стандарту финансовой отчетности сроки полезного использования фиксированных активов периодически пересматриваются, под влиянием модернизации объекта, морального или физического износа, технических или технологических изменений.

Со временем на счете накопленной амортизации формируется общая сумма начисленной амортизации, что уменьшает балансовую стоимость актива. В случаях, когда стоимость основных средств значительно уменьшается, компании признают убыток от обесценения, чтобы скорректировать балансовую стоимость актива до его возмещаемой стоимости. Когда основное средство выбывает из использования, будь то через продажу, сдачу на металлолом или утилизацию, компания регистрирует соответствующую транзакцию, исключая стоимость актива и накопленную амортизацию из бухгалтерского учета и признавая прибыль или убыток от выбытия. В некоторых случаях компании также проводят переоценку своих основных средств, чтобы отразить текущие изменения рыночной стоимости. При этом производится корректировка балансовой стоимости актива и накопленной амортизации до переоцененной суммы. Все эти шаги обеспечивают точное отражение стоимости и состояния основных средств в бухгалтерском учете и способствуют принятию обоснованных управленческих решений.

Расходы на амортизацию каждый отчетный период отражаются в отчете о прибылях и убытках, в соответствии с принципом соответствия, который связывает стоимость актива с доходом, который он приносит.

Таким образом, в связи со сложной иерархической структурой предприятия, бухгалтерский учет носит сложный разделенный характер, где для проведения определенной бухгалтерской записи требуется длинная цепочка согласования и декларирования принятого решения. Сложность построения бухгалтерского учета не может не отразиться на учете основных средств, а именно из-за сложной цепочки записей появляются многочисленные ошибки. Большой объем наличия объектов основных средств на предприятии влечет за собой

сложность учета и частичную утерю инвентарных карточек, нумерации объектов, несвоевременное и достоверное отражение движения и начисления амортизации основных средств.

Для обеспечения корректного учета основных средств важно проведение ежемесячных контрольных процедур сотрудниками бухгалтерской службы. Также важной является разработка и актуализация матриц рисков, которые повысят эффективность внутреннего контроля. Внедрение элементов внутреннего контроля, основанных на риск-ориентированном подходе, также является существенным аспектом оптимизации мониторинга основных средств. Систематическое выполнение контрольных процедур, как ручных, так и автоматизированных. Внедрение автоматизированной системы, значительно облегчает труд бухгалтера по основным средствам, помогает провести правильное бухгалтерское отражение движения и начисления наличия всех объектов основных средств на предприятии.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Закон Республики Казахстан от 28 февраля 2007 года № 234-III «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 12.09.2022 г.) [Электронный ресурс]. – 2023. – URL: https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=30092011 (дата обращения: 28.10.2023).
2. Калденбергер А. Учет основных средств [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=31666258&pos=1;-76#pos=1;-76 (дата обращения: 29.10.2023).
3. Алисенов А. С. Международные стандарты финансовой отчетности: учебник и практикум для бакалавриата и специалитета / А. С. Алисенов. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 404 с.
4. Тайгашинова К.Т. Основы бухгалтерского учета. Учебник. – Алматы: Лем, 2021. – 212 с.
5. Фельдман И. А. Бухгалтерский учет: учебник для вузов / И. А. Фельдман. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 287 с.
6. Сунгатуллина Л. Б. Бухгалтерский управленческий учет расходов на вознаграждения работников: Монография. – М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2019. – 400 с.
7. Лупикова Е. В. Бухгалтерский учет. Теория бухгалтерского учета: учебное пособие для вузов. – М.: Издательство Юрайт, 2020. – 245 с.
8. Каспина Р. Г. Бухгалтерский учет и налогообложение внешнеэкономической деятельности организаций: учебник. – М.: ИНФРА-М, 2020. – 420 с.

Сведения об авторе

Валибаева (Суминова) М.В. - студент, Каспийский Общественный Университет,
email: mari1023732@gmail.com

Автор туралы мәліметтер

Валибаева (Суминова) М.В. - студенті, Каспий Қоғамдық университеті,
email: mari1023732@gmail.com

Information about the authors

Valibayeva (Suminova) M.V. - student, Caspian Public University,
email: mari1023732@gmail.com

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ И МЕТОДИКИ УЧЕТА, АНАЛИЗА И КОНТРОЛЯ РАСЧЕТОВ С БЮДЖЕТОМ ПО КПП

Волочанинова А.С.¹

¹ Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация. Данная статья посвящена совершенствованию организации учета расчетов с бюджетом, разработке теоретико-методологических аспектов формирования и оценки систем внутреннего и внешнего контроля расчетов с бюджетом на базе интеграции бухгалтерского финансового и налогового учета для обеспечения гармонизации интересов налоговых органов и налогоплательщиков. В ней раскрываются основные проблемные аспекты, связанные с выполнением организациями обязательств перед бюджетом, раскрыты типичные ошибки, обнаруживаемые в ходе проверки расчетов с бюджетом по КПП.

Ключевые слова: бухгалтерский учет, налог на добавленную стоимость, налоговый учет, налог на прибыль, подоходный налог, акцизы, налоговый кредит, налог на недвижимость, налоги и сборы, расчеты по начислению налогов, аудит расчетов с бюджетом.

БУХГАЛТЕРЛІК ЕСЕП ЖӘНЕ ТАЛДАУДЫ ҰЙЫМДАСТЫРУ ЖӘНЕ ӘДІСТЕРІН ЖЕТІЛДІРУ ЖӘНЕ КОРПОРАЦИЯЛЫҚ ТАБЫС САЛЫҒЫ БОЙЫНША БЮДЖЕТМЕН ЕСЕП АСЫРУЛАРДЫ БАҚЫЛАУ

Волочанинова А.С.¹

¹ Каспий Қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

Андатпа. Бұл мақала бюджетпен есеп айырысулар бойынша бухгалтерлік есепті ұйымдастыруды жетілдіруге, қаржылық және салықтық есепке алуды біріктіру негізінде бюджетпен есеп айырысуларды ішкі және сыртқы бақылау жүйелерін қалыптастыру мен бағалаудың теориялық және әдістемелік аспектілерін әзірлеуге арналған. салық органдары мен салық төлеушілердің мүдделерін үйлестіруді қамтамасыз етеді. Ол ұйымдардың бюджет алдындағы міндеттемелерін орындауына байланысты негізгі проблемалық аспектілерді ашып, КТС бойынша бюджеттік есептерді тексеру кезінде анықталған типтік қателерді анықтайды.

Түйін сөздер: бухгалтерлік есеп, қосылған құн салығы, салық есебі, табыс салығы, табыс салығы, акциздер, салық несиесі, мүлік салығы, салықтар мен алымдар, салық есептеулері, бюджетпен есеп айырысу аудиті.

IMPROVEMENT OF ORGANIZATION AND METHODS OF ACCOUNTING AND ANALYSIS AND CONTROL OF SETTLEMENTS WITH THE BUDGET ACCORDING TO CIT

Volochaninova A.S.¹

¹ Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

Summary. This article is devoted to improving the organization of accounting for settlements with the budget, developing theoretical and methodological aspects of the formation and evaluation of systems internal and external control of settlements with the budget based on the integration of financial and tax accounting to ensure harmonization of the interests of tax authorities and taxpayers. It reveals the main problematic aspects associated with the fulfillment of obligations by organizations to

the budget, and reveals typical errors discovered during the audit of budget calculations according to CIT.

Keywords: accounting, value added tax, tax accounting, income tax, income tax, excise taxes, tax credit, real estate tax, taxes and fees, tax calculations, audit of calculations with the budget.

Актуальность темы исследования определена как научная и практическая потребность в развитии теоретических и методологических положений для учета и анализа расчетов с бюджетом по КППН. Также актуальность анализа состоит в том, что налоговый механизм используется для экономического воздействия государства на общественное производство, его динамику и структуру, на научно-технический прогресс.

Расчеты с бюджетом – это часть финансовых операций организации по выполнению обязательств перед государством.

Налоговая система оказывает существенное влияние на стабильность финансового положения хозяйствующих субъектов. Повышение налоговых ставок и платежей, очевидно, могут привести к ситуации, когда предприятия будут не в силах их платить, что может привести к снижению их финансовой устойчивости. Это обуславливает необходимость достоверного определения налоговых баз и сумм налогов, подлежащих уплате в бюджет при соблюдении действующего налогового законодательства Республики Казахстан. Мы считаем, что тема исследования очень актуальна, поскольку проблема контроля расчетов с бюджетом по налогам с каждым годом все больше обостряется из-за частых изменений, происходящих в налоговом законодательстве.

Таким образом, возникает научная и практическая потребность в развитии теоретических и методологических положений учета и контроля расчетов с бюджетами казахстанских организаций, что дает доказательное обоснование актуальности исследования.

Функции налогов — это способ выражения сущностных свойств налога. Функция показывает, как реализуется общественное назначение данной экономической категории как инструмента стоимостного распределения и перераспределения доходов.

Выделяют следующие функции налогов:

1. фискальная;
2. регулирующая;
3. социальная;
4. контрольная.

Налог — система, состоящая из самостоятельных, имеющих юридическое значение элементов налога.

Расчеты с бюджетом – это часть финансовых операций организации по выполнению обязательств перед государством. Это обуславливает необходимость достоверного определения налоговых баз и сумм налогов, подлежащих уплате в бюджет при соблюдении действующего налогового законодательства Республики Казахстан. Налоговая система оказывает существенное влияние на стабильность финансового положения хозяйствующих субъектов.

Важным этапом анализа является проведение факторного анализа наиболее значимых видов налогов. Основными источниками информации при этом являются налоговые декларации (расчеты) по налогам, уплачиваемым организацией, в частности по налогу на добавленную стоимость, налогу на недвижимость и на прибыль.

Одним из решений совершенствованию бухгалтерского учета по налогам и сборам — упрощению механизма взимания и сокращению общего количества обязательных платежей в бюджет. Но, так как эти налоговые рычаги являются основным источником поступлений в бюджет, отмена данных платежей неосуществима и возможно только при их замене иными источниками.

Важный вопрос — снижение налоговой нагрузки на фонд заработной платы, это возможно при условии роста доходов населения. Большим недостатком бухгалтерского учета считается принцип двойного налогообложения при формировании цены. В основном налоги,

исчисляемые от суммы реализации продукции, налоги накладываются на налог, что влечет увеличение издержек, себестоимости, то есть увеличение цен.

Большим минусом считается, установление больших ставок налогов для предприятий, получающих дотации от государства. Посредством налоговых льгот государство может также стимулировать наиболее важные виды деятельности, как в экономическом, так и в социальном аспекте, инновационный бизнес, что послужит в дальнейшем снижению цен

В данном исследовании мы выявили что, корпоративный подоходный налог занимает львиную долю в налоговых отчислениях предприятия РК.

Корпоративный подоходный налог (далее КПН) является прямым налогом.

Контроль за правильностью применения законодательства по корпоративному подоходному налогу осуществляется в соответствии с налоговым Кодексом РК «О налогах и других обязательных платежах в бюджет» и другим законодательством.

Согласно Налоговому кодексу Республики Казахстан, корпоративный подоходный налог уплачивают юридические лица, резиденты и нерезиденты Республики Казахстан, получающие доход, в том числе некоммерческие и бюджетные организации по доходам от предпринимательской деятельности.

Основным объектом налогообложения корпоративным подоходным налогом является налогооблагаемый доход, величина, которой определяется как разница между совокупным годовым доходом и вычетами (за исключением нерезидентов, не осуществляющих деятельность через постоянное учреждение):

$$\text{Налогооблагаемый доход} = \text{Совокупный годовой доход} - \text{Вычеты}$$

Совокупный годовой доход (далее СГД) юридического лица – резидента состоит из доходов, полученных им в Республике Казахстан и за ее пределами в течение налогового периода.

В СГД включаются все виды доходов налогоплательщика, включая:

1) доход от реализации товаров (работ, услуг), то есть стоимость реализованных товаров, выполненных работ и услуг.

2) доход от прироста стоимости при реализации зданий, сооружений, строений, а также активов, не подлежащих амортизации, которым относятся земельные участки, ценные бумаги и т.д. Прирост определяется как разница между стоимостью реализации активов и их балансовой стоимости;

3) доходы от списания обязательств, то есть списание в связи с истечением срока исковой давности, с налогоплательщика его кредитором, по решению суда;

4) доходы по сомнительным обязательствам, то есть возникшие и неудовлетворенные в течение трех лет с момента возникновения, признаются сомнительными и подлежат включению в совокупный годовой доход;

5) доходы от снижения размеров созданных провизии банков;

6) доходы от уступки требования долга, то есть доход налогоплательщика в виде положительной разницы, получаемый сверх основного долга.

До определения вычетов, СГД корректируется на следующие суммы, то есть из СГД подлежат исключению: дивиденды, полученные юридическими и физическими лицами, ранее обложенные у источника выплаты в Республике Казахстан; положительная курсовая разница, полученная юридическими лицами и связанная с их предпринимательской деятельностью; доход от прироста стоимости при реализации акций ОА с учетом корректировки на инфляцию; инвестиционные доходы юридических лиц, полученные в соответствии с законодательством о пенсионном обеспечении и направленные на индивидуальные пенсионные счета, выигрыши и вознаграждение (интерес) физических лиц, а также стоимость основных средств, полученных на безвозмездной основе государственными учреждениями от государственных предприятий, а также государственными предприятиями от государственных учреждений, в соответствии с законодательством Республики Казахстан

Из СГД юридических лиц вычитают все расходы, связанные с его получением, командировочные, представительские расходы вычитаются в пределах норм, установленных Правительством Республики Казахстан, в случае, если одни и те же затраты предусмотрены в нескольких статьях расходов, при расчете налогооблагаемого дохода указанные затраты вычитаются только один раз, при наличии документов, кроме расходов, не подлежащих вычету в соответствии с настоящим Законом.

$$\text{Налогооблагаемый доход} = \text{СГД} - \text{Вычеты} - \text{Льготы}$$

Из СГД производятся следующие вычеты:

Вычеты по вознаграждениям (интересу) за полученные кредиты (займы) подлежат вычету в пределах сумм, рассчитанных за отчетный период с применением 1,5 кратной официальной ставки рефинансирования, установленной Национальным Банком Республики Казахстан: по кредитам (займам), полученным в иностранной валюте – в пределах суммы, рассчитанной с применением 2 кратной ставки Лондонского межбанковского рынка.

Вычет по сомнительным требованиям – возникшие в результате реализации товаров, работ и услуг и неудовлетворенные в течение трех лет с момента возникновения требования, а также в связи с признанием налогоплательщика- дебитора банкротом в соответствии Законодательством Республики Казахстан.

Вычет по отчислениям в резервные фонды. Юридическое лицо, занимающееся страховой деятельностью, имеет право на вычет суммы отчислений в страховые фонды в соответствии с нормами, установленными законодательством Республики Казахстан. Недропользователя, осуществляющего свою деятельность на основаниях контракта, заключенного в соответствии с законодательством, имеет право на вычет суммы отчислений в фонд ликвидации последствий разработки месторождения (резервный фонд), связанных с завершением операций по недропользованию на этом месторождении.

Вычет по расходам на научно-исследовательские, проектные и (опытно-конструкторские работы). Вычеты производятся по расходам на научно-исследовательские, проектные и опытно-конструкторские работы, связанные с получением дохода, кроме расходов на приобретение основных средств, их установку и других затрат капитального характера.

Ставки корпоративного подоходного налога:

1) Корпоративный подоходный налог, не облагаемый у источника выплаты подлежит обложению налогом по ставке 20% п. 1 ст. 313 НК РК;

2) Корпоративный подоходный налог для юридических лиц-производителей сельскохозяйственной продукции, продукции аквакультуры (рыбоводства), если такой доход получен от осуществления деятельности по производству сельскохозяйственной продукции, продукции аквакультуры (рыбоводства), переработке и реализации указанной продукции собственного производства, а также продуктов такой переработки- 10% п.2 ст.313 НК РК;

3) Корпоративный подоходный налог, облагаемый у источника выплаты с доходов резидентов -15% п.3 ст.313;

4) Корпоративный подоходный налог, облагаемый у источника выплаты с доходов нерезидентов, не связанные с постоянным учреждением таких нерезидентов - от 5% до 20 % ст. 646 НК РК.

Корпоративного подоходного налог рассчитывается путём применения ставки к налогооблагаемому доходу, с учетом корректировок, уменьшенному на сумму переносимых убытков сроком до 10 лет включительно.

Учет расчетов с бюджетом по корпоративному подоходному налогу ведут на пассивном счете 3110 «Корпоративный подоходный налог к выплате», 4310 «Отложенные налоговые обязательства по корпоративному подоходному налогу», 7710 «Расходы по корпоративному подоходному налогу». Ниже представлена в таблице 1 корреспонденция счетов, для учета операций по корпоративному подоходному налогу.

Таблица 1 - Корреспонденция счетов хозяйственных операций по учету корпоративного подоходного налога

№	Содержание хозяйственной операций	Дебет	Кредит
1	Удержание КПП у источника выплаты	3310	3110
2	Начисление КПП	7710	3110
3	КПП, подлежащий уплате в отчетном периоде в результате возникновения временных разниц или аннулирование временных единиц	4310	3110
4	Отражение налога на прибыль, подлежащего уплате в будущих отчетных периодах в связи с наличием налогооблагаемых временных единиц	7710	4310
5	Закрытие в конце отчетного периода счета 7710 «Расходы по КПП»	5610	7710
Примечание – составлено автором на основе утверждённого типового плана счетов			

Существуют различия между исчислением прибыли компании по бухгалтерскому и налоговому учету. Это происходит, потому что налоговый учет основывается на законодательстве РК в сфере налогов и финансов, в то время как бухгалтерский учет основан на принципах МСФО.

В ходе исследования мы рассмотрели главные методы оптимизации корпоративного подоходного налога. Основными инструментами оптимизации доходов компании в исчислении корпоративного подоходного налога являются:

Оптимизация соотношения доходов и расходов компании – налоговой базой налогообложения корпоративного подоходного налога является прибыль, которая зависит от баланса доходов и расходов предприятия за исследуемый период времени. Нужно определить, оптимальны уровень соотношения доходов и расходов компании по таким направлениям как:

- прямое уменьшение расходов на основании поиска внутренних резервов;
- относительное понижение уровня издержек методом наращивания мощностей производства;
- детальный маркетинговый анализ системы поставщиков и клиентов, что позволит формировать более прибыльные предложения продукции предприятия, а также привлечь новых контрагентов и сформировать эффективную систему финансовой дисциплины.

Также в ходе исследования выяснилось, что учетная политика является одним из главных составляющих налоговой оптимизации, так как законодательные акты предполагают определенные вариации в учете производственных операций налогоплательщика. Под учетной политикой обычно понимают совокупность методов и правил ведения бухгалтерской отчетности. Оно включает в себя такие элементы как первичное наблюдение, итогового обобщения фактов коммерческой деятельности, методы стоимостного измерения и так далее. Так как все эти элементы оказывает прямое влияние на уровень налоговой базы по корпоративному подоходному налогу, то учетная политика становится важным составляющим налогового планирования. Учетная политика утверждается в начале календарного года посредством приказа руководителя компании. Самыми важными, с точки зрения налогового планирования, являются такие пункты как:

- выбор методов оценки материалов и сырья;
- выбор сроков эксплуатации объектов, включая интенсивность амортизационных отчислений, что оказывает сильное влияние на величину прибыли до налогообложения;

- методы амортизации, которые включают в себя линейные и нелинейные методы списания, выбор которых также имеет прямое влияние на налоговую базу по корпоративному подоходному налогу;

- порядок признания доходов и расходов компании, которые включают метод начисления или кассовый метод.

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод, что налоговая система является главным рычагом рыночной экономики, играет роль главного инструмента для влияния государства на развитие хозяйства, с его помощью определяются приоритеты экономического и социального развития. Таким образом, необходимо, адаптация налоговой системы к новым общественным отношениям, ее соответствие мировому опыту. Выполнение всех требований налогового законодательства позволяет организации избежать материальных и моральных потерь по причине привлечения к налоговой, административной или уголовной ответственности. Проведенное исследование позволяет предложить практические рекомендации по совершенствованию контроля расчетов с бюджетом по КПП. Разработанные концепции и модели могут быть использованы для оптимизации налоговой политики предприятий, улучшения управленческих решений и повышения эффективности деятельности организаций в контексте современных требований к выплатам налогов. Определена роль и функции налогов в развитие рыночной экономики. Результаты исследования позволяют утверждать, что разработка новых теоретических положений и практических рекомендаций по контролю учета с бюджетом по КПП в казахстанских организациях в условиях цифровой экономики является актуальной и необходимой задачей. Полученные результаты обеспечивают основу для дальнейших теоретических и практических разработок в области учета налогов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Кодекс Республики Казахстан «О налогах и других обязательных платежах в бюджет» (Налоговый кодекс) от 25 декабря 2017 года № 120-VI (с изменениями и дополнениями по состоянию на 12.09.2023 г.)

2. Жүнісәлі Ұ. Теоретические аспекты формирования налогооблагаемого дохода // Транзитная экономика. – 2018. – Т. 4. - С. 88-94.

3. Li, F., Xie, L., & Ruan, Y. (2023). Tax-Cut Policies, Accounting Conservatism, and Corporate Tax Burden Stickiness: Empirical Analysis from China. *Journal of Tax Reform*, 9(2), 197-216. DOI 10.15826/мл.2023.9.2.137

4. Delgado, F. J., Fernández-Rodríguez, E., García-Fernández, R., Landajo, M., & Martínez-Arias, A. (2023). Tax avoidance and earnings management: a neural network approach for the largest European economies. *Financial Innovation*, 9(1), 19. DOI 10.1186/s40854-022-00424-8

5. Закон Республики Казахстан от 28 февраля 2007 года № 234-III «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 12.09.2022 г.)//<https://online.zakon.kz> (дата обращения: 19.11.2023);

Свидение об авторах

*Волочанинова Арина Сергеевна– Учет и аудит, бакалавр, Каспийский Общественный Университет, e-mail: volochaninova-arina@inbox.ru

*Volochaninova Arina Sergeevna – Accounting and Auditing, Bachelor, Caspian Public University, e-mail: volochaninova-arina@inbox.ru

*Волочанинова Арина Сергеевна – Бухгалтерлік есеп және аудит, бакалавр, Каспий мемлекеттік университеті, e-mail: volochaninova-arina@inbox.ru

УЧЕТ И АНАЛИЗ ДВИЖЕНИЯ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ НА ПРЕДПРИЯТИИ

¹Гончарова Д.В.

Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан
Научный руководитель PhD Мурзалиева А. К.

Аннотация. Настоящая научная статья посвящена актуальному вопросу анализа поведения основных средств на предприятии, как важного аспекта финансового управления. В статье освещаются методы учета и аудита основных показателей, их влияние на бухгалтерскую отчетность и обеспечение прозрачности в управлении деятельностью предприятия. направленных на повышение финансовой устойчивости предприятия и его способности в современной бизнес-среде.

Ключевые слова: аудит, основные средства, документы, финансовое управление, бухгалтерская отчетность, инвентаризация, поступление основных средств на предприятия, амортизация.

КӘСІПОРЫНДАҒЫ НЕГІЗГІ ҚҰРАЛДАР ҚЫЗМЕТІН ЕСЕП ЖӘНЕ ТАЛДАУ

Гончарова Д.В.

¹ Каспий Қоғамдық университеті, Алматы қ, Қазақстан Республикасы
Ғылыми жетекші PhD Мурзалиева А. К

Аңдатпа. Бұл ғылыми мақала қарастырудың өзекті мәселесіне арналған және қаржылық маңызды аспект ретінде кәсіпорынға негізгі құралдардың мінез-құлқын талдау басқару мақалада негізгі көрсеткіштерді есепке алу және аудит әдістері, олардың әсері көрсетілген бухгалтерлік есептілікке және қызметті басқаруға ашықтықты қамтамасыз етуге кәсіпорындар. Зерттеу негізінде процестерді оңтайландыру, есепке алу және кәсіпорынның қаржылық тұрақтылығын арттыруға бағытталған негізгі шараларды талдау оның қазіргі заманғы бизнес-ортадағы қабілеттері-бәсекелестік

Түйін сөздер: аудит, негізгі құралдар, құжаттар, қаржылық басқару, бухгалтерлік есеп беру, түгендеу, кәсіпорындарға негізгі құралдардың түсуі, амортизация.

ACCOUNTING AND ANALYSIS OF FIXED ASSETS MOVEMENT AT THE ENTERPRISE.

Goncharova D.V.

¹ Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan
Scientific supervisor PhD Murzalieva A. K.

Summary. This scientific article is devoted to the topical issue of consideration and analysis of fixed assets behavior at the enterprise as an important aspect of financial management. The article highlights the methods of accounting and auditing of the main indicators, their impact on the accounting statements and ensuring transparency in the management of the enterprise's activities. On the basis of the study, recommendations are given on the optimization of processes, accounting and analysis of the main measures aimed at improving the financial stability of the enterprise and its ability in the modern business environment-competitors.

Keywords: audit, fixed assets, documents, financial management, accounting, inventory, receipt of fixed assets at enterprises, depreciation.

Бухгалтерский учет предусмотрен нормативным регулированием в соответствии с Законом Республики Казахстан от 28 февраля 2007 г. № 234-III «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности», являющимся основополагающим законодательным актом в сфере бухгалтерского учета. В данном законе урегулированы различные аспекты бухгалтерского учета, включая регистры основных средств, составление и представление финансовой отчетности, а также на другие общие вопросы, связанные с основными средствами. [1]

Основные средства – это материальные ценности, предназначенные для долгосрочного использования (более одного года), как в области материального производства, так и в социальной сфере. К основным средствам относятся здания, сооружения, машины, транспортные средства и др. соответствующие объекты и учитываются на счете 2410 [2]. Срок полезного использования определяется как период, в течение которого основные средства призваны приносить доход организации или служить ее участникам деятельности. Срок полезного использования — это период, в течение которого для использования объекта основные средства должны приносить доход организации или служить представителям деятельности организации, определяемый по основным средствам, принятым к бухгалтерскому учету в установленном порядке. Для отдельных групп основные показатели срока полезного использования определяются исходя из количества произведенной продукции.

Одними из основных задач бухгалтерского учета основных средств являются:

1. правильное оформление документов и своевременное отражение в учете поступления основных средств, и их внутреннего перемещения, выбытия;
2. контроль за сохранностью и эффективностью использования основных средств.

Единицей бухгалтерского учета основных средств является инвентарный объект. Инвентарный объект — это предмет или группа вещей, предназначенных для определения задач. Например, это может быть отдельный предмет со всеми его частями и объектами, или группа вещей, соединенных вместе и работающих как одно предприятие. Если это группа, то чтобы завладеть предметом в этой группе, можно выполнить свою функцию только вместе с другими, а не по отдельности. Другими словами, инвентарный объект, который является самостоятельным конструктивным целым, может включать в себя здание, примыкающее друг к другу и внешние стены

Поступление и внутреннее перемещение основных средств оформляются следующими первичными документами [10]:

- актом о приеме-передаче объекта основных средств (кроме зданий, сооружений);
- актом о приеме-передаче здания, сооружения, с приложением документов, подтверждающих государственную регистрацию объектов недвижимости в установленных законодательством случаях;
- актом о приеме-передаче групп объектов основных средств кроме зданий, сооружений.

Бухгалтерские записи по отражению операций приобретения объектов основных средств представлены в таблице 1 [4]

Таблица 1 - Корреспонденция счетов, применяемых при учете основных средств (поступление ОС).

Операция	Корреспонденция счетов	
	Дебет	Кредит
Приобретено ОС у поставщика		
Отражена покупная стоимость	2410	3310, 4110
Принят к зачету НДС	1420	3310, 4110
Произведена оплата поставщику	3310, 4110	1010, 1030

Объекты основных средств принимаются к бухгалтерскому учету в оценке по первоначальной стоимости, формирующейся в зависимости от видов операций поступления. Первоначальной стоимостью основных средств признается сумма фактических вложений учреждения в приобретение, сооружение и изготовление объектов основных средств (рис. 1).

<i>Состав расходов на приобретение, сооружение и изготовление основных средств</i>
↓
Суммы, уплачиваемые в соответствии с договором поставщику (продавцу), в том числе налог на добавленную стоимость (кроме их приобретения за счет средств от деятельности, приносящей доход)
Суммы, уплачиваемые организациям за осуществление работ по договору строительного подряда и иным договорам
Суммы, уплачиваемые организациям за информационные и консультационные услуги, связанные с приобретением основных средств
Регистрационные сборы, государственные пошлины и другие аналогичные платежи, за приобретение (получение) прав на объект основных средств
Таможенные пошлины
Вознаграждения, уплачиваемые посреднической организации, через которую приобретен объект основных средств
Расходы по доставке объектов основных средств до места их использования, включая расходы по страхованию доставки
Иные расходы, непосредственно связанные с приобретением, сооружением и изготовлением объекта основных средств

Рисунок 1 - Состав расходов, формирующих первоначальную стоимость объектов основных средств.

Первоначальная или восстановительная стоимость объектов основных средств возмещается бухгалтерским способом амортизационных отчислений, производимых по отчетным периодам в течение всего срока их полезного использования. В МСФО и отечественном законодательстве срок полезного действия определяется как временной период, в котором указанные активы – амортизируемое имущество, способны приносить доход. Суммы амортизационных отчислений рассчитываются по нормам, устанавливаемым нормативными документами. Расчет годовой суммы начисления амортизации на объекты основных средств производится линейным способом исходя из первоначальной стоимости основных средств и нормы амортизации, исчисленной исходя из срока их полезного использования.

Линейный способ характеризуется тем, что на численная сумма амортизационных отчислений включается в затраты по видам деятельности хозяйствующего субъекта равномерно в течение всего срока полезного использования амортизируемых объектов, а остаточная стоимость указанных объектов уменьшается тоже равномерно в соответствии с суммами начисленных в отчетных периодах сумм амортизационных отчислений. При применении линейного метода сумма начисленной за один месяц амортизации в отношении объекта амортизируемого имущества определяется как произведение его первоначальной стоимости и нормы амортизации, исчисленной для данного объекта. При применении линейного метода норма амортизации по каждому объекту амортизируемого имущества устанавливается по формуле:

$$K = (1/n) 100 \%,$$

где К – норма амортизации в процентах к первоначальной стоимости объекта амортизируемого имущества;

n – срок полезного использования данного объекта амортизируемого имущества, выраженный в месяцах.

Основные средства выбывают в связи с безвозмездной передачей; полным физическим износом; продажей, передачей в уставный капитал. Бухгалтерские записи по отражению операций выбытия объектов основных средств представлены в таблице 2 [2], [4]

Таблица 2 - Корреспонденция счета в следствие продажи или списания ОС

Содержание операции	Дебет	Кредит
Списание основных средств, в случае, когда от их использования не ожидается никаких будущих экономических выгод:		
- на балансовую стоимость	7410	2410
- на сумму накопленной амортизации	2420	2410
- учтены затраты, связанные со списанием основных средств	7410	3310, 3390 и др.
Выбытие основных средств вследствие их продажи:		
- на сумму начисленного дохода от продажи основных средств	1210	6210
- на сумму НДС	1210	3130
- погашение дебиторской задолженности покупателем	1010, 1030	1210

Таким образом, бухгалтерский учет должен обеспечивать правильное документальное оформление и своевременное отражение в регистрах бухгалтерского учета поступления, первоначальную оценку, переоценку, амортизацию и выбытие основных средств, контроль за сохранностью и правильным использованием каждого объекта.

Аудит основных средств представляет собой комплексную проверку процессов учета, учета и использования основных средств в организации. Данный вид аудита направлен на обеспечение достоверности и правильности ведения бухгалтерского учета, а также соответствие деятельности предприятия нормативам и законодательству Республики Казахстан.

Один из ключевых аспектов аудита основных средств – это установление соблюдения методики учета, применяемой в организации, стандарта бухгалтерского учета. Аудиторы анализируют использование учетных политик и процедур, принадлежащих предприятиям в отношении основных компаний, и проверяют их соответствие требованиям законодательства и нормативных актов.

Одним из важных аспектов аудита является также проверка правильности проведения операций, правил с движением основных средств. Аудиторы внимательно изучают налоги, связанные с приобретением, эксплуатацией основных средств. Это включает в себя анализ правильного применения налоговых льгот, учета амортизации и других налоговых аспектов, связанных с основными средствами.

Еще одним важным аспектом аудита является проверка соблюдения процессов учета и использования основных средств нормативным документам. Это может включать в себя наблюдение за соблюдением документации, касанием приобретения и списанием основных средств по требованиям законодательства о финансовой отчетности и других норм, принятых в Казахстане.

Своевременное проведение аудита основных средств обеспечивает не только правильность учета, но и возможность заметить возможные финансовые риски организации. Например, обнаружение ошибок или несоответствий в учете основных средств может предотвратить наложение штрафов со стороны налоговых органов и другие негативные последствия.

Таким образом, аудит основных средств необходим для обеспечения финансовой прозрачности и управления рисками в организации. Он не только помогает обеспечить достоверность бухгалтерской отчетности, но и предостерегает от финансовых проблем, связанных с неправильным учетом и использованием основных средств.

Для достижения цели проведения аудита, аудитор должен выполнить следующие действия:

- Провести оценку эффективности внутренней системы контроля. Включает в себя изучение анализа процедур и решений, разработанных для определения точности, надежности и точности бухгалтерского учета основных средств. Аудитор выявляет сильные и слабые стороны внутренней системы контроля, что помогает определить, на сегодняшний день можно ли доверять бухгалтерской отчетности;

- Разработать программу аудиторских процедур по существу. На основе проведенной оценки системы внутреннего аудита, аудитор составляет подробный план действий, включающие аудиторские процедуры, направленные на проверку основных аспектов бухгалтерского учета. Это может включать в себя проверку документации, проведение инвентаризационного контроля и другие методы, направленные на выявление ошибок или несоответствий в учете.;

- Определить методы проверки, соответствующие характеру и особенностям основных средств в организации. Это включает в себя выбор дополнительных методов, таких как аналитические процедуры, аналитическая документация, обзор финансовых отчетов и другие методы, направленные доказательства достоверности бухгалтерской информации. Аудитор должен учитывать специфику деятельности организации, а также особенности основных средств, чтобы подготовиться к проведению проверок.

Источниками информации, предоставленными заранее, являются ключевыми документами, с помощью которых аудитор может проводить аудиторскую проверку. Список необходимых документов:

- договора купли продажи основных средств – документы содержащие информацию о сделке приобретения основных средств. Аудитор анализирует содержания договоров, убеждается в их законности, следовательно, всех элементов, таких как условия оплаты, стоимость, сроки поставки, а также прочие детали, влияющие на бухгалтерский учет;

- акты и накладные приемки передачи основных средств – документы фиксирующие моменты передачи основных средств от продавца покупателю. Аудитор анализирует их для подтверждения соответствия данных в договорах купли-продажи и для убеждения в правильности учета стоимости и количества переданных основных средств;

- описи инвентарных карточек- карточки, содержащие информацию о каждом конкретном средстве, таких как его характеристики, даты приобретения, стоимость и другие соответствующие детали. Аудитор анализирует описи инвентарных карточек, чтобы удостовериться в их актуальности, полноте и соответствии с данными финансовой отчетности.;

- инвентарные книги, инвентарные списки основных средств - документы представляют собой учет основных средств в целом и могут служить информацией для правильной проверки учета и сохранения актуальных данных о каждом виде деятельности. Аудитор анализирует соответствие информации в инвентарных книгах и списках с данными в других источниках, таких как инвентарные карточки;

- акты на списание основных средств - документы фиксирующие моменты списания основных средств учета. Аудитор исследует их, чтобы убедиться в соответствии с причинами списания.

В процессе аудиторских проверок выявляются следующие типичные ошибки при оценке сохранности и учете основных средств:

Неотражение стоимости арендованного ущерба, что влечет за собой недостоверные сведения о наличии активов, наблюдаемых на этих счетах.

Оприходование некоторых основных средств без печати и необходимых свидетельств о регистрации прав собственности на них.

Несоблюдение момента перехода права собственности от продавца к покупателю, что приводит к недостоверному отражению основных средств на счетах учета.

Отсутствие документов, соответствующих техническому состоянию основных средств.

Выявленные ошибки в ходе аудита оказывают существенное влияние на точность финансовых результатов и бухгалтерской отчетности, поскольку приводят к увеличению суммы начисленной амортизации в бухгалтерском учете. При проведении аудита основные средства, аудитор должен объединить элементы финансового и управленческого анализа. По завершении тщательной работы аудитор составляет группирует пакет рабочих документов, составляет аудиторский отчет и вместе с рекомендациями по улучшению ведения отчётности и учета представляет его руководителю организации.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.

1. Закон «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности» от 28 февраля 2007 года за № 234-Ш.
2. Типовой план счетов бухгалтерского учета.
3. Национальный стандарт финансовой отчетности от 31 января 2013 г. № 50
4. Правила ведения бухгалтерского учета от 14 октября 2011 г. № 1172
5. Приказ министра финансов РК «Об утверждении форм первичных учетных документов» от 20 декабря 2012 г. № 562, с изменениями и дополнениями.
6. Э.О. Нурсеитов «Бухгалтерский учет на предприятии», Алматы, 2015г.
7. В.В.Радостовец «Теория и отраслевые особенности бухгалтерского учета», Алматы, 2008г.
8. Ф.С.Сейдахметова «Современный бухгалтерский учет», Алматы, «Экономика», 2014г.
9. В.К.Радостовец «Финансовый и управленческий учет на предприятии», Алматы, 2006г.
10. Пинкевич Т.В. «Бухгалтерский учет от азов до баланса», Алматы – 2017г.

Сведения об авторах

*Гончарова Даяна Викторовна – Студент, Associate Professor, Каспийский Общественный Университет, e-mail: ljyz2003@mail.ru

Авторлар туралы мәліметтер

*Гончарова Даяна Викторовна - Студент, Associate Professor, Каспий Қоғамдық университеті, e-mail: ljyz2003@mail.ru

Information about the authors

*Goncharova Dayana Viktorovna – Student, Associate Professor, Caspian Public University, e-mail: ljyz2003@mail.ru

Проблемалық несиелердің ағымдағы жағдайын талдау

Ержанова А.Е., 4 курс студенті,

Өмір А.Ж., э.ғ.м., сеньор-лектор,

Каспий Қоғамдық университеті, Almaty, Republic of Kazakhstan

Аннотация. Бұл мақалада екінші деңгейлі банктердің проблемалық несиелерінің жағдайын талдаймыз. Банктер өздерінің несиелік портфельдерін жақсарту есебінен еліміздің экономикасының жақсаруын және оның дамуын қамтамасыз ете алады. Проблемалық несиелерді басқару банктер мен қаржы институттарының қаржылық әл-ауқатын қамтамасыз ету және тәуекелдерді азайту үшін маңызды функциясы болып табылады. Проблемалық несиелерді тиімді басқару тәуекелдерді белсенді басқаруды, стратегиялық шешімдер қабылдауды және қарыз алушылармен ынтымақтастық тәсілін біріктіруді талап етеді. Осы қадамдарды орындау арқылы қаржы институттары қиындықтарды жеңеді, шығындарды азайтады және жалпы қаржылық тұрақтылығын қорғайды. Проблемалық несиелік портфельін дұрыс басқару коммерциялық банктер үшін қаржылық өтімділік пен тұрақтылықты сақтаудың маңызды аспектісі болып табылады.

Түйін сөздер: несиелік, қаржы, проблемалық несиелер, несиелік тәуекел, банк, несиелік портфель, шығын, өтімділік.

Аннотация. В данной статье разберемся с проблемными кредитами банков второго уровня. Банки могут обеспечить улучшение экономики страны и ее развитие за счет улучшения своих кредитных портфелей. Управление проблемными кредитами является важной функцией банков и финансовых учреждений для обеспечения финансового благополучия и снижения рисков. Эффективное управление проблемными кредитами требует активного управления рисками, принятия стратегических решений и интеграции подхода к сотрудничеству с заемщиками. Следуя этим шагам, финансовые учреждения преодолевают трудности, сокращают расходы и защищают общую финансовую стабильность. Правильное управление проблемным кредитным портфелем является важным аспектом поддержания финансовой ликвидности и стабильности для коммерческих банков.

Ключевые слова: кредит, финансы, проблемные кредиты, кредитный риск, банк, кредитный портфель, убыток, ликвидность.

Abstract. In this article we will analyze the situation with problem loans of second-tier banks. Banks can ensure the improvement of the country's economy and its development by improving their loan portfolios. The management of problem loans is an important function of banks and financial institutions to ensure financial well-being and reduce risks. Effective management of problem loans requires active risk management, strategic decision-making and integration of the approach to cooperation with borrowers. By following these steps, financial institutions overcome difficulties, reduce costs and protect overall financial stability. Proper management of a distressed loan portfolio is an important aspect of maintaining financial liquidity and stability for commercial banks.

Keywords: credit, finance, problem loans, credit risk, bank, loan portfolio, loss, liquidity.

Елімізде тұтынушылық несиелеу нарығы секторы, несиелеу нарығының қарқынды дамып келе жатқан секторы. Экономистер зерттеулерінде халыққа несиелік беру барысында қолданылған және қолданылатын әдістер мен бағдарламаларға анағұрлым жан жақты талдау жасайды. Бұл жағдайда осы саладағы коммерциялық банктердің несиелеу әдістерін жетілдіруді және несиелік беру жүйесін дамытуды талдау, жұмыс тиімділігін бағалау жұмыстары назардан тыс қалып кетеді. Кредиттік қатынастарды мемлекеттік реттеу, нормативтік базаны әзірлеу, қарыз алушы мен банк арасындағы қатынастарды реттеу мәселелеріне көп көңіл бөлінеді.

Несиелік процестің бір кезеңі-банктік несиелік қайтару. Несиелік қайтару ақшаның кері ағынын білдіреді яғни, банктерге несиелік пайыздарының тиісті сомасын төлеуді білдіреді. Несиелерді қайтару - бұл бүкіл несиелік бөлімшенің барлық жұмыстарының негізгісі және қызметкерлер несиелік беру процесінде қаншалықты сапалы және кәсіби жұмыс істегенін көрсетеді. Егер борышкер несиелік еш қиындықсыз қайтарса және ол бойынша пайыздарды

төлесе, онда несиелік істі (құжаттаманы) жабу ғана қалады және бұл қарыз алушының болашағын перспективалы және қазірдің өзінде сол банкте жақсы несиелік тарихы сақталады. Егер несиелік қайтармау және пайыздарды төлемеу орын алса, онда банктің несиелік бөлімшесінің барлық қызметкерлері осы проблемалық несиелік жою бойынша үлкен жұмыс жүргізуі керек, содан кейін несиелік беру және оны пайдалануды тексеру туралы шешім қабылдау процесі барысында жіберілген қателіктерді талдаудан өткізуі керек.

Банктің кредиттік саясатты іске асыру барысында кредиттің қайтарымдылығын қамтамасыз ету бөлігінде жеке тұлғалардың «проблемалық» несиелерімен жұмыс маңызды рөл атқарады. Проблемалық несиелер көбінесе клиенттің ақша дағдарысының нәтижесі болып табылады. Дағдарыс ол кенеттен пайда болуы мүмкін, бірақ ол біртіндеп дамиды. Кредиттік бөлімшелердің қызметкерлері банктің ықтимал шығындарға қарсы бірінші «қорғаныс желісі» болып табылады[2].

Несие саясатында банк проблемалық несиелермен қалай күресетіні нақты анықталуы керек. «Қарыз алушы-Банк» жанжалын шешудің бірнеше негізгі әдісін ажыратуға болады. Бірінші жағдайда несиелік шарттарына өзгерістер енгізу, мысалы, пайыздық мөлшерлемені өзгерту немесе төлем ставкасы мен мерзімін өзгерту. Екінші әдіс-несиелік кеңейту, яғни, қосымша қаражат беру. Бұл ретте борыштың мөлшері мерзімі өткен несиелден, ағымдағыға өзгереді. Ең радикалды әдіс-кепілдікті жою. Оны жүзеге асыру кезінде банк пен клиент арасындағы қатынастар, әдетте, толығымен үзіледі.

«Проблемалық» несиелермен берілген іс-қимыл схемалары іс жүзінде сәтті жүзеге асырылуы үшін есепке алу, талдау, сондай-ақ кредиттік тәуекелді басқару жүйесін құру қажет. Мысалы, егер төлемдер кешіктірілген болса, АҚШ-тағы ұлттық банктер 90 күннен артық жинақтау принципінен бас тарту керек және есептелген, бірақ алынбаған пайыздардың барлық сомасын банктің кіріс шоттары есебінен шығарылуы керек. Егер олар мұны жасамаса, онда олардың кіріс мөлшері артық болады. Бұл талап көптеген елдерде жарамды болса да, тәжірибе әр елде әр түрлі болады.

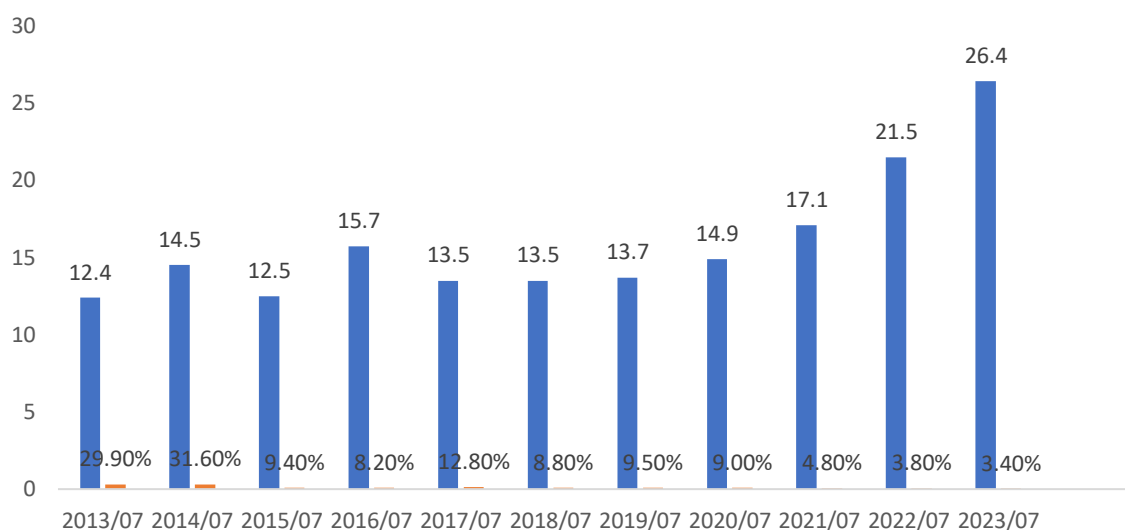
Қазақстанда «проблемалық» қарыздардың жалпы қорытынды көлемі әлі күнге дейін банк теңдеуіндегі негізгі белгісіз болып қала береді. Шынында да, көбінесе банктер несиелік қайтарымсыз деп танудың орнына және несиелік оның резервтерінен шығарудың орнына, қарыз алушымен оны қайта құрылымдау туралы келісіп жатады, өйткені олар баланста шығындарды көрсетпеуге мүмкіндік беретін схемаларды іздейді, меншікті капиталды азайту және стандарттарға сай болу үшін. Алайда, сарапшылардың пікірінше, мұндай несиелік әрбір үштен бірі дефолтқа ұшырайды, ал банктердің өздері қайта құрылымдалған несиелердің жартысының қайтарылмайтындығын жоққа шығармайды[2].

Жалпы Қазақстан Республиканың Ұлттық Банкі ірі несиелерде талдау жүргізіп, ықтимал проблемалық несиелер, соның ішінде қайта құрылымдалған несиелер банктердің несиелік портфелінің 25% құрайтынын анықтады.

«Проблемалық несиелердің үлесі» кейбір банктердегі несиелік портфелінің 80% асып түседі.

Банк секторы бойынша мерзімі өткен берешегі бар қарыздар деңгейі 2023 жылғы 1 қаңтардағы көрсеткіштермен салыстырғанда айтарлықтай өсті. Мұны Ұлттық Банктің статистикасы дәлелдейді[3].

2023 жылғы 1 қазандағы жағдай бойынша Қазақстан Республикасының несиелік портфелінің сапасы тұрақты болып қалады. 2023 жылғы 1 қазандағы жағдай бойынша банк секторы бойынша мерзімі өткен берешегі 90 күннен асатын қарыздар деңгейі несиелік портфелінің 3,3%– немесе 906 млрд теңгені құрады (2023 жылғы 1 қаңтардағы жағдай бойынша - 3,4% немесе 815 млрд теңге)[1]. Ол төмендегі 1 - суретте көрсетілген.



1 Сурет – ҚР ЕДБ несиелер портфелі

Ескерту: [1] әдебиет негізінде құрастырылған

Ағымдағы жылдың тамыз айына қарай қазақстандық банктердің несиелер портфелі 26,4 трлн теңгені құрады — бұл бір ай бұрынғыға қарағанда 1,9% - ға артық. Төлемдер мерзімі 30 күннен асатын берешек өз кезегінде 1,2 трлн теңгеге жетті — бұл бір ай бұрынғыға қарағанда 2,9% - ға артық. Ай сайынғы динамикадағы теріс көрсеткішті төмендету үшін кредитор-банктердің үздік ондығынан екі ЕДБ ғана қол жеткізді.

Bank RBK-тің «қысқа» мерзімін қысқарту бойынша ірі банктер арасында көш бастап тұр: айына минус 3,4%. Бұл ретте банктің кредиттік портфелі, керісінше, шамамен 1% - ға, 922,4 млрд теңгеге дейін өсті, яғни біз портфельдің сапасын жақсарту туралы тікелей айтып отырмыз. Банктің қарыздарының жалпы көлемінде төлем мерзімі 30 күннен асатын кредиттердің үлесі бір ай бұрын 3,96%- ға қарсы 3,8% ғана құрады. Салыстыру үшін, жалпы сектор бойынша көрсеткіш бір ай бұрын 4,36% - ға қарсы 4,41% ды құрады. 30 күннен астам кешіктірілген төлемдермен қарыздардың қысқарғанын көрсеткен екінші банк-Jusan Bank: айына минус 3,1%, 138,1 млрд теңгеге дейін. Банктің несиелер берушісіндегі мұндай қарыздардың үлесі 11,3% құрайды.

Тағы сегіз ЕДБ секторда мерзімі өткен қарыздар көлемінің өскенін көрсетті, ең көрнектісі — ЦентрКредит банкінде (бір айда 34,6% - ға) және Фридом Финанс Қазақстан Банкінде (18,1% - ға)[1]. Оны төмендегі кестеден көруге болады.

1-кесте - Төлем мерзімі 30 күннен асатын кешіктірілген несиелер

	Барлығы		Өсу қарқыны	
	2023/07	2023/06	2023/06	
ЕДБ				
ҚР ЕДБ	1162,5	1130,0	102,9	32,5
BANK RBK	35,0	36,3	96,6	-1,2
JUSAN BANK	138,1	142,6	96,9	-4,5
EURASIAN BANK	105,3	104,3	101,0	1,0
HALYK BANK	260,9	258,3	101,0	2,5
FORTE BANK	83,2	81,6	102,0	1,7
BEREKE BANK	115,0	111,9	102,8	3,1
KASPI KZ	249,1	239,7	103,9	9,3
ОТБАСЫ БАНК	15,4	13,4	114,5	1,9
FREEDOM BANK	3,9	3,3	118,1	0,6
CENTERCREDIT	78,6	58,4	134,6	20,2

Ескерту: [1] әдебиеттер негізінде құрастырылған

90 күннен астам «ұзақ» кешіктіруге келетін болсақ, мұнда көрсеткіш бір айда банк секторы бойынша бірден 4,3% - ға, 889 млрд теңгеге дейін өсті. Бұл ҚР ЕДБ жиынтық несиелер портфелінің 3,37% - ы, бір ай бұрын 3,29% - ын құрады. NPL 90+, яғни төлем мерзімі 90 күннен асатын нашар несиелерді қысқартуға бес банк қол жеткізе алды.

Бұл сегментте Bank RBK да көш бастап тұр: бірден минус 8,7%, 29,6 млрд теңгеге дейін. Бұл банк портфелінің тек 3,21% -ы, бір ай бұрын 3,54% болған, бұл ҚР ЕДБ арасындағы ең үздік көрсеткіштердің бірі. Назар аударыңыз: мұндай көрсеткіштер қаржы институтының өлшенген несиелік саясатымен және, тұтынушылық несиелеуге немесе басқа ұқсас сегментке бағытталмаған несиелер желісінің әртүрлілігімен түсіндіріледі. Сонымен қатар, өз ресурстары есебінен кредиттеуден басқа, Bank RBK бизнесті мемлекеттік қолдау бағдарламаларын іске асыруға белсенді қатысады. Қазақстандық кәсіпкерлер осындай бағдарламаларға қатысушы банктер арқылы пайыздық мөлшерлемені субсидиялады, кредиттерге кепілдік беруді және бизнесті дамыту үшін басқа да мүмкіндіктерді алады.

Ұзақ мерзімді төленбеген несиелерді қысқарту бойынша екінші орынды Jusan Bank иеленді: айына минус 3,9%, 115,4 млрд теңгеге дейін. Бұл банктің несиелер портфелі 9,43%, бір ай бұрын 9,51% құрады.

Айлық динамикада NPL 90 + көлемін қысқартқан ЕДБ қатарына Еуразиялық банк (2,6% - ға), Haluk Bank (1,9% - ға) және Центркредит (0,4% - ға) сияқты банктерде кірді. (2-кесте)[1]

2-кесте. Төлем мерзімі 30 күннен асатын кешіктірілген несиелер.

ЕДБ	Барлығы		Өсу қарқыны	
	2023/07	2023/06	2023/06	
ҚРЕДБ	889,0	852,7	104,3	36,3
BANK RBK	29,6	32,4	91,3	-2,8
JUSAN BANK	115,4	120,1	96,1	-4,7
EURASIAN BANK	77,0	79,0	97,4	-2,1
HALYK BANK	189,6	193,3	98,1	-3,7
FORTE BANK	47,0	47,2	99,6	-0,2
BEREKE BANK	71,9	69,9	102,8	2,0
KASPI KZ	195,2	187,4	104,2	7,8
ОТБАСЫ БАНК	2,6	2,3	112,4	0,3
FREEDOM BANK	101,0	65,8	153,6	35,2
CENTERCREDIT	1,4	0,8	172,9	0,6

Ескерту: [1] әдебиет негізінде құрастырылған.

Жылдық динамикада ҚР ЕДБ несиелер портфелі 22,5% - ға өсті, NPL 90+ көлемі 7,4% - ға ұлғайды, ал NPL 90+ портфеліндегі үлесі тиісінше қысқарды (бір жыл бұрын көрсеткіш 3,84% - ға құрады) [1].

Банктерде өзінің коллекторлық бөлімін құру арқылы жеке тұлғалардың «проблемалық» қарыздарын қайтару тиімділігін арттыруға болады. Коллекторлық бизнес тек заңды құралдарды (талап-арыздар, атқарушылық іс жүргізу) қолдануды ғана қарастырмайды, сонымен қатар борышкерге әсер етудің психологиялық тәсілдерінде қарастырады. Бұл жағдайды коллекторлар қолданыстағы заңнаманың талаптарын сақтай отырып қолданылады. Коллекторлық өлімнің қызметі заңдылық, құпиялық, сыйластық, дұрыстық, кәсіби этика нормаларын сақтау қағидаттарының негізінде жүзеге асырылады.

Проблемалық несиелер банктердің қаржылық тұрақтылығына үлкен қауіп төндіреді және оларды болдырмау және басқару үшін тиімді стратегиялар мен тәсілдерді қажет етеді. Бұл ретте банктердің проблемалық несиелермен күресу үшін қолдана алатын бірнеше негізгі стратегияларын ұсынамын.

1. Несиелік бағалау процестерін жақсарту

Ықтимал тәуекелдерді тиімді анықтау қарыз алушылардың несиелік қабілетін мұқият бағалаудан басталады. Банктер деректерді дәлірек талдау және қарыз алушылардың қаржылық болашағын болжау үшін заманауи технологиялар мен аналитикалық құралдарды енгізу арқылы бағалау процестерін жақсартта алады.

2. Мәселені ерте анықтау:

Несиелік портфельді үнемі бақылау проблемалық жағдайларды ерте кезеңдерде анықтауға мүмкіндік береді. Қарыз алушылардың қаржылық жағдайындағы өзгерістерді талдау үшін автоматтандырылған жүйелер мен алгоритмдерді қолдану ықтимал тәуекелдерге жедел жауап беруге көмектеседі.

3. Икемді несие өнімдерін әзірлеу:

Банктер қарыз алушылардың қаржылық қиындықтарын ескеретін икемді несиелік өнімдерді әзірлеуді қарастыруы мүмкін. Бұл төлемдерді кейінге қалдыру кезеңдерін, несиелерді қайта құрылымдау мүмкіндігін және қаржылық қысымды уақытша жеңілдететін басқа шараларды қамтуы мүмкін.

4. Қарыз алушылармен белсенді өзара іс-қимыл:

Қарыз алушылармен ашық диалог құру банктерге олардың қаржылық жағдайындағы өзгерістерге жедел назар аударуға мүмкіндік береді. Қаржыны басқару бойынша білім беру бағдарламаларын ұсыну қарыз алушыларға қиындықтарды жеңуге көмектеседі.

5. Несиелік тәуекелді сақтандыру:

Несиелік тәуекелді сақтандыруды пайдалану банктерге қарыз алушы дефолтқа ұшыраған жағдайда шығындардан қорғауға көмектеседі. Бұл әсіресе экономикалық тұрақсыздық жағдайында пайдалы болуы мүмкін.

6. Тәуекелді талдау технологиялары:

Жасанды интеллект және машиналық оқыту сияқты заманауи технологияларды енгізу банктерге деректерді дәлірек талдауға және ықтимал проблемаларды көрсететін үлгілерді анықтауға мүмкіндік береді.

7. Мемлекеттік органдармен ынтымақтастық:

Банктер елдегі қаржылық жағдай туралы ақпарат алмасу және қолдау бағдарламаларына қатысу үшін мемлекеттік органдармен белсенді түрде ынтымақтаса алады.

Проблемалық несиелермен тиімді күресу теңдестірілген және көп өлшемді тәсілді қажет етеді. Заманауи технологиялардың, ерте анықтау стратегияларының және қарыз алушылармен белсенді қарым-қатынастың үйлесімі банктерге несиелерді тиімді басқаруға көмектеседі.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Как банки РК справляются с «плохими» кредитами? [Электронный ресурс]. – 2023. – URL: <https://ranking.kz/rankings/banking/> (дата обращения: 17.11.2023).

2. Kapital.kz ресми сайты. [Электронный ресурс]. – 2023. – URL: <https://kapital.kz/> / (дата обращения: 17.11.2023)

3. Қазақстан Ұлттық Банкі ресми сайты. [Электронный ресурс]. – 2023. – URL: <https://www.nationalbank.kz/kz/> (дата обращения: 17.11.2023)

Авторлар туралы мәлімет:

Ержанова А.Е. – «Корпоративтік қаржы» мамандығының 4 курс студенті, Каспий Қоғамдық Университеті, Қазақстан, Алматы қ.

E-mail: alina.yerzhanova2@mail.ru

Өмір Айнұр Жұмаханқызы- э.ғ.м., сеньор-лектор, Каспий Қоғамдық университеті,

e-mail: omir_ainura@mail.ru

Сведения об авторах:

Ержанова А.Е. - студент 4 курса специальности «Корпоративные финансы», электронная почта: alina.yerzhanova2@mail.ru
Өмір Айнұр Жұмаханқызы- м.э.н., сеньор-лектор, e-mail: omir_ainura@mail.ru
Каспийский общественный университет, Алматы, Казахстан.

Information about the authors:

Yerzhanova A.E. - 4th year student of the specialty “Corporate Finance”, Email: alina.yerzhanova2@mail.ru
Omira Ainur Zhumahankyzy, senior lecturer, e-mail: omir_ainura@mail.ru
Caspian Public University, Almaty, Kazakhstan.

ӘОЖ 336.3

КӘСПОРЫНДАҒЫ БАНК НЕСИЕЛЕРІНІҢ ЕСЕБІ ЖӘНЕ АУДИТІ

Жанабаева А.А.¹, Шерзатов К.А.²

¹ Студент, Каспий Қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

² Магистр, Каспий Қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

Аңдатпа. Несие – бұл банктің қарыз алушыға төлем, қайтарымдылық, мерзімділік және кепілдік шарттарымен қаражат беру операциясы. Кең мағынада несие – бұл экономикалық құндылық категориясы, тауар-ақша қатынастарының ажырамас элементі. Несие экономикалық категория ғана емес, сонымен қатар тарихи категория. Ол өндірістік күштердің тек белгілі бір дамуында пайда болады.

Түйін сөздер: несие, экономикалық құндылық, тауар-ақша, категория, пайда.

УЧЕТ И АУДИТ БАНКОВСКИХ КРЕДИТОВ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Жанабаева А.А.¹, Шерзатов К.А.²

¹ Студент, Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

² Магистр, Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация. Кредит – это операция банка по предоставлению заемщику средств на условиях оплаты, возврата, срочности и гарантии. В широком смысле кредит – это категория экономической ценности, неотъемлемый элемент товарно-денежных отношений. Кредит – это не только экономическая категория, но и историческая. Она возникает только при определенном развитии производственных сил.

Ключевые слова: кредит, экономическая ценность, товар-деньги, категория, прибыль.

ACCOUNTING AND AUDITING OF BANK LOANS AT THE ENTERPRISE

Zhanabayeva A.A.¹, Sherzatov K.A.²

¹ Student, Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

² Master, Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

Summary. A loan is an operation of the bank to provide the borrower with funds on the terms of payment, repayment, urgency and guarantee. In a broad sense, credit is a category of economic value, an integral element of commodity-money relations. Credit is not only an economic category, but also a historical one. It arises only with a certain development of production forces.

Keywords: credit, economic value, commodity-money, category, profit.

Коммерциялық несие – тауарды, оған жасалынатын төлемді кейінге қалдыра отырып сату және жөнелту кезінде сатушы сатып алушыға тауар нысанында беретін несие.

Банктер белгілі бір мақсаттарға (жабдықты сатып алу, құрылыс және т.б.) несие береді, олар несие шартында белгіленеді және қарыз алушы үшін алынған қаражатты мақсатына сай пайдалану міндетін тудырады. Егер қарыз алушы қарыз қаражатын кредиттік шартта көзделмеген шығындарды қаржыландыруға жіберсе, онда банктің кредитті мерзімінен бұрын өндіріп алуға құқығы бар.

Несие шарты бойынша қамтамасыз ету болуы мүмкін:

– кепіл

- кепілгерлік
- банк кепілдігі
- несиені өтемеуді сақтандыру

Кепіл – жеке шарт немесе несие шартының бөлігі болуы мүмкін Шарттың күшімен туындайды. Кепіл шарты кредитордың кепіл ұстаушының (бұл жағдайда -- банктің) кепілмен қамтамасыз етілген міндеттеме (кредитті қайтару міндеттемесі) бойынша борышкер (қарыз алушы) кепілге салынған мүліктің құнынан өз талаптарын қанағаттандыруға (мүлікті сатқаннан кейін оған кредиттік шарт бойынша тиесілі соманы алуға) міндеттемені орындамаған (қарыз қаражатын қайтармаған) жағдайда, оның кепілге қойылған мүліктің құнынан (кредиттік шарт бойынша өзіне тиесілі соманы алуға) кепіл берушінің (Қарыз алушының) борышкерінің басқа кредиторлары.

Кепілгерлік шарттан туындайды, ол бойынша кепілгер басқа тұлғаның кредиторы алдында оның міндеттемесін орындағаны үшін жауап беруге міндеттенеді.

Банктік кепілдігі бұл банктің, басқа несиелік мекеменің немесе сақтандыру ұйымының (кепілгердің) несие берушіге (кепілдік алушыға) белгілі бір ақшалай соманы осы несие беруші оны төлеу туралы талапты ұсынғаннан кейін төлеуге жазбаша міндеттемесі. Осылайша, несие алған кезде сіз белгілі бір сыйақы үшін несие шарты бойынша банк алдындағы қарызыңызды өтеу үшін жазбаша міндеттеме беретін басқа банкке немесе сақтандыру қоғамына жүгіне аласыз.

Қарыз берушіден алынған кредит бойынша борыштың (берешектің) негізгі сомасын қарыз алушы ұйым кредиттік шарттың талаптарына сәйкес нақты түскен ақша қаражатының сомасында ескереді.

Қарыз алушы ҰБТ ұйымы ақшаны нақты беру сәтінде берешекті бухгалтерлік есепке алады және оны кредиторлық берешектің құрамында көрсетеді.

Қарыз беруші кредиттік шартты орындамаған немесе толық орындамаған жағдайда, қарыз алушы ҰБТ ұйымы түсіндірме жазбада алынбаған сомалар туралы ақпаратты жылдық бухгалтерлік есептілікке келтіреді.

Шарттың талаптарына сәйкес өтеу мерзімі 12 айдан аспайтын алынған кредиттер бойынша берешек қысқа мерзімді берешек болып есептеледі.

Шарттың талаптары бойынша өтеу мерзімі 12 айдан асатын алынған кредиттер бойынша берешек ұзақ мерзімді берешек болып есептеледі.

Шарттың талаптары бойынша өтеу мерзімі белгіленген тәртіппен басталмаған немесе ұзартылмаған алынған кредиттер бойынша берешек мерзімді берешек болып есептеледі.

Қарыз алушы ҰБТ ұйымы төлем мерзімі өткеннен кейін мерзімді берешекті мерзімі өткен берешекке ауыстыруды қамтамасыз етуге міндетті.

Алынған кредиттер бойынша мерзімді қысқа мерзімді және (немесе) ұзақ мерзімді берешекті мерзімі өткен берешекке аударуды қарыз алушы ЕО ұйымы кредиттік шарттың талаптары бойынша борыштың негізгі сомасын қайтаруды жүзеге асыруға тиіс болған күннен кейінгі күні жүргізеді.

Қарыз алушының қарыз берушіден алған кредитті ҰБТ ұйымының қайтаруы көрсетілген кредиторлық берешекті азайту (өтеу) ретінде қарыз алушының бухгалтерлік есебінде көрсетіледі.

Орташа өлшенген мөлшерлеменің шамасы инвестициялық активті қаржыландыру үшін арнайы алынған сомаларды қоспағанда, есепті кезең ішінде өтелмеген барлық қарыздар мен кредиттердің сомасы бойынша айқындалады.

Есепті кезең ішінде өтелмеген кредиттердің орташа өлшенген сомасы есепті кезеңнің әрбір күнтізбелік айының бірінші күніне өтелмеген кредиттердің қалдықтарын жинақтау және алынған соманы есепті кезеңдегі күнтізбелік айлардың санына бөлу жолымен айқындалады.

Бұл ретте инвестициялық активтерді сатып алудың бастапқы құнына енгізілетін алынған кредиттер бойынша шығындардың жалпы сомасы осы есепті кезеңде ұйым бойынша тұтастай алғанда алынған кредиттер бойынша шығындардың жалпы сомасынан аспауға тиіс.

Жалпы мақсаттарға арналған кредиттерді пайдалануға байланысты шығындар бөлігінде инвестициялық активтердің бастапқы құнына енгізуге жататын шығыстар негізгі құралдардың, мүлктік кешендердің және инвестициялық активтердің басқа да түрлерінің объектілері арасында осы мақсаттарға пайдаланылған жалпы мақсаттағы кредиттердің құнына барабар бөлінеді.

Субъекттер айналым қаражаттарының қажеттілігінен несиелер алады. Несиелеу және қаржыландыру операцияларына соңғы жылдары Ұлттық банктің қызметінің алдағы уақыттарда эмиссиялық қызметіне жақындауына байланысты тиісті шаралар қолданды. Қазіргі уақытта екінші деңгейдегі банктерді несиелеу тек қана олардың өтімділігін сақтау мақсатында жүзеге асырылады. Бюджеттің тапшылығын жабу үшін үкіметке несие беру бюджет саясаты аумағында, яғни Ұлттық банктің республикалық бюджетті несиелеуден бас тарту мақсатында жүргізілді. Ұлттық банктің несиелерін орналастыру аукциондар арқылы, банкаралық нарық арқылы, сол сияқты ломбардтық несиелеу арқылы жүзеге асырылады. Банктер несиелеу процесінде, нарық қатынастарының қалыптасуына, қоғамдық өндірістің тиімділігін көтеруге, Қазақстан Республикасы егеменді мемлекеттің экономикасы мен қаржыларын нығайтуға, айналымда ақша массасының негізсіз өсуін тежеуге, инфляция процестерін болдырмауға және ұлттық валютаның нығаюына ықпал етуге міндетті.

Несиелер бойынша банктердің зиянға ұшырауының өсуіне біршама әсер ететін факторларға жасалған талдау, батыстың банкирлеріне мынадай қорытынды жасауға мүмкіндік береді.

Кәсіпорынның несиеге қабілеттілігін бағалаудың басты әдісі – оның ресми бухгалтерлік есеп берулерін талдау.

Банк несиелерді өндірістің тиімділігін, оның ғылыми-техникалық деңгейін көтеруге, өнімнің жаңа жоғары түрлерін шығаруға ынталандыру, тауарларды халық үшін және экспортқа шығару мен байланысты іс шаралар үшін береді. Банк ол несиелерді қайтарымдылық коммерциялық негізде береді. Несиені беру екі жақтың келісім шарты негізінде жүргізіледі.

Несие мерзімділік, қайтарымдылық және төленетін жағдайында коммерциялық келісімшарт негізінде беріледі.

Несиелеудің объектілері:

– тауарларды экспорттық және импорттық жеткізулер және сыртқы экономикалық қызметтер бойынша шығындар;

– жеке еңбек қызметімен айналысатын азаматтар сатып алған шикізат, материалдар, құралдар және басқа да мүліктер;

– ломбардтық кепіл несиелік операциялары;

– театрдың, парктердің, атракциондардың табыстар мен шығындары арасындағы мерзімдік алшақтанушылық.

Кәсіпорынның несиеге қабілеттілігін талдаудың негізгі міндеттері:

– кәсіпорынның қаржылық жағдайын анықтау;

– қарыз алушының шаруашылық қызметінің тиімсіздігі салдарынан несие ресурстарын жоғалтудан алдын ала сақтандыру

– қарыз алушы кәсіпорынды оның тиімділігін көтеру бағытында қызметін ынталандыру;

– несиелердің тиімділігін көтеру.

Талдау қарыз алушының бухгалтерлік және статистикалық есептерінен жиналған мәліметтер негізінде, қосымша хабарламалар, оның серіктестіктерге қатысты жауапсыздығы, төлемдерін жиі кешіктіруі туралы фактілер негізінде жүргізілуі тиіс. Кәсіпорынның несиеге қабілеттілігін бағалаудың басты әдісі – оның ресми бухгалтерлік есеп берулерін талдау. Осыған сүйене отырып банк мыналарды бағалауы керек:

1) кәсіпорынның төлем қабілеттілігін және өтімділігін;

2) айналым қаражаттарын және алған несиені пайдаланудың тиімділігін;

3) барлық қарыз міндеттемелерді, несиенің сұралған сомасын қоса, өтімді қаржылармен жабуын;

4) шаруашылық айналымда меншікті айналым қаражаттарының болуын;

5) кәсіпорынның табыстылығын (рентабельділігін) бағалау.

Талдау негізінде банк қарыз алушыға несие беру мүмкіндігі туралы қорытынды жасайды.

Мысалы, «Н» компаниясы жылдық 18%-пен 1500000 теңге қысқа мерзімді (1 жылға), банк неисесін рәсімдеген.

$1500000 * 18\% = 270000$ теңге

$1500000 + 270000 = 1770000$ теңге

$1770000 / 12 = 147500$ теңге бір айға төленетін сомасы

Несие алған жағдайда

ДТ	КТ	Сомасы
1030, 1010	3010	1 500 000

Несиені пайдаланғаны үшін пайыздар есептелгенде

ДТ	КТ	Сомасы
7320	3380	270 000

Пайыздар төленгенде

ДТ	КТ	Сомасы
3380	1010, 1030	147 500

Несиені өтеген жағдайда

ДТ	КТ	Сомасы
3010	1030, 1010	1 770 000

Есептік кезең соңында табыс жиынын процент бойынша кеміту шығындарын есептен шығару жазбалары беріледі.

ДТ	КТ	Сомасы
5610	7320	270 000

Коммерциялық несиелер, банктік және банктен тыс ұйымдардың несиелеріне бақылау жасау процедураларына зерттеу жүргізу кезінде аудитор төмендегілерге көз жеткізуі тиіс:

– Несиелендіруші алушының қаржылық жағдайына және оның сенімділігіне талдау жасау қажет;

– Нотариус куәландырған жарғының, келісімшарттардың, тіркеу туралы куәліктің көшірмелері, қаржылық қорытынды есеп дұрыстығы;

– Несие алушының қаржылық тұрақтылығына талдау жасауды, оның дұрыстығы;

– Несие шарты бойынша есептеулердің дұрыстығы, орындалуы;

– Несиенің мақсатқа сай пайдаланылуы т.б.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Қаржылық есеп: оқу құралы / Б.Б. Султанова, Ж.А. Абишева, Ф.М. Тулегенова. – Алматы: Қазақ университеті, 2019. – 348 б.

2. Ибыжанова А.Д. Финансовый учет 2: учебное пособие. – Алматы: Альманах, 2020. – 147 с.
3. Никандрова Л.К. Финансовый учет: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2019. – 280 с.
4. Рожнова О.В. Финансовый учет и финансовая отчетность (национальные стандарты): учебное пособие. – М.: Русайнс, 2020. – 218 с.
5. Балакина А.П. Финансы: учебник. – М.: Дашков и К, 2017.

Авторлар туралы мәліметтер

*Жанабаева Аружан Аязқызы – Каспий Қоғамдық Университеті, e-mail: zhanabayeva04@mail.ru

**Шерзатов Қанат Аманханұлы – магистр, Каспий Қоғамдық Университеті, e-mail: kan411@mail.ru

Сведения об авторах

*Жанабаева Аружан Аязқызы – Каспийский Общественный Университет, e-mail: zhanabayeva04@mail.ru

**Шерзатов Канат Аманханович – магистр, Каспийский Общественный Университет, e-mail: kan411@mail.ru

Information about the authors

*Zhanabayeva Aruzhan Ayazkyzy – Caspian Public University, e-mail: zhanabayeva04@mail.ru

**Sherzatov Kanat – Master, Caspian Public University, e-mail: kan411@mail.ru

УДК 338.4

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МСБ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

Жанахметов Б. Г.¹, Айсаев Р.²

Научный руководитель КОУ: сеньор лектор Большекбаева К.О.

^{1,2} Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация. Цель статьи заключается в рассмотрении проблем МСБ Республики Казахстан. В данной статье приведены показатели зарегистрированных МСБ текущего и прошлого года для демонстрации динамики роста их количества. Задача статьи раскрыть проблемы МСБ в Казахстане, а также в постсоветском пространстве и предложить решение текущей ситуации.

Ключевые слова: бизнес, производство, финансы, торговля, государство, политика, экономика.

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДАҒЫ КОБ ДАМУ МӘСЕЛЕЛЕРІ

Жанахметов Б. Г.¹, Айсаев Р.²

ҚОУ ғылыми жетекшісі: сеньор лектор Большекбаева Қ.О.

^{1,2}Каспий қоғамдық университеті, Алматы, Қазақстан Республикасы

Аңдатпа. Бұл мақаланың мақсаты Қазақстан Республикасының шағын және орта бизнестің мәселелерін қарастыру болып табылады. Алдыңыздағы мақалада демонстрация үшін тіркелген шағын және орта бизнестің көлемінің өсу динамикасы көрсетілген. Мақала Қазақстандағы және посткеңестік ұйымның шағын және орта бизнестің проблемаларын ашуға, оған қоса шешімін табуға міндетті.

Түйін сөздер: бизнес, өндіріс, қаржы, сауда, үкімет, саясат, экономика.

PROBLEMS OF SMB DEVELOPMENT IN THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN

Zhanakhmetov B. G.¹, Aisaev R.²

Scientific supervisor of KOU: senior lecturer Bolshekbaeva K.O.

^{1,2}Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

Summary. The purpose of the article is to consider the problems of SMEs in the Republic of Kazakhstan. This article presents the indicators of registered SMEs of the current and last year to demonstrate the dynamics of growth in their number. The intention of the article is to reveal the problems of SMEs in Kazakhstan, as well as in the post-Soviet space, and to propose a solution to the current situation.

Key words: business, production, finance, trade, government, politics, economics.

В переходе к инновационной экономике предпринимательство является важнейшей деталью во всей стратегии государственной политики. Без подходящего состояния для инновационного развития предприниматель не может собственными усилиями начать инновационные процессы. Государственное управление предпринимательской деятельности представляет собой существенную меру управляемости политической и экономической конструкции, высший уровень квалификации государственных служащих, результативность

политики в отношении предприятий, развитую систему негосударственных организаций, задачи открытой отчетности и подконтрольности органов власти, отсутствия коррупции в органах власти и бизнесе. Предпринимательская деятельность выполняет три задачи: экономическую, инновационную и социальную [1]. В развитых странах примерно малый и средний бизнес занимает 70% предпринимательских структур, однако большая часть поступлений в ВВП и национальный доход страны приходится на крупные предприятия. Малый и средний бизнес являются основой экономического и политического роста на сегодняшние дни. Рост малого бизнеса имеет несколько превосходящих черт в сравнении с крупным предприятием, которые выражаются в активизации структурной перестройки экономики. Появление малых рыночных строений во всех отраслях и сферах экономики государства отвечает микрохозяйственным направлениям экономических процессов, так как во всех странах в сфере малых предприятий действует множество небольших бизнесов из разных отраслей. Размеры предприятий зависят от отличий отраслей и их технологических особенностей [2]. Есть отрасли, с ёмким капиталом и внушительными объемами производства и отрасли, для которых не требуются крупные предприятия, а напротив, предпочтение отдается малым предприятиям. Зарубежный опыт экономического и социального развития показывает, что малый бизнес может стать реальной причиной не только стабилизации, но и роста экономики Казахстана. Совершенствование мелкого и среднего производства создает подходящие условия для оздоровления экономики: появляется конкурентная среда; создаются дополнительные рабочие места; интенсивнее идет структурная перестройка; расширяется потребительский сектор. Прогресс малых предприятий ведет к насыщению рынка товарами и услугами, роста экспортного потенциала, к более продуктивному использованию местных сырьевых ресурсов. Малое предпринимательство содействует поддержанию на должном уровне конкуренции, гибкой преобразованию производства, форсированию инновационных процессов, образованию социальной направленности рыночных отношений и росту занятости. В связи с этим научное исследование экономических вопросов малого бизнеса в Казахстане приобретает особую важность в условиях реформирования экономики, характеризующейся, в первую очередь схематичной реорганизацией хозяйства, необходимостью стабилизации воспроизводственных процессов и обеспечения в будущем устойчивого экономического развития.

В пространстве СНГ малые предприятия формировались чаще всего путем приватизаций предприятий – учредителей. В Казахстане малые предприятия образовались в форме товариществ с ограниченной ответственностью, многие коллективы преобразовались в малые предприятия, основанные на частной доле собственности. Реже можно встретить малый бизнес семейного типа [3]. Во многом это можно объяснить сложной доступностью и дороговизной аренды не жилых помещений.

В наши дни развитие малого бизнеса происходит в основном в посреднической сфере и в отраслях, не требующих значительных денежных вложений: в торговле, общественном питании, в строительстве гражданских объектов, мелком ремонте техники и машин, в сельском хозяйстве. Между тем важный рынок как сфера научно-технических новшеств и информации, не осваивается. Это основано, с одной стороны, дефицитом вниманием к конкретным проблемам государственных структур управления, неимением правовых актов, обеспечивающих прогресс малого научно-технического бизнеса, а с другой — монополией государственных научно-исследовательских институтов, сконцентрировавших у себя весь объем финансирования сферы. Это привело к монополизму государственной отрасли в науке и отсутствию внедренческих строений в материальной сфере [4].

МСБ представлены в производственной деятельности, финансах и торговле, консалтинге и аудите. Производство является ведущим видом предпринимательства. К нему относится производство продуктов, товаров, выполнение строительных и сельскохозяйственных работ, транспортные операции и операции связи. В период переход как рыночной экономике на сферу производственной деятельности наиболее негативно повлияли разрыв сложившихся хозяйственных связей, нарушение материально-технического обеспечения, снижение объемов

реализации отечественной продукции резкое ухудшение финансового положения предприятий и организаций. В этом проявляются преимущества малого бизнеса. Это повышение творческой инициативы, способность быстро реагировать на изменения и самостоятельность в принятии ключевых решений, что позволяет им извлекать выгоду из изменений во внешней среде и способствует созданию и внедрению инноваций.

Таблица 1. Основные показатели деятельности субъектов МСБ.

	2023 года	2022 года
Зарегистрированные субъекты малого и среднего предпринимательства, единиц	2 026 527	1 694 672
в том числе:		
предприятия малого предпринимательства	438 403	416 080
предприятия среднего предпринимательства	3 032	2 903
индивидуальные предприниматели	1 336 490	1 044 252
крестьянские или фермерские хозяйства	248 602	231 437
Действующие субъекты малого и среднего предпринимательства, единиц	1 818 764	1 431 647
в том числе:		
предприятия малого предпринимательства	340 584	299 737
предприятия среднего предпринимательства	2 924	2 754
индивидуальные предприниматели	1 234 536	907 722
крестьянские или фермерские хозяйства	240 720	221 434
Численность занятых в малом и среднем предпринимательстве, человек	4 109 741	3 475 204
в том числе:		
на предприятиях малого предпринимательства	1 728 767	3 125 088
на предприятиях среднего предпринимательства	380 081	350 116
у индивидуальных предпринимателей	1 678 463	1 367 140
в крестьянских или фермерских хозяйствах	322 430	304 555
Выпуск продукции субъектами малого и среднего предпринимательства, млн. тенге	59 221 488	42 842 358
в том числе:		
предприятиями малого предпринимательства	42 069 312	29 452 215
предприятиями среднего предпринимательства	9 699 892	7 679 792
индивидуальными предпринимателями	4 468 161	3 404 453
крестьянскими или фермерскими хозяйствами	2 984 123	2 305 898

Данные о развитии малых предприятий в развитых странах в последние десятилетия XX века позволяют рассматривать малые предприятия как важный фактор экономического роста. В Казахстане роль МСБ в инновационной деятельности может стать очень важной в условиях усиления конкуренции и интеграции казахстанских компаний в систему глобальных экономических отношений. Именно при динамичном изменении структуры экономики преимущества МСБ и потребность в них со стороны крупных компаний становятся наиболее очевидными[5].

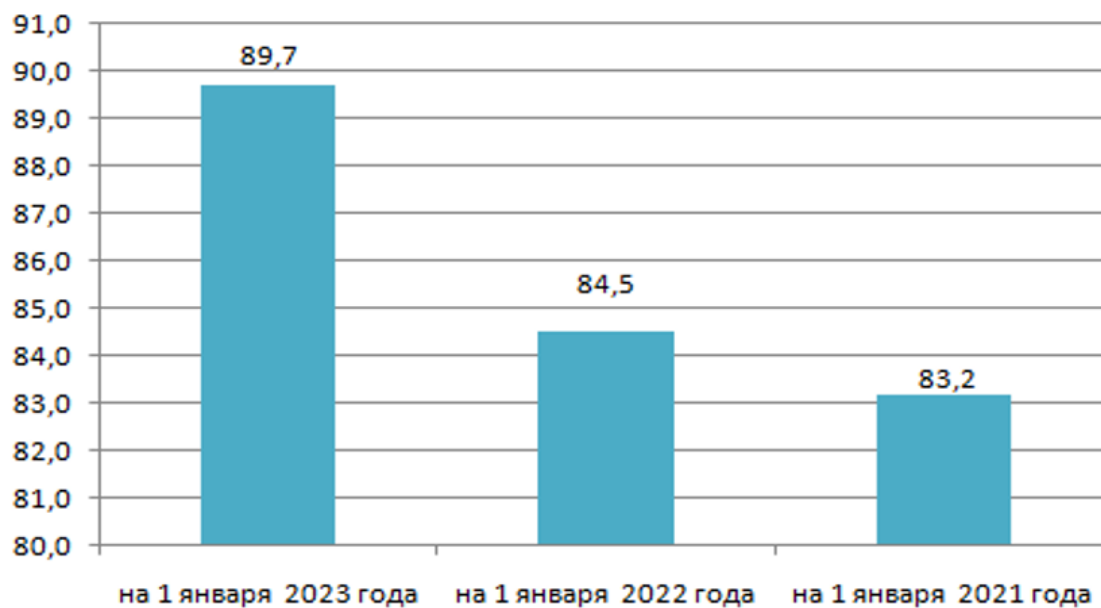


диаграмма 1. Доля действующих субъектов МСБ в общем числе зарегистрированных

ных субъектов МСБ (%)

Доля текущих в общем числе зарегистрированных субъектов МСБ составила 89,7%, что на 5.2 п. п. выше уровня предыдущего года. Наибольшая доля в региональном разрезе преобладает в Туркестанской (98,1%), Костанайской (93,9%) и Кызылординской (93,5%) областях. Наименьшая доля зафиксирована в г. Алматы (82,7%). В стране развитие МСБ идет своим ходом. Конечно, этот показатель не является геометрическим, но он растет год от года. Предпринимательский класс является неотъемлемым атрибутом рыночной экономики самостоятельным субъектом экономических отношений. Большинство предпринимателей относится к так называемому среднему классу, который не только гарантирует стабильность государственной экономики, основанной на рыночной системе хозяйствования, но и влияет на политический процесс в обществе, не допуская отклонений от либеральных и рыночных ценностей. Однако не следует забывать, что в республиканской практике встречаются случаи, когда предприниматели пытаются скрыть свою деятельность от налогообложения, ведя двойную бухгалтерию, занимаясь подпольным производством, фиктивной торговлей или участвуя в других теневых видах деятельности.

Казахстан перенял успешный опыт развитых стран, так как улучшение системы государственной поддержки малого и среднего бизнеса находится постоянно в центре внимания правительства страны. Например, в развитых странах крупные предприятия не противопоставляются с МСБ. Напротив, в этих странах культивируется принцип сотрудничества крупных и малых предприятий, когда крупные бизнес объединения не подавляют МСБ, а дополняют друг друга, особенно в области специализации и инновационного развития отдельных отраслей[6].

В целом меры, принимаемые государством для поддержки МСБ, включают снижение налогового бремени, легализацию имущества и активов, упрощение административных процедур и разрешений, защиту от бюрократических препон и облегчение доступа к кредитным ресурсам. Эти меры, безусловно, должны привести к созданию новых предприятий. При этом будут созданы тысячи, если не сотни, новых малых и средних предприятий, что позволит создать десятки тысяч новых рабочих мест. Что еще более важно, будет создана предпринимательская среда, гарантирующая постоянное воспроизводство новых малых и средних предприятий.

В заключении хотелось бы отметить, в Казахстане развитие предпринимательства является одним из приоритетных направлений национальной экономической политики, и государство стремится к формированию конкурентоспособного и динамичного бизнес сообщества, ориентированного на средний класс и создание новых высокотехнологичных производств с наибольшей добавленной стоимостью. Несмотря на то, что показатели развития предпринимательства в Казахстане существенно отличаются от показателей развитых стран, малым и средним предприятиям страны удалось занять достойную нишу в национальной экономике.

Переход к рыночной экономике поставил перед Казахстаном ряд проблем, которые на данном этапе характеризуются сложностью и многообразием форм. Прежде всего, должны быть определены права собственности и решено, кому, по какому механизму и по какой цене должна предоставляться собственность на государственные предприятия. Необходимо также создать рынки капитала, банковскую, финансовую и денежную системы. Необходимо внести изменения в действующее законодательство, чтобы узаконить новые экономические отношения, новые формы собственности и новые формы торговли. Необходимо подобрать и обучить менеджеров, способных работать в рыночной системе и конкурировать на национальном и мировом уровне. Необходимо разработать политику в области конкуренции и регулирования, а также найти пути решения проблем, возникающих в связи с тем, что простая приватизация огромных неэффективных предприятий приводит к созданию огромной и неэффективной системы частных монополий [6].

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Постановление Правительства Республики Казахстан от 11 июля 2012 года № 929 «О Концепции дальнейшего реформирования разрешительной системы Республики Казахстан на 2012–2015 годы», [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.zakon.kz/>, (дата обращения 25.10.13)
2. Закон Республики Казахстан от 31.01.2006 г. № 124-III «О частном предпринимательстве». [Электронный ресурс] //Режим доступа: <http://www.zakon.kz/>, (дата обращения 27.10.13)
3. www.government.kz
4. Закон Республики Казахстан от 06.01.2011 г. № 377-IV ЗРК «О государственном контроле и надзоре в Республике Казахстан». [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.zakon.kz/>, (дата обращения 2.10.13)
5. Закон Республики Казахстан «О лицензировании». [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.zakon.kz/>, (дата обращения 7.10.13)
6. www.government.kz, (дата обращения 10.10.13)

Сведение об авторах

***Жанахметов Бекжан Галымжанович**- студент Каспийского Общественного Университета, г. Алматы, Республика Казахстан mail: mementodemori9@gmail.com

****Айсаев Расул Акбарұлы**- студент Каспийского Общественного Университета, г. Алматы, Республика Казахстан mail: stivenkingggg@gmail.com

Авторлар туралы мәліметтер

***Жанахметов Бекжан Галымжанұлы** – Каспий қоғамдық университетінің студенті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы пошта: mementodemori9@gmail.com

****Айсаев Расул Акбарұлы** – Каспий мемлекеттік университетінің студенті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы пошта: stivenkingggg@gmail.com

Information about the authors

***Zhanakhmetov Bekzhan Galymzhanovich** - student of the Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan mail: mementodemori9@gmail.com

УДК 304.444

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ КАЙДЗЕН ТЕХНОЛОГИИ

Жанжигитова Д. Р.¹, Укубаева А. Н.², Хон В. Л.³
^{1,2,3} Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация. Данная статья посвящена зарубежному опыту в области применения на предприятиях Кайдзен технологии для эффективного управления производственным процессом. Определены первоначальные источники формирования данного понятия, дальнейшего его развития и применения на практике. Выявлена сущность технологии Кайдзен, основанная на минимизации убытков на производстве и стимулировании ориентации на продуктивность и потребителя. Проведен общий анализ схемы внедрения технологии на производстве иностранных предприятий. Выявлены идеи улучшения производственного процесса с позиции зарубежных предприятий.

Ключевые слова: Кайдзен технология, развитие, инновации, управление, эффективность.

КАЙДЗЕН ТЕХНОЛОГИЯСЫНЫҢ НЕГІЗІНДЕГІ КӘСПОРЫНЫҢ ДАМУЫН БАСҚАРУ ШЕТЕЛДІК ТӘЖІРИБЕСІ

Жанжигитова Д. Р.¹, Укубаева А. Н.², Хон В. Л.³
^{1,2,3} Каспий Қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

Аңдатпа. Бұл мақала өндірістік процесті тиімді басқару үшін кәсіпорындарда Кайдзен технологиясын қолдану саласындағы шетелдік тәжірибеге арналған. Бұл тұжырымдаманы қалыптастырудың, оны одан әрі дамытудың және тәжірибеде қолданудың бастапқы көздері анықталды. Өндірістегі шығындарды азайтуға және өнімділік пен тұтынушыға бағдарлануды ынталандыруға негізделген Кайдзен технологиясының мәні анықталды. Шетелдік кәсіпорындар өндірісінде технологияны енгізу схемасына жалпы талдау жүргізілді. Шетелдік кәсіпорындар тұрғысынан өндірістік процесті жақсарту идеялары анықталды.

Түйін сөздер: Кайдзен технологиясы, даму, инновация, басқару, тиімділік.

FOREIGN EXPERIENCE IN MANAGING ENTERPRISE DEVELOPMENT BASED ON KAIZEN TECHNOLOGY

Zhanzhigitova D. R.¹, Ukubayeva A. N.², Khon V. L.³
^{1,2,3} Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

Summary. This article is dedicated to foreign experience in the application of Kaizen technology for efficient production process management in enterprises. The initial sources of the formation of this concept, its further development, and practical application have been identified. The essence of Kaizen technology, based on minimizing losses in production and stimulating a focus on productivity and the consumer, has been revealed. A general analysis of the implementation scheme of the technology in foreign enterprises has been conducted. Ideas for improving the production process from the perspective of foreign enterprises have been identified.

Keywords: Kaizen technology, development, innovation, management, efficiency.

Современное развитие мира предъявляет ряд требований к процессу организации деятельности в определенной среде. Для оптимизации процесса в ходе реализации деятельности важно уметь рационально подойти к производственному управлению. Оптимальной и перспективной методологией в данном направлении является технология Кайдзен, которая направлена на реализацию процесса непрерывного улучшения производственных процессов [1, с. 85-115].

Первоначальные источники формирования данного понятия относятся к Японии, где они находили всестороннее использование в трудовой и общественной сферах. Со временем данная технология начала проникать в сферу бизнеса, что нашло широкое распространение в послевоенный период, когда возникла особая необходимость повышения эффективности работы в производственной сфере.

Технология Кайдзен является структурированной схемой работы, состоящей из некоторых концепционных элементов:

- самостоятельное дисциплинирование – базируется на тайм-менеджменте, позволяющем производить качественный контроль за прорабатываемой работой;
- работа в команде является оптимальным форматом обмена информацией и оказанием взаимопомощи друг другу;
- поддержание морального духа за счет мотивации и создания условий для продуктивной работы коллектива;
- возможность обмена идеями для формирования креативной среды, то есть формирование банка идей;
- обмен опытом через формирование брейншторм групп [2, с. 118-137].

Сущность технологии Кайдзен заключается в минимизации убытков на производстве и стимулировании ориентации на потребителя. Можно считать, что принцип работы данной технологии базируется на правиле Парето, согласно которому только одна пятая часть усилий приносит оставшиеся 80 % результата. Исследование содержания технологии Кайдзен позволило установить, что принцип функционирования данного направления основывается на правиле 5S, которое заключается в систематизации, стандартизации, сортировке, совершенствовании и порядке [3, с. 38-67].

На самом деле, принцип работы данной технологии оказался намного эффективнее чем ожидалось, что позволило точно определить его эффективность в действии. Например, самая первая практика применения данной технологии относится к Японии, где широко стала использоваться фирмой Toyota. Оптимальность работы данной концепции на практике была перенята многими зарубежными фирмами и завоевала лидирующие позиции в сфере применения. Не обошла данная концепция стороной и немецкую компанию Siemens, а также российские предприятия «Лукойл», «Росатомстрой», «Балтика», «КАМАЗ» и др. [4, с. 234-235].

В соответствии с работой Жариковой О. А. и Касьяненко А. Р., было выявлено, что многие современные фирмы внедряют инструменты и методы технологии Кайдзен, такие как: немецкая фирма Porsche, General Motors, Honda, Delphi, Boeing и многие другие. Ярким примером эффективного внедрения концепции бережливого отношения является Toyota Motor Corporation, где целью работы была ликвидация аспектов деятельности, которая сокращает объем потребляемых ресурсов, не несущих в себе какие-либо ценности. Успешность данной компании обуславливается последовательным принципом действий, которые позволяют оптимизировать коммерциализируемую деятельность. Философия данной фирмы заключается в искоренении всех возможных потерь, не представляющих ценности. В соответствии с этим фирма устанавливает основные принципы реализации деятельности: в виде разработки стратегического перспективного плана работы с краткосрочным и долгосрочным ориентиром; оптимизация работ и их общего объема; четкое позиционирование проблем, ликвидация производственных этапов, не представляющих ценность с точки зрения продуктивности; стандартизация производственной схемы, сущность которой заключается в оптимизации этапов производства [4, с. 235-237].

Общий анализ схемы внедрения Кайдзен на производстве может быть представлен в виде модели бережливого производства, которая базируется в первую очередь на поставленной цели в виде снижения производственных издержек. Изучение этапов внедрения данной технологии на примере таких зарубежных компаний как «Лукойл», «Росатомстрой», «Балтика», «КАМАЗ», Porsche, General Motors, Honda, Delphi, Boeing позволило смоделировать обобщенную схему поэтапной реализации современной технологии (рисунок 1). Общая модель реализации запланирована в среднем на 1,5 года и представляет собой три основных этапа. На первом этапе проводится планирование, диагностика, а также разработка основных стратегий по дальнейшему курсу работы. Срок реализации данного этапа в среднем – 4 месяца. В течение первых двух месяцев определяются перспективные возможности дальнейшей реализации стратегической технологии, далее следует исследование круга задач с заключительным запуском 5S системы. Динамика реализации данной технологии с точки зрения снижения производственных затрат остается практически стабильной. Основной период флуктуации показателей относят на период протекания следующих двух этапов. Срок продолжительности второго этапа составляет 8 месяцев и основывается непосредственно на внедрении методики Кайдзен. Вначале налаживается работа с управлением заказами, после чего на основе группировки имеющихся данных производится стабилизация нагрузки в плане работы с формированием самостоятельно функционирующих групп. Начиная примерно с 6 месяца применения технологии Кайдзен осуществляются мероприятия по совершенствованию производственной технологии. По результатам внедрения методов происходит реализация поддержки процесса постоянного совершенствования производства, которые сопровождаются как управленческим анализом данного структурного направления, так и дальнейшим совершенствованием технологии в производственном процессе со снижением затрат, идущих на издержки [5, с. 750-754]. Комплекс мероприятий, который имеет разносторонний, постепенный и поэтапный подход может выступать в роли основного эффективного источника, являющегося базисом для эффективного производственного процесса, который должен иметь стандартный формат предприятия. Данная модель позволяет не только оптимизировать рабочий процесс, но и несколько упростить его.



Рисунок 1 - Модель бережливого производства

Примечание: рисунок составлен на основе источников [5; 6].

Важной задачей, которая стоит перед данной стратегией является то, что она направлена на интеграцию силовых ресурсов с точки зрения привлечения людей, работающих по принципу Кайдзен и мыслящих в данном направлении. Западная модель менеджмента в данном случае имеет некоторые аспекты контрастирования по отношению к общепринятой с той точки зрения, что вестернские модели управления в качестве мотивационной основы предлагают именно финансовые стимулы, которые с одной позиции, конечно, являются эффективными, но, с другой стороны, базируются исключительно на выгоде экономического характера.

В целом, сама сущность процесса бережливого производства соотносится также с непрерывностью совершенствования и инноваций. Например, фирма General Motors, решив пойти по пути развития японцев и внедряя данную технологию, приобрели передовое новейшее оборудование, которое могло бы стать особенно эффективным в производстве, но процесс закупа, доставки, настройки и наладки оборудования затянулся на очень долгий срок, в результате чего данное оборудование уже перестало быть инновационным, а японцы за это время ещё более улучшили показатели производительности своих фирм новыми внедрениями [7, с. 225-255]. Данный опыт является подтверждением того, что один определенный шаг не может быть гарантией развития предприятия. Настоящий процесс развития основывается зачастую именно на постоянном и непрерывном совершенствовании процесса производства, который заключается в небольших действиях на пути к большой цели, с постоянным отслеживанием новейших внедрений и инноваций (рисунок 2).

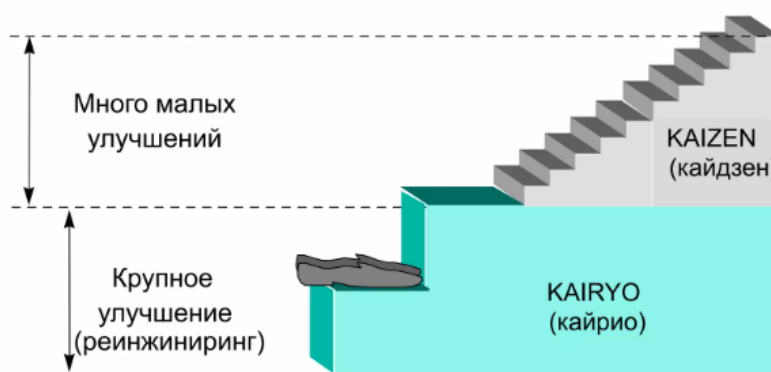


Рисунок 2 - Подходы к улучшениям

Примечание: рисунок составлен на основе источников [5; 6; 7].

Сущность значимых изменений является допустимым, в то время как оптимальным является внедрение частых малых улучшений, по принципу которых, собственно, и работает Кайдзен технология.

Успешным примером применения Кайдзена в производственном процессе является компания Nestlé S.A., которая уже на протяжении более чем 20 лет занимает лидирующие позиции в списке топ 100 фирм. Приоритетным условием в данном списке является максимальная минимизация потерь и реализация производства в бережливых условиях. Помимо всего этого, важно понимать, что успех данного направления также заключается ещё и в инновационном направлении деятельности предприятий (рисунок 3).

Идеи улучшения производственного процесса транснациональной компанией регламентируются в соответствии с реализацией политики качества и принципов корпоративной деятельности. На начальных этапах применение технологии будет базироваться на постепенном улучшении процесса в соответствии с установленными стандартами, в то время как после определенного момента, когда появится возможность внедрения ещё одной инновации, будут видны результаты реализации первой в виде положительного приращения первоначального периода [8, с. 95-99].

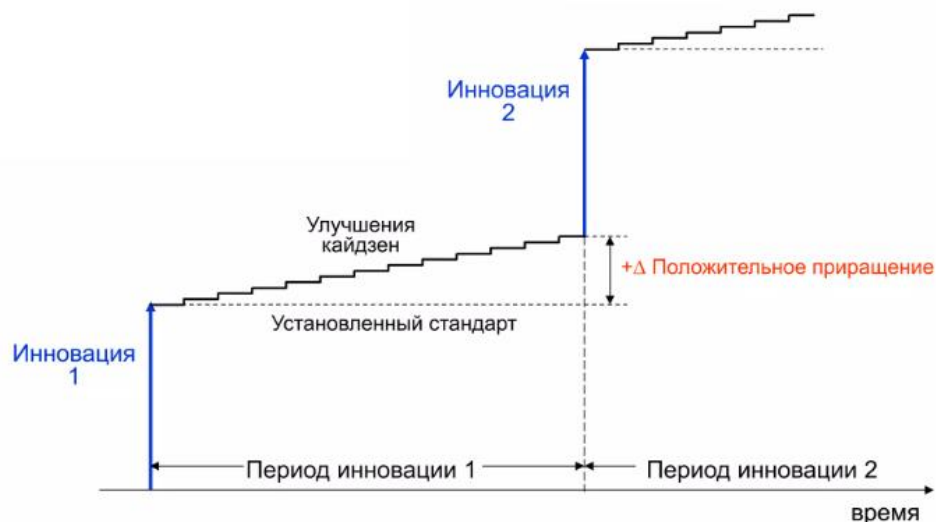


Рисунок 3 - Применение технологии Кайдзен с использованием инноваций

Примечание: рисунок составлен на основе источников [5; 6; 7].

По такому же принципу организации производства осуществляют свою деятельность фирмы National Engineering Industries Limited и Mitsubishi Electric, по опыту которых можно сделать также вывод об эффективности применяемой Кайдзен технологии.

Таким образом, изученный опыт зарубежных стран позволил сделать вывод об эффективности применяемой технологии. Сегодня, в период многократных и стремительных изменений очень важно уметь правильно и своевременно отталкиваться от имеющейся стабильности и пытаться двигаться в направлении совершенствования применяемых технологий и процессов производства, поскольку только через целесообразный процесс реализации основных аспектов технологии Кайдзен можно будет достичь реалистичного прогресса на пути завоевания лидирующей позиции на мировой арене, что подтверждается уже имеющимся опытом зарубежных компаний.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Кибанов А.Я. Управление персоналом организации. – М.: Юристъ, 2004. – 543 с. (Переиздание 2023)
2. Канбан и «точно вовремя» на Toyota: Менеджмент начинается на рабочем месте. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. – 218 с. (Переиздание 2018)
3. Дао Toyota: 14 принципов менеджмента ведущей компании мира. – М: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 440 с. (Переиздание 2023)
4. Касьяненко А.Р., Жарикова О.А. Перспективы внедрения системы бережливого производства в Российской Федерации // Молодой ученый. – 2018. – №43. – С. 234-237.
5. Мунт О.В., Бачинский А.Г., Ермаков В.Е. Инструменты внедрения концепции бережливого производства // Форум молодых ученых. – 2019. – № 4 (32). – С. 750-754.
6. Бережливое производство заказывали? Кайдзен или Кайкаку? Зарубежный опыт. Управление производством [Электронный ресурс]. – 2012. – URL: <https://up-pro.ru/library/> (дата обращения: 13.11.2023).
7. Фунтов В.Н. Основы управления проектами в компании: Учебное пособие. 3-е изд., доп. – СПб.: Питер, 2011. – 400 с. (Переиздание 2021)
8. Маурер Р.М Шаг за шагом к достижению цели: Метод кайдзен. Пер. с англ. – Москва: Альпина Паблицер, 2014. – 192 с. (Переиздание 2019)

УДК336.7

ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ ИНФЛЯЦИИ НА ЭКОНОМИКУ СТРАНЫ

Жанкулакова А.Д.¹, Ким Л.В.²

Научный руководитель КОУ: сеньор лектор Большекбаева К.О.

^{1,2}Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация. В статье рассмотрен инфляционный анализ; влияние инфляции на экономику Казахстана. Взаимосвязь инфляции с кризисом 2007-2010 года и возникшие на ее фоне проблемы. Представлены статистические данные и динамика изменения уровня инфляции, учитывая показатели рассчитанных на основе индекса потребительских цен.

Ключевые слова: инфляция, экономика, бюджет, сырье, конкуренция, кризис, рынок.

ИНФЛЯЦИЯНЫҢ ЕЛ ЭКОНОМИКАСЫНА ӘСЕРІН БАҒАЛАУ

Жанкулакова А.Д.¹, Ким Л.В.²

^{1,2}Каспий қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

Аңдатпа. Мақалада инфляцияны талдау; инфляцияның Қазақстан экономикасына әсері. 2007-2010 жылдардағы инфляция мен дағдарыстың арақатынасы және оның аясында туындаған мәселелер. Тұтыну бағаларының индексі негізінде есептелген көрсеткіштерді ескере отырып, статистикалық деректер мен инфляция деңгейінің өзгеру динамикасы берілген.

Түйін сөздер: инфляция, экономика, бюджет, шикізат, бәсекелестік, дағдарыс, нарық.

ASSESSMENT OF THE IMPACT OF INFLATION ON THE COUNTRY'S ECONOMY

Zhankulakova A.D.¹, Kim L.V.²

^{1,2}Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

Summary: The article discusses inflation analysis; the impact of inflation on the economy of Kazakhstan. The relationship between inflation and the crisis of 2007-2010 and the problems that arose against its background. Statistical data and dynamics of changes in the inflation rate are presented, taking into account indicators calculated on the basis of the consumer price index.

Keywords:inflation, economy, budget, raw materials, competition, crisis, market.

В данной статье мы рассмотрим, как инфляция влияет на промышленность и производство в Казахстане. Инфляция - это увеличение общего уровня цен на товары и услуги в экономике в течение определенного периода времени, что приводит к уменьшению покупательной способности денег. Это означает, что за те же самые деньги покупатель может приобрести меньше товаров и услуг из-за роста цен. Инфляция может возникать по разным причинам, таким как рост затрат на производство, увеличение спроса на товары, или денежная политика Национального Банка. Умеренная инфляция обычно считается нормой в развитых экономиках и может способствовать стимулированию экономической активности, но высокая инфляция может иметь негативные последствия для экономики. Высокая, нестабильная и непредсказуемая инфляция представляет собой серьезную опасность для экономики любой страны. Борьба с инфляцией всегда стоит на первом месте в списке задач для экономических властей. Инфляция ухудшает экономическую эффективность и снижает производительность

труда, что удерживает компании от разработки долгосрочных инвестиционных и финансовых планов. Опасения о будущей покупательной способности национальной валюты сдерживают инвестиции и мешают сбережениям в стране, заставляя людей искать более стабильные средства сохранения стоимости, такие как долларизация. Кроме того, инфляция вредит рыночной стоимости компаний в краткосрочной перспективе, так как она снижает их прибыль и требует жесткого контроля со стороны центральных банков.

Таблица 1. Сведение об инфляции в Казахстане за период с 2004 по 2023 год

2023	2022	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014
13,1%	12,0%	7,0%	6,37%	5,43%	5,43%	7,22%	8,29%	13,53%	7,54%

Инфляция рассчитана на основе индекса потребительских цен, официально опубликованного Агентством Республики Казахстан по статистике [1].

С момента приобретения нашей страной независимости, инфляция характеризовалась своей нестабильностью. В попытках стабилизации, Правительство и Национальный банк ставили перед собой задачи по решению проблем инфляции. Так, в период финансового кризиса с 2007 по 2010 год, инфляция составляла 18,77%, что оказало отрицательное влияние на промышленность, производство и на экономику страны в целом. В следствие, высокая инфляция снизила покупательную способность граждан, так как деньги в национальной валюте стали менее ценными, что привело к уменьшению спроса на товары и услуги. Также эта проблема затруднила планирование финансовых потоков и управление деньгами предприятий. Производство столкнулось с увеличением затрат на сырье, труд и другие ресурсы, что снизило их прибыльность и конкурентоспособность. Предприятия и инвесторы были обеспокоены тем, какие будут цены в ближайшем будущем, что затруднило планирование и инвестирование. Для борьбы с этой нестабильностью, Национальный Банк и Правительство предприняли такие меры, как:

1) Создание фонда развития предпринимательства «Даму», основной целью которого является стимулирование становления и экономического роста субъектов малого и среднего предпринимательства в Республике Казахстан, повышение эффективности использования финансовых средств государства, направляемых на поддержку малого и среднего бизнеса.

2) По указу первого Президента Республики Казахстан Н.А. Назарбаева осенью 2008 года был создан фонд «Самрук-Казына». «Самрук-Казына» (каз. Самұрық-Қазына) — казахстанский инвестиционный холдинг для повышения национального благосостояния Казахстана и проведения работ по модернизации его экономики.

3) В начале ноября 2008 года учрежден Фонд стрессовых активов. Фонд является коммерческой организацией при 100 % участии государства. Фонд должен был улучшить качество активов банков второго уровня — скупить у банков невозвращенные ипотечные кредиты граждан и проблемных кредитов, обеспеченных недвижимостью.

4) 13 января 2009 года — Выпущено Постановление Правительства Республики Казахстан от 13 января 2009 года № 6 «Об утверждении Плана мероприятий по реализации Плана совместных действий Правительства Республики Казахстан, Национального Банка Республики Казахстан и Агенства Республики Казахстан по регулированию и надзору финансового рынка и финансовых организаций по стабилизации экономики и финансовой системы на 2009—2010 годы.»

Предпринятые Правительством и Национальным банком меры способствовали уменьшению инфляции, показатель которой на 2011 год составил 7,43%, что в 2,5 раза меньше показателя 2007 года [2].

Инфляция в Казахстане в августе 2023г. в годовом исчислении составила 13,1%. Цены на продовольственные товары повысились на 12,4%, непродовольственные товары – на 13,5%, платные услуги – на 13,9%. Инфляция оказывает большое влияние на такие факторы, как: покупательная способность, сбережения и инвестиции, процентные ставки, неопределённость для бизнеса, распределение доходов и внешний сектор экономики.

Проведя анализ влияния инфляции на экономику нашей страны, мы обнаружили, что в экономической деятельности Казахстана существует четыре ключевых фактора, связанных с проводимой экономической политикой, которые на протяжении времени приводили к высоким темпам потребительской инфляции и крайне нестабильному ее характеру. Эти факторы также мешали Национальному Банку Казахстана в достижении своей цели инфляционного таргетирования, начиная с 2016 года. К этим факторам можно отнести:

1. Неэффективное управление бюджетной политикой и отсутствие дисциплины при ее реализации создают дополнительные экономические проблемы.

2. Экономика Казахстана сильно зависит от сырьевых ресурсов, и отсутствие разнообразия ослабляет ее устойчивость.

3. Низкая конкуренция и неэффективное функционирование рыночных механизмов в стране могут поддерживать инфляцию.

4. Слаборазвитый финансовый и валютный рынок ограничивает возможности управления инфляцией и финансовой стабильностью.

Неэффективное управление бюджетной политикой и отсутствие дисциплины при ее реализации создают дополнительные экономические проблемы.

Неэффективное управление бюджетной политикой создает долгосрочный дефицит бюджета, так как оно недооценивает расходы и переоценивает доходы. Это требует заемных средств или печатания дополнительной национальной валюты, что ведет к увеличению государственного долга и инфляции. Неэффективно управляя бюджетом и создавая давление на инфляцию, Национальный банк может быть вынужден повышать процентные ставки, чтобы сдерживать инфляцию, это оказывает влияние на заемщиков и инвесторов, а также на экономический рост. Также неэффективная бюджетно-налоговая политика негативно влияет на предпринимательскую активность, то есть высокие налоги и сложная налоговая система увеличивает издержки предприятий и снижает их конкурентоспособность, что приводит к снижению инноваций. Повышение налогов на товары и услуги приводят к увеличению цен и снижению покупательной способности населения, это вызывает снижение спроса и негативно влияет на рост экономики. В целом, неадекватная бюджетно - налоговая политика вызывает множество негативных последствий для экономики, включая дисбаланс бюджета, неправильное распределение ресурсов, ущерб для предпринимательской активности, потребителей и общественных услуг. Поэтому необходимо разрабатывать и реализовывать сбалансированную и адекватную бюджетно - налоговую политику для поддержания стабильности и инфляции.

Зависимость от сырьевых ресурсов.

Высокая зависимость экономики Казахстана от сырьевых ресурсов делает страну уязвимой перед колебаниями цен на нефть и другие товары на мировых рынках. Экономика Казахстана, зависящая от сырьевых ресурсов, чувствительна к изменениям в мировой конъюнктуре и политическим событиям в других странах, что влияет на стабильность и безопасность страны. Несмотря на более чем 30 лет независимости, Казахстан не смог разнообразить свою экономику и улучшить её конкурентоспособность. Это означает, что изменения в ценах на сырье и импортированные товары сильно влияют на инфляцию в стране. Например, падение цен на энергоресурсы может вызвать дисбаланс в торговом балансе, что приводит к ухудшению курса национальной валюты и росту инфляции. Большая часть доходов и рабочих мест зависит от одной отрасли, что увеличивает риски. Еще одно негативное влияние зависимости от сырьевых ресурсов – низкая добавленная стоимость, то есть обработка и производство на основе сырья обычно приносит меньше добавленной стоимости, чем более разнообразные секторы, такие как высокотехнологичная промышленность или услуги. Это препятствует долгосрочному экономическому росту и инновациям.

Низкая конкуренция и неэффективное функционирование рыночных механизмов в стране могут поддерживать инфляцию.

Низкая конкуренция приводит к ограниченному выбору товаров и услуг для потребителей, когда компания доминирует на рынке, они могут иметь большой контроль над ценами, что приводит к повышению цен на товары и услуги, способствует инфляции.

Компании не сталкивались с достаточной конкуренцией не имеют стимула внедрять инновации и повышать эффективность производства, это приводит к высоким издержкам и повышению цен на продукцию. Если правительство не регулирует монополию и олигополию, они могут контролировать рынок и устанавливать цены на свое усмотрение, что способствует инфляции. В целом, низкая конкуренция и неэффективное функционирование рыночных механизмов создают условия, при которых цены на товары и услуги более вероятно будут расти, что способствует инфляции. Это негативно сказывается на покупательной способности граждан и общей экономической стабильности [3].

Слаборазвитый финансовый и валютный рынок ограничивает возможности управления инфляцией и финансовой стабильностью.

Слаборазвитый финансовый и валютный рынок ограничивает возможности управления инфляцией и финансовой стабильностью, представляя серьезные вызовы для экономического развития страны. Слаборазвитый финансовый рынок обычно означает ограниченный доступ к финансовым услугам для населения и предприятий. Это ограничивает возможности кредитования и инвестирования, что сдерживает экономический рост и разнообразие экономических секторов. Ограниченный доступ к финансовым средствам также делает сложным создание и развитие малых и средних предприятий, которые являются двигателями роста экономики. Слаборазвитый валютный рынок способствует валютным кризисам и нестабильности. Ограниченная конвертируемость национальной валюты и недостаточные резервы и инструменты для управления валютными курсами делают страну уязвимой к валютным шокам и спекуляциям. Это приводит к дефицитам внешних платежей, девальвации национальной валюты и росту инфляции. Следующее важное соображение - это ограниченные возможности Национальных банков и правительства для эффективного управления инфляцией. Слаборазвитые финансовые рынки затрудняют выполнение монетарной политики и контроль над денежным предложением. Это приводит к усилению инфляционных давлений, особенно если правительство финансирует свой бюджетный дефицит эмиссией новых денег. Для преодоления этих ограничений необходимы реформы и инвестиции в развитие финансовых и валютных рынков. Это включает в себя улучшение регулирования и надзора, расширение доступа к финансовым услугам, содействие финансовой грамотности и развитие инфраструктуры рынка. Реформы в сфере валютного регулирования также могут быть необходимы для обеспечения стабильности курсов и уменьшения валютных рисков. В заключение, слаборазвитые финансовые и валютные рынки представляют серьезное ограничение для управления инфляцией и финансовой стабильностью. Эффективные реформы и инвестиции могут помочь устранить эти ограничения и способствовать устойчивому экономическому росту.

В заключении статья, хотелось бы отметить. Что инфляция на территории Республики Казахстан остается важным экономическим показателем, который оказывает влияние на жизнь граждан и макроэкономическую стабильность. В настоящее время Казахстан сталкивается с некоторыми вызовами, связанными с инфляцией, включая внешние экономические факторы, такие как изменения цен на энергоносители и продукты питания.

Однако правительство и центральный банк страны активно работают над реализацией мер и политик для сдерживания инфляции и поддержания стабильности цен. Это включает в себя монетарные и фискальные меры, улучшение финансовой системы, а также стимулирование конкурентоспособности и инвестиций. Важно отметить, что эффективное управление инфляцией - это долгосрочный процесс, и результаты могут не немедленно проявиться. Однако с учетом твердых мер и стратегий, принимаемых казахстанскими властями, можно быть уверенными, что страна движется в направлении обеспечения стабильности цен и благосостояния граждан. Поэтому, несмотря на вызовы, с которыми сталкивается Казахстан в области инфляции, имеется оптимизм по поводу перспектив экономического роста и стабильности в будущем. Ключевым фактором в достижении этой цели будет продолжение совместных усилий правительства и центрального банка, а также внимательное следование мировым тенденциям и динамике цен на мировых рынках.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. [Электронный ресурс]. – 2023.- URL:<https://stat.gov.kz/ru/industries/economy/prices/publications/6157/>(дата обращения: 29.10.2023).
2. [Электронный ресурс]. – <https://ru.wikipedia.org> (дата обращения: 29.10.2023).
3. [Электронный ресурс]. – 2023.-URL:<https://halykfinance.kz/research/2471-problemy-vysokoy-inflyacii-v-kazahstane.html>(дата обращения: 02.11.2023).

Сведения об авторах

* **Жанкулакова Асем Данияровна**- студентка Каспийского Общественного Университета, г. Алматы, Республика Казахстан mail: zankulakovaasem@gmail.com

** **Ким Лилия Викторовна**.- студентка Каспийского Общественного Университета, г. Алматы, Республика Казахстан mail: switherry@gmail.com

Авторлар туралы мәліметтер

* **Жанқұлакова Асем Данияровна**- Каспий мемлекеттік университетінің студенті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы пошта: zankulakovaasem@gmail.com

** **Ким Лилия Викторовна** – Каспий қоғамдық университетінің студенті, Алматы, Қазақстан Республикасы пошта: switherry@gmail.com

Information about authors

* **Zhankulakova Asem Daniyarovna** - student of the Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan mail: zankulakovaasem@gmail.com

** **Kim Liliya Viktorovna** - student of the Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan mail: switherry@gmail.com

ШАҒЫН КӘСІПКЕРЛІКТІ ДАМУДЫ БАСҚАРУДЫҢ ШЕТЕЛДІК ТӘЖІРИБЕСІ

Жолдас Ж.Ж.¹, Бахтиярова А.Ж.²

^{1,2}«Каспий Қоғамдық университеті», Алматы қ., Қазақстан Республикасы

Аңдатпа. Мақалада шағын кәсіпкерлікті дамытуды басқарудың шетелдік тәжірибесі талданады, яғни шағын бизнестің жұмыс істеу ерекшеліктері, бағдарламалары мен әдіс-тәсілдері анықталынды. Сонымен қатар әр елдің шағын бизнесті дамыту жүйелері зерттеліп шағын бизнесті қолдау мен реттеудің шетелдік тәжірибесі талданады. Қазақстанның шағын бизнес жүйесі мен елдер арасындағы шағын бизнесті дамыту жүйесін салыстыра келе шолулар жасалынды.

Кілт сөздер: бизнес, кәсіпкерлік, артықшылық, кемшілік, тәжірибе, экономика, мемлекет.

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ МАЛОГО БИЗНЕСА

Жолдас Ж.Ж.¹, Бахтиярова А.Ж.²

^{1,2}"Каспийский Общественный университет", г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация. В статье проанализирован зарубежный опыт управления развитием малого предпринимательства, т. е. определены особенности функционирования, программы и методы работы малого бизнеса. Также изучаются системы развития малого бизнеса каждой страны, анализируется зарубежный опыт поддержки и регулирования малого бизнеса. Проведен обзор системы малого бизнеса Казахстана и системы развития малого бизнеса между странами.

Ключевые слова: бизнес, предпринимательство, привилегии, недостатки, опыт, экономика, государство.

FOREIGN EXPERIENCE IN MANAGING THE DEVELOPMENT OF SMALL BUSINESS

Zholdas Zh. Zh.¹, Bakhtiyarova A. Zh.²

"Caspian Public University", Almaty, Republic of Kazakhstan

Abstract. The article analyzes the foreign experience of managing the development of small business, that is, identifies the features, programs and methods of functioning of small business. In addition, the small business development systems of each country are studied and foreign experience in supporting and regulating small businesses is analyzed. Reviews were made comparing the system of small business in Kazakhstan and the system of small business development between countries.

Keywords: business, entrepreneurship, advantage, disadvantage, experience, economy, state.

Шағын бизнес - бұл экономикалық белсенділіктің ерекше түрі. Әлемдік тәжірибе көрсеткендей, экономикалық жүйенің постиндустриалды дамуы бар елдерде шағын және орта кәсіпкерлік халық шаруашылығының дамуына, әлеуметтік мәселелерді шешуге, жұмыспен қамтылған қызметкерлер санының артуына үлкен әсерін тигізеді. Сол себепті шағын және орта

кәсіпорындарды мемлекеттік қолдау мәселесі қазіргі таңда ең өзекті тақырып болып есептелінеді.

Шағын бизнесті дамытуды басқарудың шетелдік тәжірибесі бүкіл әлемдегі кәсіпкерлер үшін білім мен тәжірибенің құнды көзі болып табылады. Өртүрлі елдер мен аймақтарда шағын бизнесті басқарудың өзіндік ерекшелігі мен әдіс-тәсілдері бар және басқа елдердің тәжірибесін зерттеу кәсіпкерлерге өз тәжірибелерін жақсартуға, қателіктерден аулақ болуға және табысқа жетуге көмектеседі.

Шағын және орта кәсіпорындар әлемнің көптеген елдерінің экономикасын дамытуда маңызды рөл атқарады сондай-ақ шағын кәсіпкерлікті басқару тұрақты экономикалық өсуге қол жеткізу үшін үлкен маңызға ие. Шетелдік тәжірибені зерттеу басқа елдерде бейімделуге және қолдануға болатын табысты тәжірибелерді анықтауға мүмкіндік береді. Шағын бизнесті дамытуды басқарудың шетелдік тәжірибесі компаниялардың қатаң бәсекелестік пен шектеулі ресурстар жағдайында қалай табысқа жететінін түсіну үшін өте маңызды. Басқа елдерде қолдануға бейімделуі мүмкін көптеген сәтті стратегиялар мен әдістер бар және шетелдік тәжірибені зерттеу шағын бизнесті басқарудың тиімділігін арттырудың маңызды қадамы десекте болады.

Шағын бизнесті дамытуды басқарудың негізгі аспектілерінің бірі-инновация. Шетелдік тәжірибе көрсеткендей, табысты компаниялар бірегей өнімдер мен қызметтерді құруға ұмтылып, зерттеулер мен әзірлемелерге белсенді түрде инвестиция салады. Мысалы, американдық стартаптар көбінесе тауашалық нарықтарды иеленуге және инвесторлардың назарын аударуға мүмкіндік беретін технологиялық инновациялық өнімдерді құруға бағытталған [1, б.3].

Шағын бизнесті дамытуды басқарудың келесі маңызды элементі маркетинг және сату жүйесін құру болып есептелінеді. Көптеген шетелдік компаниялар баға белгілеудің, өнім ассортиментін басқарудың және маркетингтік коммуникацияның әртүрлі стратегияларын сәтті қолданады. Мысалы, жапондық компаниялар көбінесе өнімнің сапасына және клиенттермен ұзақ мерзімді қарым-қатынас орнатуға назар аударады, бұл бизнестің тұрақты дамуына ықпал етеді.

Адам ресурстарын басқару шағын бизнесті дамытуда да маңызды рөл атқарады. Шетелдік тәжірибе көрсеткендей, табысты компаниялар қызметкерлердің ынтасы мен адалдығына ықпал ететін корпоративтік мәдениетті құруға баса назар аударады. Мысалы, неміс компаниялары көбінесе қызметкерлерді біліктілігі мен біліміне сүйене отырып мұқият іріктеуге, оларды оқытуға және одан әрі сүйемелдеуге назар аударады.

Сонымен қатар шағын бизнесті дамытуды басқарудың маңызды аспектісі қаржылық менеджмент болып табылады. Шетелдік компаниялар көбінесе өз ресурстарын тиімді пайдалануға және пайданы барынша арттыруға мүмкіндік беретін қаржыландыру және инвестициялау стратегияларын жасайды. Мысалы, швед компаниялары өсуді жеделдету үшін венчурлық капитал және қарыз қаражаттары сияқты сыртқы қаржыландыру көздерін белсенді пайдаланады.

Жалпы алғанда, шағын бизнесті дамытуды басқарудың шетелдік тәжірибесі белгілі бір ел мен саланың жағдайына бейімделуі мүмкін білім мен тәжірибенің құнды көзі болып табылады. Бұл тәжірибені зерттеу шағын бизнесті басқарудың тиімділігін арттыратын және оның тұрақты дамуына ықпал ететін ең жақсы тәжірибелер мен әдістерді анықтауға мүмкіндік береді.[2]

Экономикалық дамыған елдердің көпшілігінде шағын бизнес база ретінде қызмет етеді және экономиканың тұрақты дамуы үшін қозғаушы күштердің бірі болып табылады. Мысалы, Америка Құрама Штаттарында (АҚШ) шағын және орта бизнес барлық жұмыс істейтін халықтың шамамен 53% құрайды. Ал Жапонияда олардың саны 71,7% - ға жетеді. Қазіргі уақытта дамыған елдерде шағын және орта компаниялар бар бизнес кәсіпорындардың жалпы санының 70-тен 90% - на дейін құрайды. Сонымен бірге Германия, Франция мен Еуропа елдері шағын бизнесті қолдаудың әртүрлі бағдарламаларын енгізуде. Мысалға алар болсақ Германияда технологиялық әзірлемелерге субсидиялар бөлуді, кредиттер алуға жәрдемдесу

және тәуекелдерді сақтандыруды қамтитын ШОБ қаржылық қолдау жүйесі құрылған. Францияда мемлекеттік тараптан қолдау ретінде гранттар мен субсидиялар беру, сондай-ақ стартаптарды қолдану үшін мамандандырылған инкубаторлар мен үдеткіштер құру арқылы шағын бизнесті дамытуға үлкен үлес қосып, белсенді ықпал етуге.

Ал АҚШ шағын бизнесті басқару саласындағы маңызды елдердің бірі болып саналады. Мысалға шағын бизнесті дамыту мақсатында көптеген шаралар қабылданады, соның ішінде салық рәсімдерін жеңілдіктер, қаржылық кепілдіктер яғни капиталды тартудың көптеген көздері бар, соның ішінде венчурлық инвестициялар, краудфандинг, банктік несиелер және мемлекеттік қолдау бағдарламалары сонымен қоса білім беру бағдарламалары мен кеңес беру қызметтері сынды әртүрлі тәсілдер арқылы қолдау көрсетіп даму үстінде.[3.6 177-181]

Шағын бизнес әлемнің көптеген елдерінде, соның ішінде Қазақстанда экономикалық дамудың негізі болып табылады. Қазақстан үкіметі шағын және орта бизнесті дамытуға үлкен мән береді, өйткені бұл экономиканың өсуіне, жұмыс орындарын құруға және халықтың әлауқатын жақсартуға ықпал етеді.

Еліміз яғни Қазақстанның шағын бизнесін айта кетсем 2023 жылы ҚР Президенті өз жарлығында шағын және орта бизнесті дамыту мақсатында заңнамалық сипаты бар қосымша шаралар қабылдау қажеттілігін атап өткен болатын, яғни мемлекет тарапынан қаржылай қолдау көрсету жүйесін жаңа жобаларға басымдық бере отырып, қайта құру қажет деп санаған. Жалпы бүгінгі таңда ҚР Ұлттық статистика қызметінің мәліметінше, 2023 жылдың басында 1,5 миллионға жуық шағын кәсіпорын тіркелген екен. Қазақстанда шағын бизнестің тұрақты дамуын қамтамасыз ету үшін бизнес ахуалды жақсарту, тіркеу рәсімдерін оңайлату, бюрократияны қысқарту және қолжетімді кредиттік ресурстарды ұсыну маңызды. Сондай-ақ шағын кәсіпорындардың операциялық тиімділігін жақсарту үшін процестерді цифрландыру және автоматтандыру маңызды рөл атқарды.

Қазақстан шағын кәсіпкерлікті дамыту үшін мемлекеттік қолдаудың кең спектрін ұсынады. Бұған Мемлекеттік бағдарламалар мен гранттар, салықтық жеңілдіктер мен преференциялар, инфрақұрылым мен білім беру ресурстарына қол жетімділік арқылы қаржылық қолдау кіреді. Мемлекет сонымен қатар шағын кәсіпорындарды тіркеу және лицензиялау рәсімдерін жеңілдетуге белсенді түрде жәрдемдеседі, бұл олардың тез дамуы мен тұрақтылығына ықпал етеді. Сонымен қатар Қазақстан экономиканы әртараптандыру және шағын және орта бизнесті белсенді дамыту бойынша қадамдар жасау үстінде.

Білім беру және дағдыларды дамыту шағын кәсіпкерлікті сәтті басқару үшін тиісті білім мен дағдылар қажет. Қазақстанда кәсіпкерлер үшін бизнесті басқару, маркетинг, қаржы және т.б. саласында қажетті құзыреттерді алуға көмектесетін арнайы білім беру бағдарламалары әзірленуде. Бұл шағын кәсіпкерлердің кәсібилігін арттыруға және даму мен инновациялар үшін қолайлы орта құруға ықпал етеді.

Инновациялар мен технологияларды дамыту шағын кәсіпкерлік жаңа идеялар мен инновациялардың қайнар көзі болып табылады. Қазақстанда инновациялық жобаларға инфрақұрылым мен қолдау көрсететін шағын технопарктер мен инкубаторлар белсенді дамып келеді. Бұған заманауи технологияларға қол жеткізу, сарапшылардың кеңестері және ірі компаниялармен серіктестік мүмкіндіктері кіреді. Инновацияларды әзірлеу және жаңа технологияларды қолдану шағын бизнеске бәсекеге қабілеттілігін арттыруға және жаңа нарықтарға енуге көмектеседі.[4.6 7]

Халықаралық ынтымақтастықты дамыту Қазақстандағы шағын кәсіпорындар халықаралық ынтымақтастық пен өз өнімдерін экспорттауға мүмкіндік алады. Мемлекетті қолдау және шетелдік компаниялармен іскерлік байланыстар мен әріптестік үшін қолайлы жағдайлар жасау шағын бизнестің экспорттық әлеуетін дамытуға ықпал етеді. Мұндай мүмкіндіктер ел экономикасын әртараптандыруға және оның халықаралық аренада бәсекеге қабілеттілігін арттыруға көмектеседі. Жалпы Қазақстанда шағын бизнесті дамыту жүйесінің айрықша ерекшеліктерінің бірі ретінде кәсіпкерлікті қолдау мен дамытуға жауапты мамандандырылған мемлекеттік ұйымдардың болуы болып табылады. Бүгінгі таңдағы мұндай ұйымдардың қатарында «кәсіпкерлікті дамыту қоры», «шағын кәсіпкерлікті дамыту институты»

жатқызсақ болады. Олар кәсіпкерлерге қаржыландыру, оқыту және кеңес беру бағдарламаларын жүзеге асырады, бұл елдегі шағын бизнестің өсіне әкеледі. Қазақстандағы шағын бизнесті дамыту жүйесінің тағы бір айырмашылығы оның дамуына ықпал ететін заңнамалық және құқықтық тетіктердің болуы болып табылады. Мысалы, шағын және орта бизнеске салықтық демалыс, салық салудың жеңілдетілген жүйесі және бизнесті ашу мен жүргізуге әкімшілік кедергілерді азайту сияқты жеңілдіктер енгізілді. Алайда, айырмашылықтарға қарамастан Қазақстандағы шағын бизнесті дамыту жүйесінің де кемшіліктері бар. Негізгі кемшіліктердің бірі – қаржыландыруға қол жеткізудің қиындығы. Шағын бизнеске неғұрлым қолжетімді арзан кредиттер берілетін дамыған елдерден айырмашылығы, Қазақстанда шағын кәсіпкерлер үшін кредит беру өте күрделі процесс болып келеді, яғни біздегі банктер көптеген шағын бизнестің дамуы мен өсуіне кедергі келтіретін кепілдікті талап етіледі. Қазақстанда шағын бизнесті дамыту жүйесінің өзекті тағы бір кемшілігі – білікті кадрлардың жетіспеушілігі. Еліміздегі көптеген кәсіпорындар көбінесе еңбек нарығында әрдайым сұранысқа ие бола бермейтін тар маманданған жұмыс күшіне тәуелді. Бұл олардың ірі компаниялармен даму және бәсекелестік мүмкіндіктерін шектейді. Жалпы, Қазақстандағы шағын бизнесті дамыту жүйесі соңғы жылдары айтарлықтай өзгерістер мен прогреске ұшырады. Бірақ кейбір кемшіліктерге қарамастан, мемлекет экономиканың осы секторын белсенді қолдауды және дамытуды жалғастыруда.

Қазақстандағы шағын бизнесті дамыту жүйесінің басқа елдермен салыстырғанда өзіндік айырмашылықтары да, кемшіліктері де бар. Олардың кейбірін қарастырып өтсем,

Айырмашылықтар:

- Бизнесті тіркеу мен жоюдың жеңілдетілген жүйесі: Қазақстан шағын кәсіпорындарды тіркеу және тарату үшін салыстырмалы түрде қарапайым және жылдам рәсімдерді ұсынады.

- Мемлекеттік қолдау бағдарламаларының болуы: Қазақстанда шағын кәсіпорындарды дамыту үшін қаржылық көмек пен бизнес-кеңес бере алатын бірқатар бағдарламалар бар.

- Іскерлік ахуалды жақсарту: Қазақстан іскерлік ахуалды жақсарту және шағын кәсіпорындар үшін бюрократиялық жүктемені азайту жөнінде шаралар қабылдауда.

Кемшіліктері:

- Қаржы құралдарының дамымауы: Қазақстанда несиелер мен инвестицияларға қолжетімділік сияқты шағын бизнесті қаржыландыру мүмкіндіктері шектеулі. Бұл оның дамуын қиындатуы мүмкін.

- Бәсекелестік деңгейі төмен: нарықтың кейбір секторларында бәсекелестік деңгейі төмен, бұл жаңа кәсіпкерлерге кіруді қиындатуы мүмкін

- Мемлекеттің жеткіліксіз жәрдемі: кейбір басқа елдермен салыстырғанда Қазақстанда шағын бизнес үшін мемлекеттік қолдау шектелуі мүмкін. Кәсіпкерлерге арналған мемлекеттік гранттар мен субсидиялар бағдарламасы бар, бірақ олардың көлемі мен қол жетімділігі шектеулі.

- Мәдени және тілдік кедергілер: Қазақстанда шағын бизнесті дамыту мәдени және тілдік кедергілермен шектелуі мүмкін. Халықаралық тәжірибе мен байланыстардың болмауы, сондай-ақ ағылшын тілін білудің төмен деңгейі көбінесе өз бизнесін халықаралық деңгейде кеңейтуді немесе шетелдік инвесторларды тартуды қалайтын кәсіпкерлер үшін кедергі болып табылады.

- Сот жүйесінің тиімсіздігі: соттардың баяу және тиімсіз жұмысын қоса алғанда, Қазақстанның сот жүйесінің өз кемшіліктері бар. Бұл серіктестермен даулар, қарыздар немесе келісімшарттарды бұзу сияқты бизнесте қиындықтарға тап болған кәсіпкерлер үшін белгісіздік пен қауіп тудыруы мүмкін. Аталған артықшылықтарды одан әрі арттыра отырып, кемшіліктермен жұмыс істеу өте маңызды болып табылады. Басқа елдердің табысты тәжірибелерін зерттеу және бейімдеу Қазақстандағы шағын бизнесті дамытуға және оның бәсекеге қабілеттілігін арттыруға көмектеседі

Қазақстанда шағын кәсіпкерлікті дамыту мемлекеттік қолдаумен, кәсіпкерлердің дағдыларын дамытумен, инновациялармен және халықаралық ынтымақтастықпен ынталандырылады. Шағын кәсіпорындарды басқару тиімді мемлекеттік реттеу мен бизнес-

белсенділіктің үйлесімін талап етеді, бұл шағын бизнесті дамыту үшін қолайлы орта құруға көмектеседі, оның артықшылығы Қазақстан экономикасына оң әсер етеді.

Жалпы шағын кәсіпкерлікті тиімді басқаруды дамытудың шетелдік тәжірибесі мемлекеттік қолдаудың, инновацияларды ынталандырудың білім берудің және кеңес берудің маңыздылығын көрсетеді.

Айта кету керек, әр елдің өзіндік ерекшеліктері бар және шағын бизнесті сәтті басқару жергілікті жағдайлар мен ерекшеліктерді ескеруді қажет етеді. [5.б 3-6]

Демек, шағын бизнесті дамытуды басқару кешенді тәсілді және көптеген факторларды ескеруді талап етеді. Дамудың нақты жоспары, маркетинг және қаржы стратегиясы және өзгеретін ортаға бейімделу икемділігі болуы маңызды. Нарықты талдау, қаржылық жоспар, маркетингтік стратегия, персоналды басқару, инновация және даму, тәуекелдерді басқару және тұтынушылардың кері байланысы маңызды болып табылады. Осыған сәйкес бизнес-жоспарды үнемі жаңартып отыру және жаңа жағдайларға бейімделу шағын бизнестің дамуын сәтті басқаруға көмектеседі.

Шағын бизнесті жақсарту одан әрі дамыту үшін мына шаралар ұсынылады:

– Нарықты талдау: яғни нарықты мұқият талдау, әлеуетті клиенттерді, бәсекелестерді және бизнеске әсер етуі мүмкін тенденцияларды анықтау қажеттілігі;

– Қаржылық жоспар: кірістер мен шығыстарды болжауды, қаржыландыру көздерін анықтауды және ақша ағындарын басқару стратегиясын қамтитын нақты қаржылық жоспар керектігі;

– Тиімді маркетингтік стратегия;

– Персоналды басқару: қажет болған жағдайда мамандарды жалдау және ұжымның тиімді жұмысын қамтамасыз ету үшін персоналды ынталандыру жүйесін жасау;

– Инновация және даму үдерісі инновацияға және бизнестің тұрақты дамуына инвестиция салу, нарықтағы өзгерістерді қадағалау және жаңа тенденцияларға бейімделу;

– Процесті автоматтандыру жүйесін орнату бұл жұмыс тиімділігін арттыруға және шығындарды азайтуға мүмкіндік береді.

Осы аталған ұсыныстарды ұстану шағын бизнестің дамуын басқарудың тұрақты және табысты моделін құруға көмектеседі.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ:

1. Кондраков, Н.П. Основы малого и среднего предпринимательства: Практическое пособие / Н.П. Кондраков, И.Н. Кондраков. - М.: Инфра-М, 2019. - 192 с.

2. Электронды ресурс
https://studbooks.net/1808806/ekonomika/zarubezhnyy_opyt_upravleniya_razvitiem_malogo_predpri_nimatelstva

3. Финк Т. А. Малый и средний бизнес: зарубежный опыт развития [Текст] / Т. А. Финк // Молодой ученый. — 2019. — №4. — С. 177-181.

4. Малый бизнес в Республике Казахстан. Издание 4-е, переработанное. Сост.: В.И. Скала, Н.В. Скала. Изд.: Алматы 2020 г.

5. Орымбаева А.А., Алматы қаласы. «Шағын және орта бизнестің экономикадағы маңыздылығы мен артықшылығы және кемшіліктері». //—Қазіргі білім мектепте, колледжде, ЖОО-да. №6 (42), 2018. -3-6 б. [5]

Автор туралы мәліметтер

Жолдас Жібек Жолдасқызы – «6В04107-менеджмент» мамандығының 4 курс студенті. Каспий Қоғамдық университеті, e-mail: zhibeka02.02@mail.ru

Сведения об авторе

Жолдас Жибек – студент 4 курса специальности «6В04107-менеджмент». Каспийский Общественный университет, e-mail: zhibeka02.02@mail.ru

Information about the author

Zholdas Zhibek - 4th year student of the specialty «6B04107-management». Caspian Public university, e-mail: zhibeka02.02@mail.ru

УДК:330

ВОПРОСЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ МЕЖБЮДЖЕТНЫХ ОТНОШЕНИЙ НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ

Илияс А.Қ.¹, Даржанова М.Ш.², Отарбаева А.Б.³
^{1,2,3}Каспийский общественный университет,
Республика Казахстан, г. Алматы

АННОТАЦИЯ

В современных условиях развития экономики страны, вопросы взаимодействия региональной и местной власти в формировании финансовых ресурсов занимают центральное место в обсуждении экономического развития и благосостояния регионов. В статье рассматриваются вопросы взаимодействия между региональной и местной властью в процессе формирования финансовых ресурсов, на примере Туркестанского области и предлагаются предложения по совершенствованию процесса формирования их внутри региона.

Ключевые слова: регион, местная власть, финансы, взаимодействие, Туркестанская область.

ӨНІРЛІК ДЕҢГЕЙДЕ БЮДЖЕТАРАЛЫҚ ҚАТЫНАСТАРДЫ РЕТТЕУ МӘСЕЛЕЛЕРІ

Илияс Ә.¹, Даржанова М. Ш.², Отарбаева А. Б.³
^{1,2,3}Каспий қоғамдық университеті, Қазақстан Республикасы, Алматы қ.

АНДАТПА. Ел экономикасын дамытудың қазіргі жағдайында қаржы ресурстарын қалыптастырудағы өңірлік және жергілікті биліктің өзара іс-қимылы мәселелері өңірлердің экономикалық дамуы мен әл-ауқатын талқылауда орталық орын алады. Мақалада Түркістан облысының мысалында қаржы ресурстарын қалыптастыру процесінде өңірлік және жергілікті билік арасындағы өзара іс-қимыл мәселелері қарастырылады және оларды өңір ішінде қалыптастыру процесін жетілдіру бойынша ұсыныстар ұсынылады.

Түйін сөздер: облыс, жергілікті басқару, қаржы, өзара қатынас, Түркістан облысы.

ISSUES OF REGULATION OF INTER-BUDGETARY RELATIONS AT THE REGIONAL LEVEL

Iliyasa A.¹, Darzhanova M.², Otarbaeva A. B.³
^{1,2,3}Caspian University, Republic of Kazakhstan, Almaty

SUMMARY. In the modern conditions of the country's economic development, the issues of interaction between regional and local authorities in the formation of financial resources occupy a central place in the discussion of economic development and well-being of regions. The article examines the issues of interaction between regional and local authorities in the process of formation of financial resources, using the example of the Turkestan region and offers suggestions for improving the process of their formation within the region.

Keywords: financial, region, formation, resources

В современных условиях развития экономики страны, вопросы взаимодействия региональной и местной власти в формировании финансовых ресурсов занимают центральное место в обсуждении экономического развития и благосостояния регионов. В статье рассматриваются вопросы взаимодействия между региональной и местной властью в процессе формирования финансовых ресурсов, на примере Туркестанского области и предлагаются предложения по совершенствованию процесса формирования их внутри региона.

Ключевые вопросы социально-экономического развития Казахстана невозможно решить без обеспечения развития приоритетных направлений экономики и социальной сферы конкретных регионов и местных образований. Особенно остро проблемы его обеспечения стоят на местном уровне, где при использовании действующей системы распределения финансовых поступлений между уровнями бюджетной системы наблюдается явный недостаток налоговых и неналоговых доходов бюджетов для финансирования соответствующих расходов. В такой ситуации одним из основных источников обеспечения бюджетных расходов становятся именно межбюджетные трансферты. В Казахстане структура взаимодействия региональной и местной власти в формировании финансовых ресурсов строится в соответствии с принципами децентрализации и обеспечения финансовой автономии местных органов [1].

Особую роль при формировании региональных и, в особенности, местных бюджетов приобретают межбюджетные трансферты. Сформированная в соответствии с требованиями Бюджетного кодекса Республики Казахстан система распределения бюджетных доходов и расходных полномочий между регионами и местными образованиями создает предпосылки для перераспределения значительного объема бюджетных средств, так как многие субъекты регионов и местные образования не могут обеспечить реализацию своих полномочий только за счет налоговых и неналоговых доходов бюджетов. Кроме того, с учетом существенных социально-экономических и природно-климатических различий территорий выравнивание бюджетной обеспеченности является обязательным на региональном и местном уровнях.

Анализ структуры бюджета по Туркестанской области показывает, что удельный вес трансфертов в общем объеме доходов местных бюджетов сохраняется на стабильно высоком уровне, как видно из таблицы 1 [2].

Таблица 1 – Доходы областного бюджета на сентябрь 2023г

ДОХОДЫ ОБЛАСТНОГО БЮДЖЕТА	Сумма (млн. тг.)	В ПРОЦЕНТАХ
НАЛОГОВЫЕ ПОСТУПЛЕНИЯ	36 416,0	4,67
НЕНАЛОГОВЫЕ ПОСТУПЛЕНИЯ	8 464,1	1,08
ПОСТУПЛЕНИЯ ТРАНСФЕРТОВ	734 174,3	94,2
ПОСТУПЛЕНИЯ ОТ ПРОДАЖИ ОСНОВНОГО КАПИТАЛА	5,3	0,1
ВСЕГО:	779059,7	100

Как видно из таблицы 1, это свидетельствует о необходимости совершенствования межбюджетного регулирования именно на региональном уровне. Региональная власть, имея обширные полномочия, влияет на экономическую стратегию, в то время как местные власти, ближе к населению, играют ключевую роль в выявлении и удовлетворении местных потребностей. Одним из основных аспектов этого взаимодействия является распределение финансовых ресурсов между регионом и его местными единицами.

Региональная власть выступает в роли стратегического планировщика, определяя приоритеты для общего регионального развития. В этом контексте она несет ответственность за формирование общего регионального бюджета и выделение средств на реализацию ключевых проектов и программ. С другой стороны, местные власти, обладая глубоким пониманием потребностей своих сообществ, активно участвуют в формировании и исполнении местных бюджетов. Они определяют, какие местные проекты и услуги требуют дополнительных финансовых вливаний и работают над максимизацией эффективности использования имеющихся ресурсов. Особое внимание следует уделить системам налогообложения. Региональная власть имеет возможность устанавливать общерегиональные налоговые ставки и политику, влияя таким образом на объем средств, поступающих в общий региональный бюджет. В то время как местные власти обычно облагают местные налоги и сборы, что дает им дополнительные ресурсы для решения местных проблем [3]. Такое сотрудничество между уровнями власти способствует более эффективному использованию финансовых ресурсов в целях повышения качества жизни граждан. Однако, несмотря на позитивные моменты, важно учитывать различия в интересах и приоритетах между региональной и местной властью, чтобы разработать сбалансированные стратегии, отвечающие потребностям обоих уровней управления. Только так можно обеспечить устойчивое развитие и гармоничное взаимодействие в системе формирования финансовых ресурсов.

Взаимодействие между региональными и местными властями осуществляется через систему координационных механизмов и регулярных совещаний. Это направлено на обеспечение согласованности финансовых стратегий и целей на разных уровнях управления. Региональные власти взаимодействуют с центральным правительством в вопросах распределения финансовых ресурсов между регионами. Это может включать в себя субсидии, гранты и другие формы поддержки.

Местные власти, находясь ближе к конечному потребителю услуг, играют ключевую роль в выявлении приоритетов и потребностей на уровне конкретных городов и районов. Они активно участвуют в формировании местных бюджетов, определяя, какие проекты и услуги требуют дополнительных финансовых вливаний.

Синергия между региональной и местной властью является ключевым элементом успешного формирования финансовых ресурсов. Однако, несмотря на позитивные аспекты, возникают вызовы в виде разногласий в интересах и приоритетах. Сбалансированный и взаимовыгодный подход требует диалога, адаптации стратегий к различиям на местном и региональном уровнях.

Совершенствование взаимодействия между региональной и местной властью в формировании финансовых ресурсов представляет собой важное направление для обеспечения устойчивого развития региональных экономик. Для достижения оптимальных результатов, на наш взгляд, необходимо разработать эффективные механизмы обмена информацией и координации между региональной и местной властью. Это включает в себя системы общих баз данных, регулярные совещания и мероприятия для обмена опытом и передачи лучших практик.

Региональная власть должна активно взаимодействовать с местными органами для разработки общерегиональных стратегий по формированию финансовых ресурсов. Это позволит согласовать приоритеты и направления развития, улучшая эффективность использования финансовых инструментов.

Повысить финансовую устойчивость местных властей, включающее в себя делегирование большей финансовой ответственности на уровень местных органов, что способствует более эффективному управлению средствами и адаптации к местным потребностям.

Создание партнерских отношений с общественностью и предпринимательским сектором. Это не только диверсифицирует источники финансирования, но и обеспечивает более широкий обзор местных потребностей.

Применение современных технологий, таких как цифровизация финансовых систем и электронные платежи, может существенно улучшить прозрачность и эффективность управления финансовыми ресурсами на всех уровнях.

Совершенствование взаимодействия региональной и местной власти в формировании финансовых ресурсов требует системного подхода, активного взаимодействия всех сторон и гибкости в адаптации к изменяющимся условиям. В итоге, взаимодействие региональной и местной власти в формировании финансовых ресурсов является сложным, но важным элементом устойчивого экономического развития. Оно требует постоянного обмена информацией, согласования стратегий и гибкости в решении финансовых вопросов, чтобы обеспечить благосостояние как на региональном, так и на местном уровнях. Внедрение таких изменений повысит эффективность управления ресурсами и способствует устойчивому развитию регионов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Закон РК «О республиканском бюджете на 2023 год»
2. [Управление финансов и государственных активов Туркестанской области](https://www.gov.kz/memleket/entities/turkestan-karzhy/documents/2?directions=4242&lang=ru&title=2022)
<https://www.gov.kz/memleket/entities/turkestan-karzhy/documents/2?directions=4242&lang=ru&title=2022>
3. [Тургель И. Д. «Формирование финансовых основ местного самоуправления»](https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-finansovyh-osnov-mestnogo-samoupravleniya-itogi-i-perspektivy-reform)
<https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-finansovyh-osnov-mestnogo-samoupravleniya-itogi-i-perspektivy-reform>

ТРАНСФОРМАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ ГОРОДОМ АЛМАТЫ: ВЛИЯНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Иманбекова Е.Ж.¹, Даржанова М.Ш.², Гуляева С.П.³

^{1,2,3}Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация. В данной статье исследуется влияние современных технологий на управление и развитие города Алматы, с акцентом на цифровизации жилищно-коммунального хозяйства и государственной программе "Цифровой Казахстан". Рассмотрены основные аспекты этой трансформации и ее роль в обеспечении устойчивого городского развития.

Ключевые слова: управление городом, город Алматы, современные технологии, инновации, информационные технологии, смарт-технологии, городское управление.

АЛМАТЫ ҚАЛАСЫН БАСҚАРУ ТРАНСФОРМАЦИЯСЫ: ҚАЗІРГІ ТЕХНОЛОГИЯЛАРДЫҢ ӘСЕРІ

Иманбекова Е.Ж.¹, Даржанова М.Ш.², Гуляева С.П.³

^{1,2,3}Каспий қоғамдық университеті, Алматы, Қазақстан Республикасы

Аңдатпа. Бұл мақалада тұрғын үй-коммуналдық шаруашылығын цифрландыруға және «Цифрлық Қазақстан» мемлекеттік бағдарламасына баса назар аударатырып, Алматы қаласын басқару мен дамытуға заманауи технологиялардың әсері қарастырылған. Бұл трансформацияның негізгі аспектілері және оның қаланың тұрақты дамуын қамтамасыз етудегі рөлі қарастырылады.

Түйін сөздер: қала менеджменті, Алматы қаласы, заманауи технологиялар, инновациялар, ақпараттық технологиялар, смарт технологиялар, қала менеджменті.

TRANSFORMATION OF ALMATY CITY MANAGEMENT: THE IMPACT OF MODERN TECHNOLOGIES

Imanbekova E.Zh.¹, Darzhanova M.Sh.², Gulyaeva S.P.³

^{1,2,3}Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

Summary. This article examines the influence of modern technologies on the management and development of the city of Almaty, with an emphasis on the digitalization of housing and communal services and the state program "Digital Kazakhstan". The main aspects of this transformation and its role in ensuring sustainable urban development are considered.

Keywords: city management, Almaty city, modern technologies, innovations, information technologies, smart technologies, city management.

Современные города сталкиваются с комплексными вызовами и возможностями, предоставляемыми веком технологий. Город Алматы не исключение из этой общей тенденции. В эпоху стремительных изменений, городское управление претерпевает фундаментальные трансформации, благодаря внедрению инновационных технологий.

Казахстан стремится к цифровой модернизации с помощью программы "Цифровой Казахстан"[1]. Эта программа охватывает множество сфер, включая городское управление, целью которого является доступ граждан и предприятий к современным технологиям. Алматы активно участвует в программе, модернизируя инфраструктуру и улучшая общественные услуги.

На рис.1 приведены данные бюджетных расходов Казахстана на развитие цифровизации:

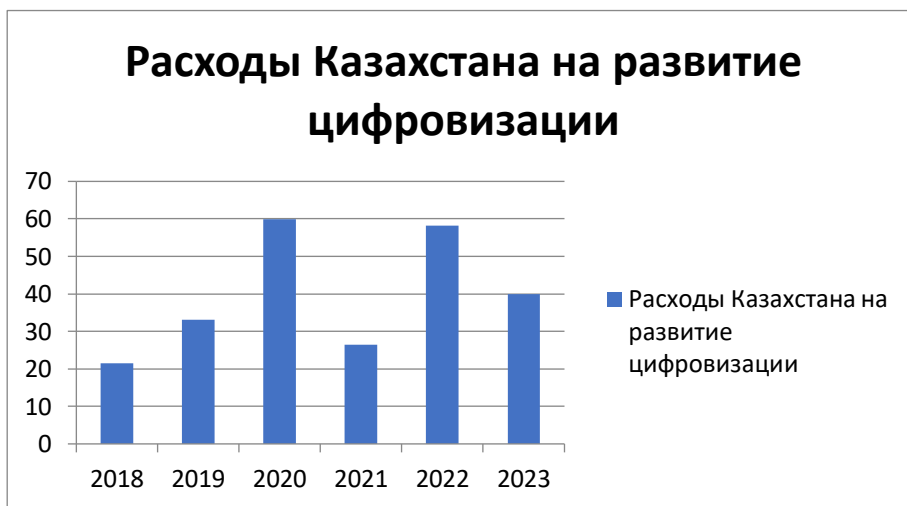


Рисунок 1 – Расходы Казахстана на развитие цифровизации

Анализ бюджетных расходов в Казахстане показывает резкий рост инвестиций в цифровизацию с 2018 по 2020 год, достигший пика в 2020 году - почти 60 миллиардов тенге. В последующие годы, включая 2022 и 2023 годы, инвестиции оставались на высоком уровне, подчеркивая приоритет цифровых технологий"[2].

Важно отметить, что высокие инвестиции в цифровизацию не только подчеркивают приоритет цифровых технологий, но также служат основой для цифровизации жилищно-коммунального хозяйства (ЖКХ).

Цифровизация ЖКХ представляет собой ключевой аспект программы "Цифровой Казахстан" и имеет огромное значение для управления городом Алматы. Этот процесс охватывает различные аспекты жилищного и коммунального сектора, с целью оптимизации ресурсов, улучшения качества услуг и повышения комфорта для граждан.

Цифровизация ЖКХ включает в себя установку современных сенсоров и счетчиков, которые автоматически собирают информацию о потреблении ресурсов, таких как вода, газ и электроэнергия. Эти данные анализируются с использованием современных технологий, что позволяет оптимизировать расход ресурсов и выявлять потенциальные проблемы. Цифровизация позволяет создать централизованные системы управления коммунальными службами. Городские власти могут мониторить состояние коммунальной инфраструктуры в режиме реального времени и оперативно реагировать на возникающие проблемы, такие как аварии на водопроводных или теплоснабжающих сетях. Цифровизация ЖКХ способствует снижению потребления энергии и повышению энергоэффективности жилищных и коммунальных объектов. Умные системы управления освещением, отоплением и кондиционированием воздуха позволяют экономить ресурсы и снижать экологическое воздействие.

Современное жилищно-коммунальное хозяйство (ЖКХ) сталкивается с вызовами, требующими инновационных решений. На сегодняшний день существуют новые технологии, которые могут революционизировать работу в данной сфере. В данной статье мы рассмотрим существующую структуру ЖКХ, а затем поговорим о том, как эти новые технологии могут усовершенствовать и оптимизировать эту структуру, привнося инновации и улучшения для жителей и управляющих организаций.

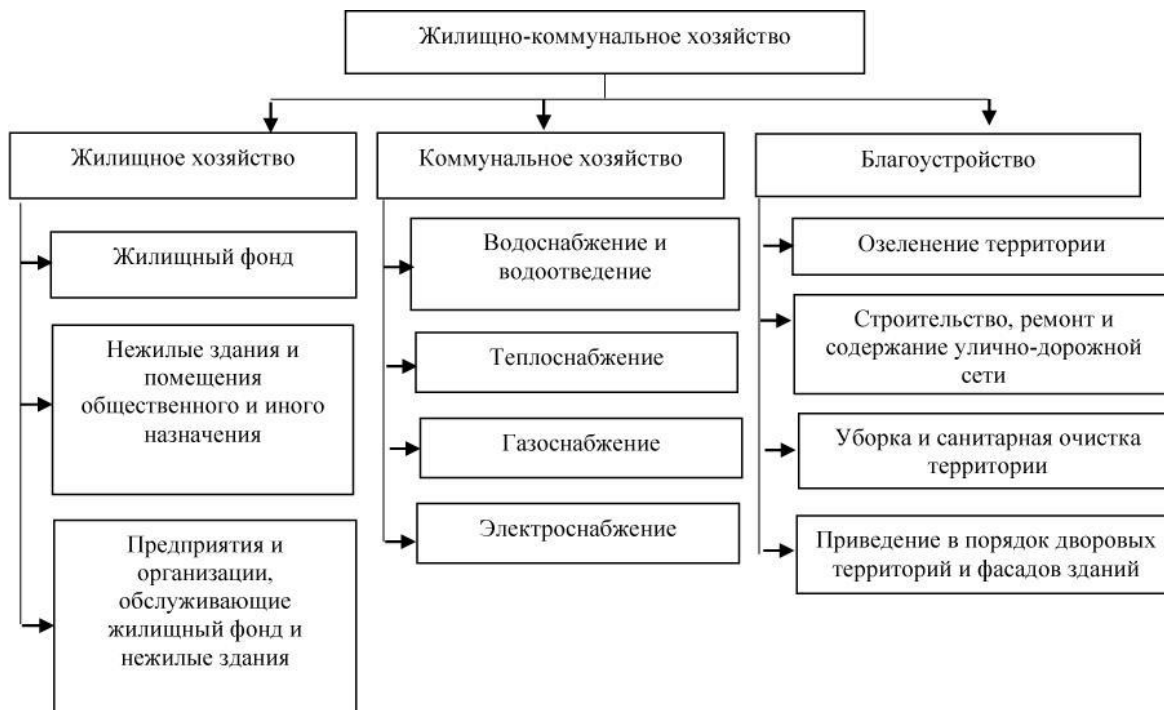


Рисунок 2 – Структура ЖКХ

Примечание: рисунок составлен на основе источника [3].

С учетом представленного рисунка (рисунок 2), мы можем наблюдать, что существующая структура жилищно-коммунального хозяйства (ЖКХ) включает множество этапов перед непосредственной работой. Однако, при использовании новых технологий, структура ЖКХ может претерпеть существенные изменения и представлять собой следующее (рисунок 3):

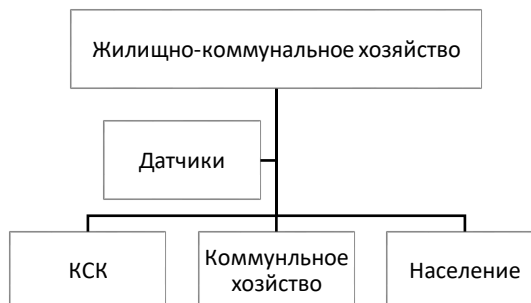


Рисунок 3 – Усовершенствованная структура ЖКХ

В большинстве квартир сейчас установлены счетчики, стоимость которых варьируется от 10 000 до 80 000 тенге. Принимая среднюю цену в размере 45 000 тенге за один такой счетчик, рассмотрим стоимость установки новых "умных" счетчиков. Минимальная цена современных датчиков колеблется от 25 000 до 63 000 тенге, средняя стоимость составляет 44

000 тенге. Как видно, разница между старыми и новыми смарт-счетчиками практически отсутствует.

Следовательно, замена старых счетчиков на новые представляется целесообразной, поскольку со временем старые счетчики могут выйти из строя, и их ремонт обойдется дороже, чем установка новых, которые способны предотвратить потенциальные аварии заранее.

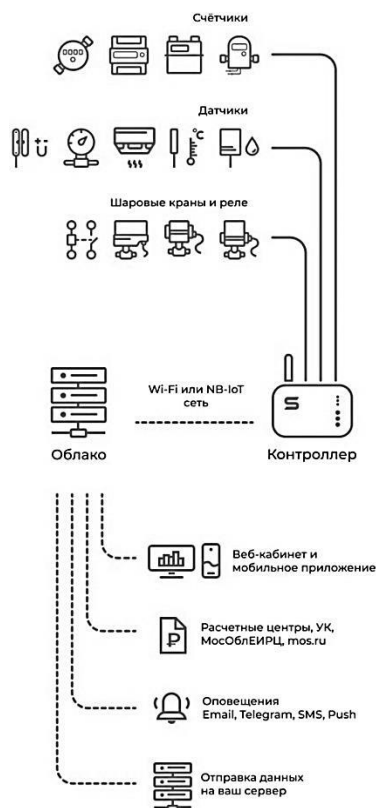


Рисунок 4 – Современные датчики в структуре ЖКХ

Примечание: рисунок составлен на основе источника [4].

С использованием новейших технологий (рисунок 4), в частности современных датчиков, способных анализировать деятельность в сфере жилищно-коммунального хозяйства (ЖКХ), можно значительно улучшить структуру ЖКХ. Например, граждане смогут лично отслеживать состояние жилищных ресурсов, оценивать износы и контролировать расходы на коммунальные услуги. В то же время, государственное управление сможет осуществлять дистанционный мониторинг и предотвращение аварийных ситуаций, что способствует повышению эффективности и безопасности в сфере ЖКХ. Эти новые технологии переносят структуру ЖКХ в новую эру, обеспечивая более прозрачное и эффективное управление для всех заинтересованных сторон.

Цифровизация ЖКХ является неотъемлемой частью стратегии управления городом Алматы, призванной сделать жизнь населения более комфортной, а город более устойчивым к изменяющимся условиям.

Мировой опыт показывает, что современные технологии могут значительно улучшить процессы управления городом. Один из ярких примеров - "смарт-города" (smart cities), которые интегрируют ИТ-решения для оптимизации транспортной системы, обеспечения безопасности и повышения качества жизни горожан. Такие города как Сингапур, Сеул и Китай стали моделями внедрения современных технологий в городское управление.

Важно отметить, что некоторые страны и регионы опередили другие в этом стремлении к современным технологическим решениям для управления городами. Примером здесь может

служить Китай, который, хотя и утратил инициативу в третьей промышленной революции, сейчас активно пытается замкнуть этот разрыв и войти в четвертую промышленную революцию[5, с.72]. Опыт Китая является наглядным примером того, как страна может эффективно мобилизовать свои усилия и ресурсы, чтобы догнать технологических лидеров и преобразовать свои города в интеллектуальные и устойчивые экосистемы.

Казахстан находится на рубеже исторических выборов. В эпоху четвертой промышленной революции с ключевой ролью цифровых технологий, стране следует активно внедрять современные решения в городское управление.

Список литературы:

1. Государственная программа. "Цифровой Казахстан"
2. Газета «Курсив» [Электронный ресурс]. – 2022. – URL: <https://kz.kursiv.media/2022-09-29/kak-mincifyr-planiruet-potratit-bolee-10-mlrd-tenge-v-2022-2024-gody/>
3. Каратаев Е. М., Меркурьев В. В. Экономические проблемы регионов и отраслевых комплексов – г.Кемерово, 2020.
4. Компания «SAURES» [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.saures.ru>
5. Цифровая трансформация промышленности Китая: опыт для ЕАЭС / Г. Г. Головенчик, Ван Юань; под общ. ред. М.М. Ковалёва. - Минск: Изд. центр БГУ, 2020. - 166 с.

Сведения об авторах

*Иманбекова Елнұра Жанабекқовна - студент 4 курса “Государственная служба и управление”, Каспийский Общественный Университет, e-mail: iman.elnura@bk.ru

**Даржанова Мунира Шамсутдиновна - кандидат экономических наук, ассоциированный профессор, Каспийский Общественный Университет, e-mail: mun46@mail.ru

***Гуляева Светлана Павловна - кандидат экономических наук, ассоциированный профессор, Каспийский Общественный Университет, e-mail: svetagul52@mail.ru

Авторлар туралы мәліметтер

*Иманбекова Елнұра Жанабекқызы – «Мемлекеттік қызмет және менеджмент» 4 курс студенті, Каспий мемлекеттік университеті, e-mail: iman.elnura@bk.ru

**Даржанова Мунира Шамсутдиновна – экономика ғылымдарының кандидаты, Каспий қоғамдық университетінің доценті, e-mail: mun46@mail.ru

***Гуляева Светлана Павловна – экономика ғылымдарының кандидаты, Каспий қоғамдық университетінің доценті, e-mail: svetagul52@mail.ru

Information about the authors

*Imanbekova Yelnura Zhanabekovna - 4th year student “Public Service and Management”, Caspian Public University, e-mail: iman.elnura@bk.ru

**Darzhanova Munira Shamsutdinovna - Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Caspian Public University, e-mail: mun46@mail.ru

***Gulyaeva Svetlana Pavlovna - Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Caspian Public University, e-mail: svetagul52@mail.ru

УДК 339.5.053

АНАЛИЗ ТОВАРООБОРОТА МЕЖДУ РЕСПУБЛИКОЙ КАЗАХСТАН И РЕСПУБЛИКОЙ УЗБЕКИСТАН

Именаленов А.Е.¹, Абдуразакова Г.М.²

Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан
Алматинский гуманитарно-экономический университет, г. Алматы, Республика
Казахстан

Аннотация:

В данной статье проводится анализ товарооборота между Республикой Казахстан и Республикой Узбекистан за последние 6 лет, и рассматривается динамика изменений товарных отношений двух стран в различных ситуациях, а также указывается на значимость торговых отношений между Республикой Казахстан и Республикой Узбекистан, связанная тем, что данные страны из-за близкого расположения могут иметь преимущества на рынках друг друга перед странами, которым нужно везти товары по железнодорожным путям из дальнего зарубежья, или везти товары меняя способ передвижения.

Ключевые слова: товарооборот, международная торговля, Республика Казахстан, Республика Узбекистан, экспорт, импорт.

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ МЕН ӨЗБЕКСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ АРАСЫНДАҒЫ ТАУАР АЙНАЛЫМЫН ТАЛДАУ

Именаленов А.Е.¹, Абдуразакова Г.М.²

Каспий қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы
Алматы гуманитарлық-экономикалық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

Аңдатпа:

Бұл мақалада Қазақстан Республикасы мен Өзбекстан Республикасы арасындағы соңғы 6 жылдағы тауар айналымына талдау жүргізіледі және екі елдің тауар қатынастарының әртүрлі жағдайларда өзгеру серпіні қарастырылады, сондай-ақ Қазақстан Республикасы мен Өзбекстан Республикасы арасындағы сауда қатынастарының маңыздылығы осы елдердің жақын орналасуына байланысты нарықтарында артықшылықтарға ие болуы мүмкін екендігіне байланысты көрсетіледі.

Түйін сөздер: тауар айналымы, халықаралық сауда, Қазақстан Республикасы, Өзбекстан Республикасы, экспорт, импорт.

ANALYSIS OF TRADE TURNOVER BETWEEN THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN AND THE REPUBLIC OF UZBEKISTAN

Imenalenov A.E.¹. Abdurazakova G.M.²

Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan
Almaty University of Humanities and Economics, Almaty, Republic of Kazakhstan

Annotation:

This article analyzes the trade turnover between the Republic of Kazakhstan and the Republic of Uzbekistan over the past 6 years, and examines the dynamics of changes in commodity relations between the two countries in various situations, and also indicates the importance of trade relations

between the Republic of Kazakhstan and the Republic of Uzbekistan, due to the fact that these countries may have advantages in each other's markets due to their proximity a friend in front of countries that need to transport goods by rail from far abroad, or to transport goods by changing the mode of transportation.

Keywords: commodity turnover, international trade, Republic of Kazakhstan, Republic of Uzbekistan, export, import.

Международная торговля занимает важное место в современном мире, так как позволяет людям получать товары или услуги, к которым в повседневной жизни они не имеют доступа. Такая ситуация характерна для отдельных индивидов или для локальных компаний. Для транснациональных компаний и для государств, международная торговля – это инструмент политики, как внутренней, так и внешней, и возможность, позволяющая сосредоточиться на определенном типе продуктов. Как писал Герберт Саймон: «Современный капитализм лучше описывается понятием организационная экономика, а не рыночная» [1 с 62]. И крупные организации или государства имеют большую власть в современной экономике, а одним из таких инструментов призван быть товарооборот.

Как видно по графику динамики товарооборота между Республикой Узбекистан и Республикой Казахстан, наблюдается положительная динамика на протяжении 5 последних лет. В среднем товарооборот ежегодно рос на 24,1% с 2018 по 2022 год. В абсолютных значениях с 2017 по 2022 год товарооборот вырос на 2 936,7 млн. долларов США; Снижение на 14%, наблюдалось в 2020 году, на фоне пандемии коронавируса, когда произошли множественные логистические сбои. Но уже к 2021 году показатели товарооборота восстановились и превысили аналогичные показатели за 2019 год на 418,8 млн. долларов США. Относительный рост товарооборота 2022 года к 2017 году составил 247,9%. [2].



Рисунок 1. Динамика товарооборота между Казахстаном и Узбекистаном
Примечание: рисунок составлен на основе источника [2].

Как видно по рисунку 2 экспорт Республики Казахстан в Республику Узбекистан имеет положительную динамику, на протяжении всего рассматриваемого периода, и составляет в среднем 26,3%.

В отличие от экспорта, как видно по рисунку 3, импорт товаров из Республики Узбекистан в Республику Казахстан не поддерживает положительную динамику на протяжении рассматриваемого периода, существенно завися от внешних воздействий. Особенно заметен резкий спад в 2020 году, вызванный пандемией коронавируса. Последствия этого спада ощущаются и по сей день, поскольку уровень импорта в 2022 года не превысил показателя 2019 года.

Экспорт Республики Казахстан в Республику Узбекистан

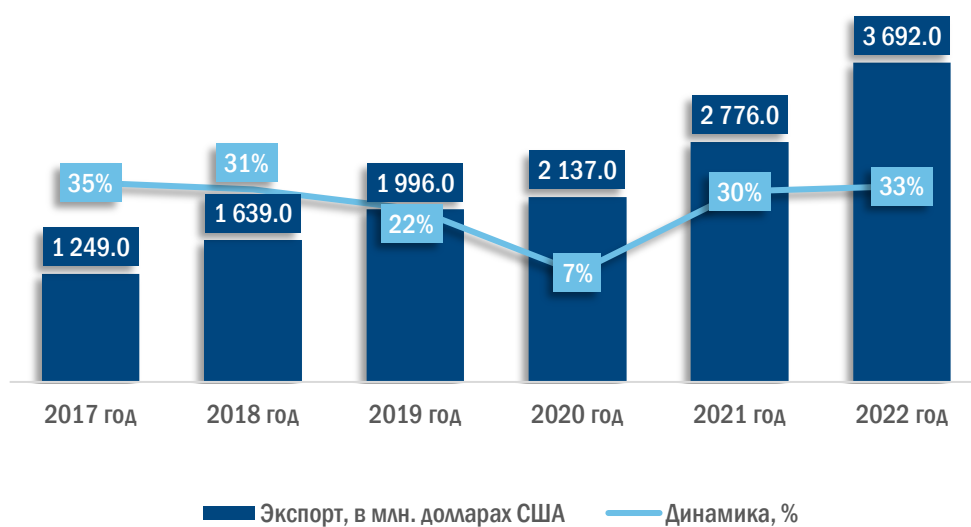


Рисунок 2. Экспорт РК в РУ с 2017 года по 2022 год.
Примечание: рисунок составлен на основе источника [2].

Импорт в Республику Казахстан из Республики Узбекистан

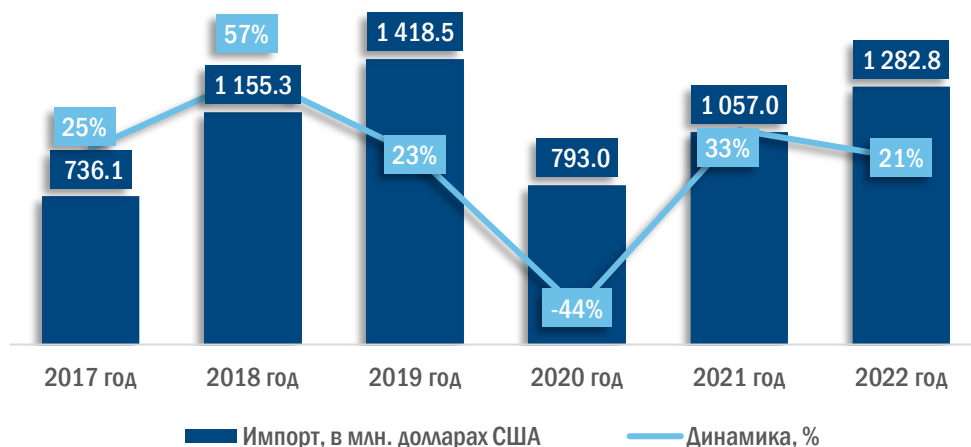


Рисунок 3. Импорт в РК из РУ с 2017 года по 2022 год.
Примечание: рисунок составлен на основе источника [2].

Согласно анализу, на рисунке 4 [3], в 2022 году наибольший объем экспорта приходился на продукты растительного происхождения, в то время как основной объем импорта составляли средства транспорта.

В рамках структуры экспорта за 2022 год категория "продукты растительного происхождения" занимала наибольшую долю в 30,7%. Отмечается, что из этой категории наибольший вес имели злаки, суммарный объем которых составил 860 млн. долларов США. Это представляет собой 75,8% от общего объема продуктов растительного происхождения, экспортированных из РК в РУ;

На втором месте по объему экспорта в 2022 году располагается категория "недрагоценные металлы и изделия из них", которая составила 18,4% в общей структуре экспорта. Заметно, что наибольший объем экспорта в данной категории приходится на черные металлы, абсолютное значение которых достигло 523 миллиона долларов США. Стоит

отметить, что прочие товары в этой категории составили 76,6% от общего объема экспорта недргоценных металлов и их изделий.



Рисунок 4. Анализ экспорта за 2022 год.

Примечание: рисунок составлен на основе источника [3].



Рисунок 5. Анализ импорта за 2022 год

Примечание: рисунок составлен на основе источника [3].

Согласно графику, на рисунке 5, в структуре импорта в Республику Казахстан из Республики Узбекистан за 2022 год выделяется категория "средства транспорта", занимающая наибольшую долю в объеме импорта и составляющая 23%. Из этой категории основной вес приходится на раздел "Средства наземного транспорта, кроме железнодорожного или трамвайного подвижного состава, и их части и принадлежности". Общий объем этой статьи

составил 294,1 миллиона долларов США, что представляет собой 99,1% от всей указанной категории в структуре импорта.

Второе место по объему импорта занимает категория "продукты растительного происхождения", составляя 18,4% от общего объема импорта. Основной вес в этой категории приходится на съедобные фрукты и орехи, а также на кожуру цитрусовых плодов или корки дынь. Объем данной статьи составил 128,1 миллиона долларов США, представляя 54,1% от общего объема импорта в данной категории.

Согласно рисунку 6 динамика импорта пищевой промышленности в Республику Казахстан из Республики Узбекистан наблюдается в основном отрицательная динамика.

В среднем импорт ежегодно уменьшался на 10%, с 2018 по 2022 год. Пик импорта пищевой промышленности выпал на 2018 год, он составил 412 млн. долларов. В абсолютных значениях с 2018 по 2022 год импорт снизился на 127 млн. долларов США.

Резкое падение импорта в 2019 году, и постепенное уменьшение этого показателя связано с развитием аграрно-промышленного комплекса в Казахстане, и постепенное увеличение доли отечественных производителей на внутреннем рынке.

Относительное падение импорта 2022 года к 2017 году составило 16,1%.

Динамика импорта товаров пищевой промышленности в РК из РУ

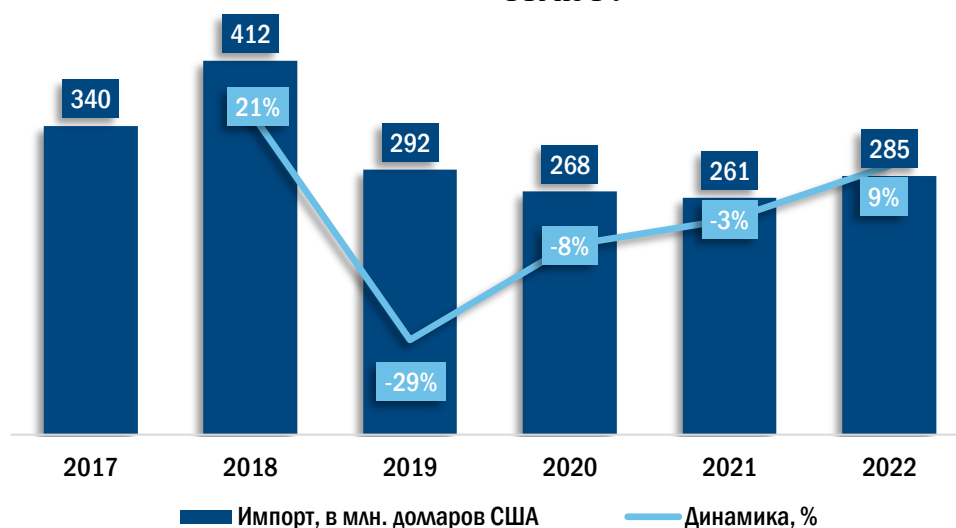


Рисунок 6. Динамика импорта товаров пищевой промышленности в РК из РУ

Примечание: рисунок составлен на основе источника [3].

Согласно рисунку 7 импорт товаров легкой промышленности, в Республику Казахстан из Республики Узбекистан наблюдается положительная динамика.

В среднем импорт ежегодно увеличивался на 10,2%, с 2018 по 2022 год. В абсолютных значениях с 2017 по 2022 год импорт товаров легкой промышленности вырос на 23 млн. долларов США.

Падение импорта произошло только в 2018 году на 15%, по сравнению с 2017 годом, но уже в 2019 году импорт достиг показателя 2017 года.

Самой крупной статьёй импорта за 6 лет являются: предметы одежды и принадлежности к одежде, трикотажные машинного или ручного вязания. За 6 лет данного товара было импортировано на сумму 122,8 млн. долларов США.

Относительный рост импорта 2022 года к 2017 году составил 56%.

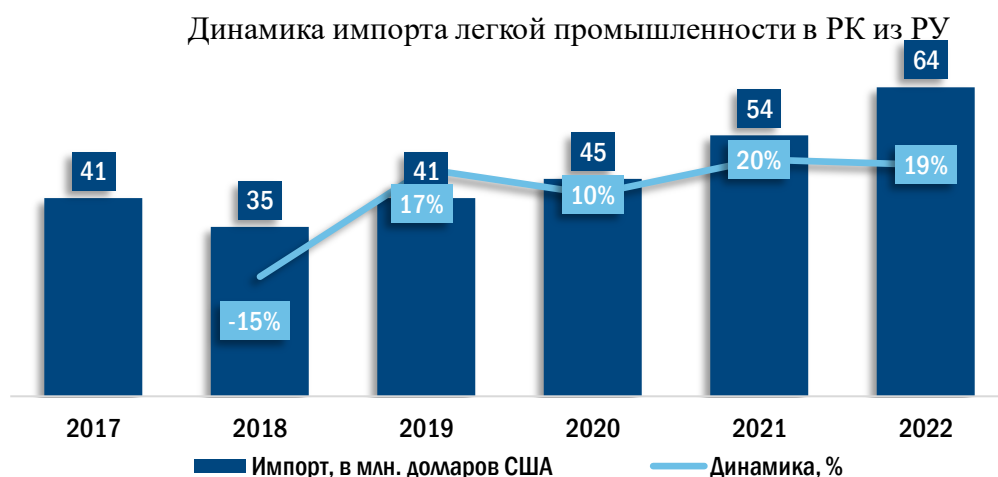


Рисунок 7. Динамика импорта легкой промышленности в РК из РУ
Примечание: рисунок составлен на основе источника [4].

Согласно рисунку 8 в динамике экспорта пищевой промышленности из Республики Казахстан в Республику Узбекистан наблюдается положительная динамика.

Динамика экспорта пищевой промышленности из РК
в РУ

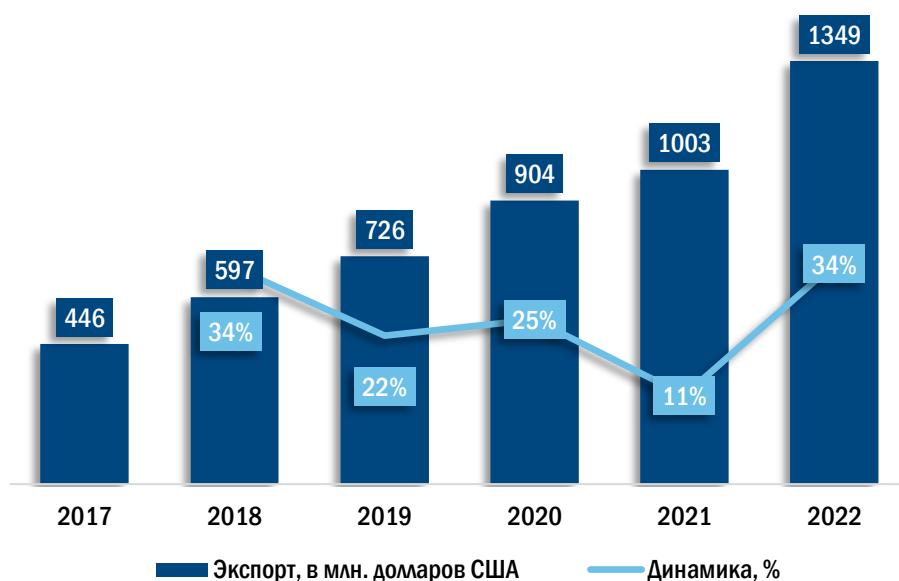


Рисунок 8. Динамика экспорта товаров пищевой промышленности из РК в РУ
Примечание: рисунок составлен на основе источника [5].

В среднем экспорт ежегодно увеличивался на 25,2% с 2018 по 2022 год. В абсолютных значениях экспорт пищевой промышленности с 2022 года по 2017 годы вырос на 903 млн. долларов США.

За весь рассматриваемый период значения экспорта год от года росли в абсолютных значениях, что говорит о востребованности товаров от местных производителей на рынке Узбекистана.

Относительный рост экспорта с 2022 года к 2017 году составил 302,4%.

Самой крупной статьёй экспорта за 6 лет является статья "злаки", она составляет 3 068 млн. долларов США. Всего за 6 лет было экспортировано пищевой продукции на 5 028 млн. долларов США.

Согласно рисунку 9 экспорт товаров легкой промышленности из Республики Казахстан в Республику Узбекистан наблюдается смешанная динамика.

В среднем импорт ежегодно увеличивался на 320,8%, с 2018 по 2022 год. В абсолютных значениях с 2017 по 2022 год экспорт легкой промышленности вырос на 5,4 млн. долларов США.

Динамика экспорта легкой промышленности из РК в РУ

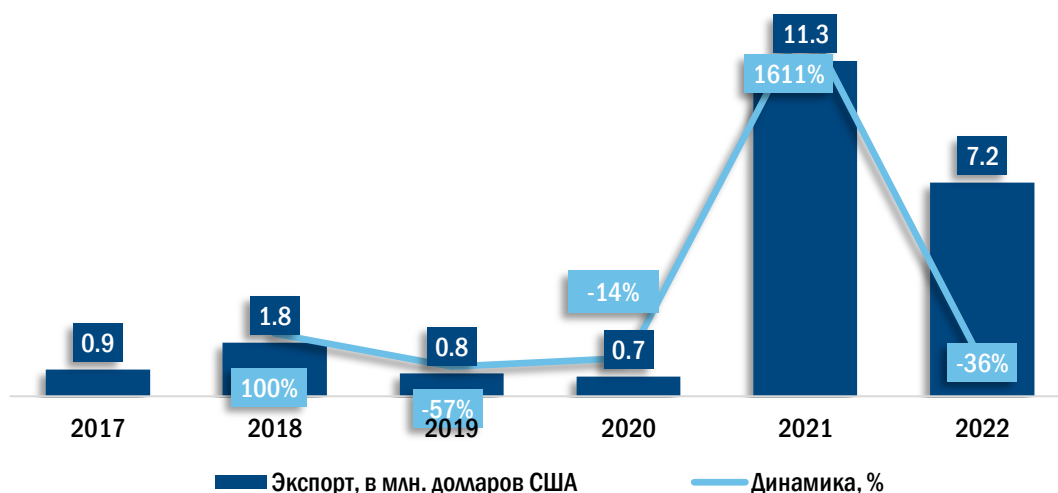


Рисунок 9. Динамика экспорта товаров легкой промышленности из РК в РУ.

Примечание: рисунок составлен на основе источника [5].

Динамика экспорта не имеет определенной тенденций, и почти во все 6 лет основным экспортируемым товаром являлся хлопок. Удельный вес хлопка за 6 лет экспорта легкой промышленности составляет 77,9%. От того, как изменяется стоимость и количество экспортируемого хлопка, меняется и статья легкой промышленности.

Несмотря на колебания экспорта и импорта товаров между странами, Республика Узбекистан все еще является одним из важнейших торговых партнеров Республики Казахстан, так как данные страны из-за близкого расположения могут иметь преимущества на рынках друг друга, перед странами, которым нужно везти товары по железнодорожным путям из дальнего зарубежья, или везти товары меняя способ передвижения, сначала по морю, потом по суше. Также Республика Узбекистан позволяет развиваться Казахстанскому АПК более разнообразно, в связи с тем, что закрывает потребности в базовых продуктах.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Книга: «Как устроена экономика» М.: Манн, Иванов и Фербер ООО, 2015, автор Хаджун Чанг
2. Официальный сайт статистики РК stat.gov
3. Официальный сайт статистики РК (устаревший внешне) old.stat.gov
4. Интернет газета gazeta.uz: статья «Чем торговал Узбекистан в 2022 году» <https://www.gazeta.uz/ru/2023/01/23/export-import/>
5. Интернет статья Economic research institute: «Рекордный товарооборот Казахстана с Узбекистаном». https://economy.kz/ru/Novosti_instituta/id=5591

Сведения об авторах

*Именаленов Адиль Иванович - студент 4 курса ОП «Корпоративные финансы» Каспийского Общественного Университета, e-mail: imenalenov.a@mail.ru

**Абдуразакова Гульрух Максutowна – магистрантка 1 курса ОП «Экономика», г. Алматы, Республика Казахстан, e-mail: gulrukh.ma@gmail.com

Авторлар туралы мәліметтер

*Именаленов Әділ Еркенұлы - "Корпоративтік қаржы" ББ 4 курс студенті, Каспий қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы, e-mail: imenalenov.a@mail.ru

** Абдуразакова Гүлрух Мақсұтқызы - "Экономика" ББ 1 курс магистранты, Алматы қ., Қазақстан Республикасы, E-mail: gulrukh.ma@gmail.com

Information about the authors

Imenalenov Adil Erkenovich - 4nd year student of the OP "Corporate Finance", Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan, e-mail: imenalenov.a@mail.ru

**Abdurazakova Gulrukh Maksutovna – 1st year master's student of the OP "Economics", Almaty, Republic of Kazakhstan, e-mail: gulrukh.ma@gmail.com

ВЛИЯНИЕ ВИЗУАЛЬНОГО МАРКЕТИНГА НА ПОВЕДЕНИЕ ПОКУПАТЕЛЯ

Калимуллин Р.М.¹

¹ Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация

Данная статья посвящена аналитической области визуального маркетинга и ее глубокому влиянию на поведение клиентов. Особое внимание было уделено динамическому взаимодействию между визуальными эффектами и принятием решений потребителем, и исследованию различных аспектов. Эта статья раскрывает искусство и науку, основанную на успешных кампаниях визуального маркетинга, в результате анализа фактора использования визуальных элементов, таких как цвет, изображение и дизайн, до раскрытия психологических аспектов визуального повествования.

Важная часть исследования посвящена пониманию роликов визуальных эффектов за пределами потребительского восприятия и взглядов. Что касается практических примеров, читатели рассматривают идеи о том, как компании могут эффективно использовать визуальные элементы для создания запоминающегося и влиятельного маркетингового опыта.

Ключевые слова: *Визуальный маркетинг, поведение покупателя, восприятие потребителей, визуальные элементы, социальные сети, пользовательский контент.*

Түйін

«Бұл мақала визуалды маркетингтің аналитикалық саласына және оның тұтынушылардың мінез-құлқына терең әсеріне бағытталған. Көрнекі бейнелер мен тұтынушылық шешім қабылдау арасындағы динамикалық өзара әрекеттестікке ерекше назар аударылып, әртүрлі аспектілер зерттелді. Бұл мақала түс, сурет және дизайн сияқты көрнекі элементтерді пайдалану факторынан бастап визуалды әңгіменің психологиялық аспектілерін ашуға дейін табысты визуалды маркетингтік науқандардың артындағы өнер мен ғылымды зерттейді.

Осы мақаланың маңызды бөлігі тұтынушы қабылдауы мен перспективасынан тыс визуалды эффектілерді түсіну туралы. Практикалық мысалдар үшін оқырмандарға есте қаларлық және ықпалды маркетинг тәжірибесін жасау үшін компаниялардың көрнекі элементтерді қалай тиімді пайдалана алатыны туралы идеялар қарастырылады.

Түйін сөздер: Көрнекі маркетинг, сатып алушының мінез-құлқы, тұтынушылардың қабылдауы, визуалды элементтер, әлеуметтік желілер, пайдаланушы жасаған мазмұн.

Annotation

This article focuses on the analytical field of visual marketing and its profound impact on customer behavior. Particular attention was paid to the dynamic interaction between visuals and consumer decision making, and various aspects were explored. This article explores the art and science behind successful visual marketing campaigns, from factoring in the use of visual elements such as color, image and design to revealing the psychological aspects of visual storytelling.

An important part of this article is about understanding visual effects reels beyond consumer perception and perspective. For practical examples, readers are treated to ideas on how companies can effectively use visual elements to create memorable and influential marketing experiences.

Keywords: *Visual marketing, buyer behavior, consumer perception, visual elements, social networks, user-generated content.*

Введение. В быстро развивающемся ландшафте современного маркетинга роль визуальных элементов становится все более важной, определяя способ взаимодействия потребителей с продуктами и услугами. Представленная статья представляет собой глубокое исследование аналитической области визуального маркетинга, раскрывающее его глубокое влияние на поведение покупателей. По мере того, как компании переходят в цифровую эпоху, понимание сложной динамики между визуальными эффектами и процессами принятия решений потребителями становится стратегическим императивом.

Захватывающее взаимодействие между визуальными эффектами и потребительским выбором — многогранное явление, выходящее за рамки простой эстетики. В этом исследовании мы углубляемся в искусство и науку визуального маркетинга, анализируя такие нюансы, как цвет, изображение и дизайн. Исследуя эти элементы, мы стремимся разгадать психологические тонкости визуального повествования и то, как они резонируют с процессом принятия решений современного потребителя.

Актуальность - В сегодняшнем динамичном рыночном ландшафте, где визуальный контент играет все более важную роль, понимание его влияния на поведение покупателей имеет решающее значение для бизнеса. Данная тема актуальна для маркетологов, предпринимателей и всех, кто занимается разработкой маркетинговых стратегий. Он проливает свет на практическое применение принципов визуального маркетинга посредством тематических исследований, исследует межкультурные аспекты и предвидит будущие тенденции, предоставляя дальновидную перспективу тем, кто ориентируется в постоянно меняющемся потребительском поле. Представленные в данной работе идеи необходимы для того, чтобы быть в курсе отраслевых тенденций, оптимизировать маркетинговые подходы и, в итоге, способствовать более эффективным и резонансным связям с потребителями.

Цель статьи — Изучение и анализ влияние визуального маркетинга на поведение клиентов.

Литературный обзор. Бегенова К. С., Корнева О. Ю. в данной статье исследуют значение и стратегия визуального маркетинга в контексте развития и таможенного администрирования внешнеэкономической деятельности предприятий. Обсуждается отечественный и зарубежный опыт визуального маркетинга [1, – С. 3-9].

Рубцова Н.В., Акберова Е.А. в своей работе «Влияние интернет-маркетинга на поведение потребителей» поднимают такие темы, как влияние интернет-маркетинга на поведение потребителей, исследуя способы, которыми стратегии онлайн-маркетинга формируют и влияют на выбор потребителей. Анализируют визуальный дизайн веб-рекламы и его подсознательное влияние на процесс принятия решений об онлайн-покупках [2, – С. 301-303].

Есбулатова А.Ж. как и в предыдущей работе, исследует визуальный дизайн веб-рекламы и его подсознательное влияние на решения о покупке и описывает это в своем источнике «Визуальный дизайн веб-рекламы как способ подсознательного воздействия на решение о покупке в Интернете» [6].

Методология. Выбранный дизайн исследования представляет собой комбинацию наблюдательных исследований и опросов. Это позволяет получить как качественное представление о взаимодействии потребителей с элементами визуального маркетинга, так и количественные данные для статистического анализа.

Результаты.

Визуальные эффекты в контексте маркетинга стали ключевым инструментом привлечения аудитории, повышения запоминаемости бренда и привлечения потребителей. По мере развития технологий интеграция визуально ярких элементов вышла за рамки эстетики и стала незаменимым компонентом эффективных маркетинговых стратегий.

В мире, засыпанном информацией, привлечь внимание потребителей — постоянная задача. Визуальные эффекты служат магнитом внимания, привлекая внимание к рекламе, контенту социальных сетей и веб-сайтам. Использование анимации, ярких цветов и динамичной графики может создать визуальное зрелище, выделяющееся среди цифрового шума.

Визуальные эффекты позволяют брендам рассказывать захватывающие истории. Будь то иммерсивные видеоролики, интерактивная графика или возможности дополненной реальности, маркетологи могут передать повествование о своем бренде визуально привлекательным образом. Такой подход к рассказыванию историй способствует развитию эмоциональных связей с аудиторией, что является важнейшим элементом формирования лояльности к бренду.

Качество и креативность визуальных эффектов напрямую влияют на то, как потребители воспринимают бренд. Качественная графика передает профессионализм и внимание к деталям, вселяя доверие к бренду. И наоборот, плохо выполненные визуальные эффекты могут подорвать доверие. Поэтому стратегический подход к визуальным эффектам жизненно важен для формирования позитивного восприятия потребителей.

Визуальные эффекты легко интегрируются с различными маркетинговыми платформами. От кампаний в социальных сетях до дизайна веб-сайтов и традиционной рекламы — визуальные эффекты обеспечивают целостное присутствие бренда. Последовательность визуальных элементов усиливает идентичность бренда и способствует его узнаваемости.

Цвет — мощный визуальный элемент, который преодолевает языковые барьеры и передает эмоции и значения. Различные цвета вызывают разные психологические и эмоциональные реакции. Например, теплые тона, такие как красный и оранжевый, могут передавать энергию, страсть и срочность, а холодные тона, такие как синий и зеленый, могут вызывать спокойствие и безмятежность. Бренды стратегически выбирают цвета, которые соответствуют их индивидуальности и влияют на то, как их воспринимает аудитория. Понимание психологии цвета имеет решающее значение для создания эффективной визуальной коммуникации, которая находит отклик у целевой аудитории.

Изображения способны инкапсулировать сложные идеи и эмоции в одном кадре. Выбор изображений в дизайне глубоко влияет на передаваемое сообщение [7, – С. 75-79]. Будь то маркетинг, журналистика или искусство, изображения могут вызывать сочувствие, любопытство или даже провоцировать социальные изменения. Культурный контекст и целевая аудитория играют решающую роль в расшифровке воздействия изображения. Тщательно выбранное изображение может стать мощным инструментом повествования, формируя повествование и оставляя неизгладимое впечатление.

Общий дизайн, включающий макет, типографику и визуальную иерархию, существенно влияет на восприятие информации. Хорошо продуманный дизайн направляет взгляд зрителя, расставляет приоритеты в информации и создает визуальный поток. Согласованность дизайна на разных платформах усиливает идентичность бренда и способствует запоминанию бренда. В эпоху цифровых технологий дизайн пользовательского опыта (UX) имеет решающее значение, поскольку визуальные элементы способствуют плавному и приятному взаимодействию [8, – С. 3-3]. Эстетика дизайна не только повышает визуальную привлекательность, но и способствует общей эффективности коммуникации.

Визуальные элементы в совокупности влияют на то, как сообщения принимаются и интерпретируются. Эффективное использование этих элементов может повысить ясность, вызвать эмоции и создать незабываемые впечатления для аудитории. И наоборот, неправильный выбор или несовпадение визуальных элементов могут привести к путанице, отвлечению или даже неправильному толкованию предполагаемого сообщения. Понимание нюансов визуальной коммуникации позволяет дизайнерам и коммуникаторам стратегически использовать эти элементы для достижения максимального эффекта.

Отметим, что роль визуальных эффектов в маркетинге многогранна: они служат мощным инструментом для привлечения внимания, передачи сообщений бренда и формирования потребительского восприятия. Поскольку технологии продолжают развиваться, маркетологи должны использовать весь потенциал визуальных эффектов, чтобы оставаться

актуальными в условиях все более визуально ориентированной среды. Стратегическое использование визуальных эффектов не только усиливает маркетинговые усилия, но и способствует установлению прочных связей с целевой аудиторией.

На таких платформах, как Instagram и Facebook, посты с высококачественной графикой привлекают на 65 % больше внимания. Компании, использующие визуально яркий контент, добились значительного роста числа своих подписчиков в социальных сетях.

Улучшение электронной коммерции. Визуальные эффекты играют решающую роль в секторе электронной коммерции. Отчеты показывают, что продукты, представленные с интерактивными визуальными эффектами или обзором на 360 градусов, демонстрируют увеличение коэффициента конверсии на 40%.

Chocolife успешно использует визуальные эффекты в своих маркетинговых стратегиях. Привлекательные видеоролики, демонстрирующие эксклюзивные предложения, яркие изображения и интерактивный контент, способствовали значительному увеличению взаимодействия с пользователями и объемам продаж.

Статистика и реальные примеры подчеркивают осязаемое влияние включения визуально привлекательного контента в различные компании [9, – С. 875-883]. Поскольку маркетинговый ландшафт продолжает развиваться, стратегическое использование визуальных эффектов, вероятно, останется ключевым фактором успеха для компаний, стремящихся привлечь внимание казахстанской аудитории.

Был составлен опросник на выявление приоритетов клиентов при анализе влияния визуального маркетинга на поведение покупателя.

Тема: Влияние визуального маркетинга на поведение покупателя

Цель: Исследование влияния визуального маркетинга на поведение покупателя

Аудитория: Целевой группой опроса являются потребители в возрасте от 18 до 30 лет, проживающие в городе Алматы и проявляющие интерес к покупкам товаров и услуг, с учетом их визуального маркетинга.

Время проведения: 5-10 минут

Влияние визуального маркетинга на поведение покупателя

Калимуллин Р.М

Как часто вы обращаете внимание на визуальный контент в рекламе?

Всегда

Часто

Иногда

Редко

Никогда

Рис. – Опросник на влияние визуального маркетинга на поведение покупателя

Визуальный контент в рекламе привлекает внимание потребителей в первую очередь. Большинство опрошенных ответили, что они обращают внимание на визуальный контент в рекламе всегда или часто. (рис. 2)

Как часто вы обращаете внимание на визуальный контент в рекламе?

83 ответов

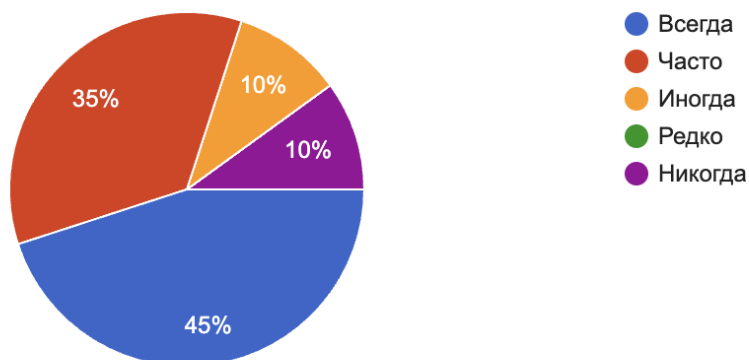


Рис 2. – Данные по ответам на опрос

Также на одном из ответов о качествах и выборе приоритетов обращающих внимание клиентов, мы видим большее влияние несет привлекательность изображения (на рис.3)

Какие визуальные элементы в рекламе вызывают у вас положительные эмоции?

[Копировать](#)

83 ответов

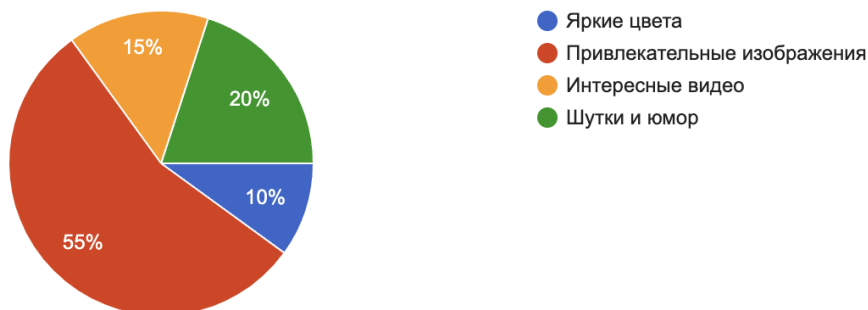


Рис 3. – Данные по ответам на опрос

Наиболее эффективными визуальными элементами в рекламе являются привлекательные изображения и видео. Эти элементы вызывают у потребителей положительные эмоции и побуждают их к покупке. Визуальный маркетинг может быть использован для манипулирования покупателями.

Однако большинство опрошенных считают, что визуальный маркетинг может быть использован для манипулирования покупателями только в том случае, если он используется недобросовестно.

В целом, результаты опроса свидетельствуют о том, что визуальный маркетинг является мощным инструментом, который может оказывать значительное влияние на поведение покупателей. Маркетологи должны учитывать эти результаты при разработке рекламных кампаний.

На основании результатов опроса можно выявить следующие рекомендации:

Использование привлекательных изображений и видео в своей рекламе. Эти элементы помогут вам привлечь внимание потребителей и вызвать у них положительные эмоции.

Избегание использования визуальных элементов, которые могут вызвать у потребителей негативные эмоции. Такие элементы могут негативно повлиять на их отношение к вашему бренду.

Обсуждение. Визуальные эффекты, динамичный компонент современного маркетинга, стали инструментом привлечения внимания аудитории, передачи сообщений бренда и повышения общей вовлеченности. В Казахстане, стране, где маркетинговая среда быстро развивается, стратегическое внедрение визуальных эффектов добилось значительных успехов в различных отраслях.

Цифровое взаимодействие: согласно опросу, проведенному ведущей фирмой, занимающейся маркетинговыми исследованиями, цифровые кампании, использующие визуально привлекательный контент, демонстрируют увеличение вовлеченности на 30% по сравнению с аналогами с большим количеством текста.

Заключение. Представленная статья углубляется во влиятельную сферу визуального маркетинга и его глубокое влияние на поведение потребителей. Исследование динамического взаимодействия между визуальными эффектами и процессами принятия решений проливает свет на искусство и науку, лежащие в основе успешных кампаний визуального маркетинга. Эта статья предлагает комплексный обзор: от тонкого использования визуальных элементов, таких как цвет, изображение и дизайн, до психологических аспектов визуального повествования.

Последующее исследование было сосредоточено на влиянии визуального маркетинга на поведение покупателей среди потребителей в возрасте от 18 до 30 лет. Результаты показывают, что привлекательные изображения и видео являются наиболее эффективными визуальными элементами в рекламе, вызывающими положительные эмоции и побуждающими к принятию решений о покупке. Большинство респондентов признают потенциальную манипуляцию, присущую визуальному маркетингу, но считают, что это зависит от этических соображений.

Список литературы

1. Бегенова К. С., Корнева О. Ю. Визуальный маркетинг // Вопросы развития и таможенного администрирования внешнеэкономической деятельности предприятий (отечественный и зарубежный опыт). – 2022. – С. 3-9.
2. Бутковская Г. В., Статкус А. В. Цифровой маркетинг: поведение потребителей // Вестник университета. – 2023. – №. 5. – С. 5-11.
3. Копылов В. Н. Влияние интернет-маркетинга на поведение потребителей // Инновации и инвестиции. – 2021. – №. 7. – С. 108-110.
4. Рубцова Н. В., Акберова Э. А. Визуальный дизайн веб-рекламы как способ сублиминального воздействия на принятие решения о покупке в интернет // Азимут научных исследований: педагогика и психология. – 2020. – Т. 9. – №. 4 (33). – С. 301-303.
5. Рубцова Н. В., Акберова Э. А. Визуальный дизайн веб-рекламы как способ сублиминального воздействия на принятие решения о покупке в интернет // Азимут научных исследований: педагогика и психология. – 2020. – Т. 9. – №. 4 (33). – С. 301-303.
6. Есбулатова А. Ж. ПЕРСПЕКТИВЫ НЕЙРОМАРКЕТИНГА В МАЛОМ И СРЕДНЕМ БИЗНЕСЕ КАЗАХСТАНА // Состав редакционной коллегии и организационного комитета: Аймурзина БТ, доктор экономических наук Андрианова ЛП, доктор технических наук Ахмедова НР, доктор искусствоведения Базарбаева СМ, доктор технических наук. – 2023.
7. Стаханова Ю. В. ВЛИЯНИЕ ВИЗУАЛЬНОГО МЕРЧАНДАЙЗИНГА НА ПОКУПАТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ // Актуальные научные исследования в современном мире. – 2022. – №. 5-10. – С. 75-79.
8. Мәлікқызы К. А. Особенности стилей потребления молодежи в социальных медиа // Universum: общественные науки. – 2021. – №. 11 (60). – С. 3-3.

9. Каушан Д. А. Влияние технологий нейромаркетинга на увеличение продаж ювелирных изделий сети ООО “Злата” //Новая экономика, бизнес и общество. – 2023. – С. 875-883.

References

1. 1. Begenova K. S., Korneva O. Yu. Visual marketing // Issues of development and customs administration of foreign economic activity of enterprises (domestic and foreign experience). – 2022. – P. 3-9.

2. Butkovskaya G.V., Statkus A.V. Digital marketing: consumer behavior // Bulletin of the University. – 2023. – No. 5. – pp. 5-11.

3. Kopylov V. N. The influence of Internet marketing on consumer behavior // Innovations and investments. – 2021. – No. 7. – pp. 108-110.

4. Rubtsova N.V., Akberova E.A. Visual design of web advertising as a way of subliminal influence on the decision to purchase on the Internet // Azimuth of scientific research: pedagogy and psychology. – 2020. – Т. 9. – No. 4 (33). – P. 301-303.

5. Rubtsova N.V., Akberova E.A. Visual design of web advertising as a way of subliminal influence on the decision to purchase on the Internet // Azimuth of scientific research: pedagogy and psychology. – 2020. – Т. 9. – No. 4 (33). – P. 301-303.

6. Esbulatova A. Zh. PROSPECTS OF NEUROMARKETING IN SMALL AND MEDIUM BUSINESSES OF KAZAKHSTAN //Composition of the editorial board and organizing committee: Aimurzina BT, Doctor of Economic Sciences Andrianova LP, Doctor of Technical Sciences Akhmedova NR, Doctor of Art History SM Bazarbaeva, Doctor of Technical Sciences. – 2023.

7. Stakhanova Yu. V. INFLUENCE OF VISUAL MERCHANDISING ON BUYING BEHAVIOR // Current scientific research in the modern world. – 2022. – No. 5-10. – pp. 75-79.

8. Malikyzy K. A. Features of youth consumption styles in social media //Universum: social sciences. – 2021. – No. 11 (60). – P. 3-3.

9. Kaushan D. A. The influence of neuromarketing technologies on increasing sales of jewelry in the Zlata LLC network // New Economy, Business and Society. – 2023. – P. 875-883.

Сведения об авторах

*Калимуллин Руслан Марсович – студент Каспийского Общественного Университета, e-mail: petya.petya.48@mail.ru

Авторлар туралы мәліметтер

* Калимуллин Руслан Марсович – Каспий қоғамдық университетінің студенті, e-mail: petya.petya.48@mail.ru

Information about the authors

* Kalimullin Ruslan Marsovich – student of the Caspian Public University, e-mail: petya.petya.48@mail.ru

ҰЙЫМДАРДА ӨНІМ ШЫҒАРУДЫ ЖОСПАРЛАУ СТРАТЕГИЯСЫ

Каримова М.Д.¹, Абикен А.Б.².

Каспий Қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

Аңдатпа. Мақала дайын өнімді жоспарлаудың теориялық тәсілдерін қарастыруға, жаңа өнімді шығару стратегиясын қарастыруға және талдауға, сондай-ақ жаңа өнімді шығаруды қаржылық жоспарлаудың ойлау формасы ретінде бизнесті жоспарлау мен бюджеттеуге бағытталған. Қазіргі уақытта бизнесті жоспарлау кез-келген заманауи ірі ұйымды дамытудың маңызды бағыты болып табылады. Бизнес-жоспарлау қазіргі деңгейде кәсіпкерлікті жүргізудің барған сайын маңызды үлесін алады. Бизнес-жоспарлау кез-келген заманауи ұйымға дамудың жаңа мүмкіндіктерін жіберіп алмауға және оларды осы мақаланың өзектілігіне байланысты нарықтағы қызметті өзгерту және тиімділігін арттыру үшін пайдалануға көмектеседі.

Түйін сөздер: жоспарлау, өнім, бизнес, ресурс, фактор, стратегия.

СТРАТЕГИЯ ПЛАНИРОВАНИЯ ВЫПУСКА ПРОДУКЦИИ В ОРГАНИЗАЦИИ

Каримова М.Д.¹, Абикен А.Б.².

Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению теоретических подходов к планированию выпуска готовой продукции, рассмотрению и анализу стратегии выпуска новой продукции, а также бизнес-планированию и бюджетированию, как форма мышления финансового планирования выпуска новой продукции. На данный момент бизнес планирование - важнейшее направление развития любой современной крупной организации. Бизнес-планирование занимает все более существенную долю ведения предпринимательства на современном уровне. Бизнес-планирование помогает любой современной организации не упустить новые возможности для развития и использовать их для преобразования и повышения эффективности деятельности на рынке, чем обусловлена актуальность данной статьи.

Ключевые слова: планирование, продукт, бизнес, ресурс, фактор, стратегия.

PLANNING STRATEGY OF OUTPUT IN THE ORGANIZATION

Karimova M.¹, Abiken A.².

Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

Summary. The article is devoted to the consideration of theoretical approaches to planning the release of finished products, consideration and analysis of the strategy for the release of new products, as well as business planning and budgeting, as a form of thinking of financial planning for the release of new products. At the moment, business planning is the most important direction of development of any modern large organization. Business planning occupies an increasingly significant share of the conduct of entrepreneurship at the modern level. Business planning helps any modern organization not to miss new opportunities for development and use them to transform and improve the efficiency of activities in the market, which is why this article is relevant.

Keywords: planning, product, business, resource, factor, strategy.

Өнімді шығаруды жоспарлау кез-келген ұйымның сәттілігінің маңызды аспектісі болып табылады. Ол тұтынушылық сұраныс, Бәсекелестік және мерзімдер сияқты факторларды ескере отырып, өнімді нарыққа шығаруды стратегиялық жоспарлауды және іске асыруды қамтиды.

Бұл мақалада біз өнімді шығаруды жоспарлаудың маңыздылығын қарастырамыз және табысты іске қосуды қамтамасыз ету үшін ұйымдар қабылдай алатын тиімді стратегияларды 1-кестеде талқылаймыз.

1-кесте- Өнім шығарудағы жоспарлаудың маңыздылығы және стратегиясы

I. Өнімді шығаруды жоспарлаудың маңыздылығы:	
Нарықтық әлеуетті барынша арттыру:	өнімді тиімді жоспарлау ұйымдарға нарықтық сұраныстан пайда табуға және нарықтағы үлесін барынша арттыруға мүмкіндік береді. Клиенттердің қажеттіліктері мен қалауларын түсіну арқылы олар нарықтық тенденцияларға сәйкес келетін өнімдерді дамыта алады, осылайша табысқа жету мүмкіндігін арттырады.
Бәсекелестікті басқару:	бәсекеге қабілетті бизнес ландшафтын ескере отырып, ұйымдар бәсекелестерінен озып кету үшін өз өнімдерін шығаруды мұқият жоспарлауы керек. Стратегиялық мерзімдерді таңдап, өнімді іске қосу арқылы олар бәсекелестік артықшылыққа ие бола алады және бәсекелестерінен тиімді түрде ерекшеленеді.
Ресурстарды оңтайландыру:	өнімді шығаруды жоспарлау ұйымдарға өз ресурстарын тиімді бөлуге көмектеседі. Ықтимал тәуекелдер мен проблемаларды алдын-ала анықтай отырып, олар өнімнің үздіксіз іске қосылуын қамтамасыз ету үшін қажетті қаржыландыру, жұмыс күші мен инфрақұрылымды бөле алады.
II. Өнімді тиімді жоспарлау стратегиялары:	
Маркетингтік зерттеулер:	өнімді шығаруды жоспарламас бұрын, ұйымдар тұтынушылардың қажеттіліктерін, қалауларын және әлеуетті нарық сегменттерін анықтау үшін мұқият маркетингтік зерттеулер жүргізуі керек. Бұл деректер өнімді әзірлеуге бағыт береді және ұйымдарға тұтынушылардың үміттеріне сәйкес келетін өнімді жасауға мүмкіндік береді.
Нақты мақсаттар:	ұйымдар өз өнімдерін шығару үшін нақты міндеттер қоюы керек. Бұл мақсатты нарықтарды, болжамды сату көрсеткіштерін және кірістілік мақсаттарын анықтауды қамтиды. Өлшенетін мақсаттар қою ұйымдарға өнімді шығару стратегиясының сәттілігін бағалауға және қажетті түзетулер енгізуге мүмкіндік береді.
Функционалды ынтымақтастық:	өнімді шығаруды жоспарлау ұйымның маркетинг, сату және өнімді әзірлеу бөлімі сияқты әртүрлі бөлімшелері арасындағы ынтымақтастықты қамтуы керек. Әр бөлім құнды ақпарат пен сараптамалық білім береді, бұл өнімді шығарудың біртұтас стратегиясын жасауға мүмкіндік береді.
Уақтылы байланыс:	өнімді шығаруды жоспарлау кезінде тиімді байланыс өте маңызды. Барлық мүдделі тараптарға, соның ішінде жеткізушілерге, дистрибьюторларға және клиенттерге өнімнің шығарылған күні, оның ерекшеліктері мен артықшылықтары туралы үнемі хабарлау қажет. Бұл біркелкі үйлестіруді қамтамасыз етеді және мүмкін болатын сәтсіздіктерді азайтады.
Тестілеу және кері байланыс:	ұйымдар өнімді мұқият тексеріп, әр түрлі топтардан, соның ішінде әлеуетті клиенттерден кері байланыс сұрауы керек. Бұл кері байланыс ұйымдарға өз өнімдерін ресми шығарылымға дейін нақтылауға мүмкіндік беру арқылы жақсартуды қажет ететін кез келген өнім мәселелерін немесе аймақтарды анықтауға көмектеседі.
Тәуекелдерді	ұйымдар жеткізілім тізбегінің бұзылуы немесе тұтынушылардың теріс

бағалау және оларды азайту:	қабылдауы сияқты өнім шығарылымына әсер етуі мүмкін ықтимал тәуекелдерді алдын ала анықтауы керек. Бұл тәуекелдердің өнімнің сәттілігіне әсерін азайту үшін тәуекелдерді азайту стратегияларын жасау керек.
Ескерту: [1, 584б] ақпарат көзінің негізінде автормен құрастырылған	

Өнім шығаруды жоспарлау стратегиясы ұйымдағы өндірісті басқарудың маңызды компоненттерінің бірі болып табылады. Ол нарықтың қажеттіліктерін ескере отырып, өнімнің қалай және қандай мөлшерде шығарылатындығын анықтайды.

Өнім шығаруды жоспарлау стратегиясының мақсаты - өнімге сұраныс пен оны өндіру мүмкіндіктері арасындағы тепе-теңдікке қол жеткізу болып табылады. Бұл өндірістің оңтайлы көлемін, оған қажетті ресурстарды, сондай-ақ тапсырмалардың орындалу уақыты мен реттілігін анықтауға көмектеседі [2, б. 224].

Ұйым өзінің мақсаттарына, нарықтық жағдайларына және өндіріс мүмкіндіктеріне байланысты өнімді жоспарлаудың әртүрлі стратегияларын таңдай алады. Төменде олардың кейбіреулері берілген:

- "Тапсырыс беру" стратегиясы – бұл жағдайда өнім тапсырыс берушіден тапсырыс алғаннан кейін ғана шығарылады. Бұл стратегия дайын өнім қорларын азайтуға мүмкіндік береді, бірақ ол ұзақ уақыт жұмыс уақытымен және жеткізілімдерді басқару шығындарының жоғарылауымен байланысты болуы мүмкін.

- "Робастикалық жоспарлау" стратегиясы - бұл жағдайда ұйым қажет болған жағдайда кейбір қосымша әзірлемелерді ескере отырып, сұраныс болжамы негізінде өнім шығаруды жоспарлап отыр. Бұл өнімнің тұрақты шығарылуын қамтамасыз етуге және өнімнің жетіспеушілігі немесе артық болу қаупін азайтуға мүмкіндік береді.

- "Консервативті жоспарлау" стратегиясы - бұл жағдайда ұйым сұраныстың өзгеруіне немесе күтпеген оқиғаларға дайын болу үшін тауарлы-материалдық құндылықтарды шығаруды жоспарлап отыр. Бұл өнімнің жетіспеушілігі қаупін азайтуға мүмкіндік береді, бірақ бұл үлкен қорларға және оларды сақтау шығындарының артуына әкелуі мүмкін.

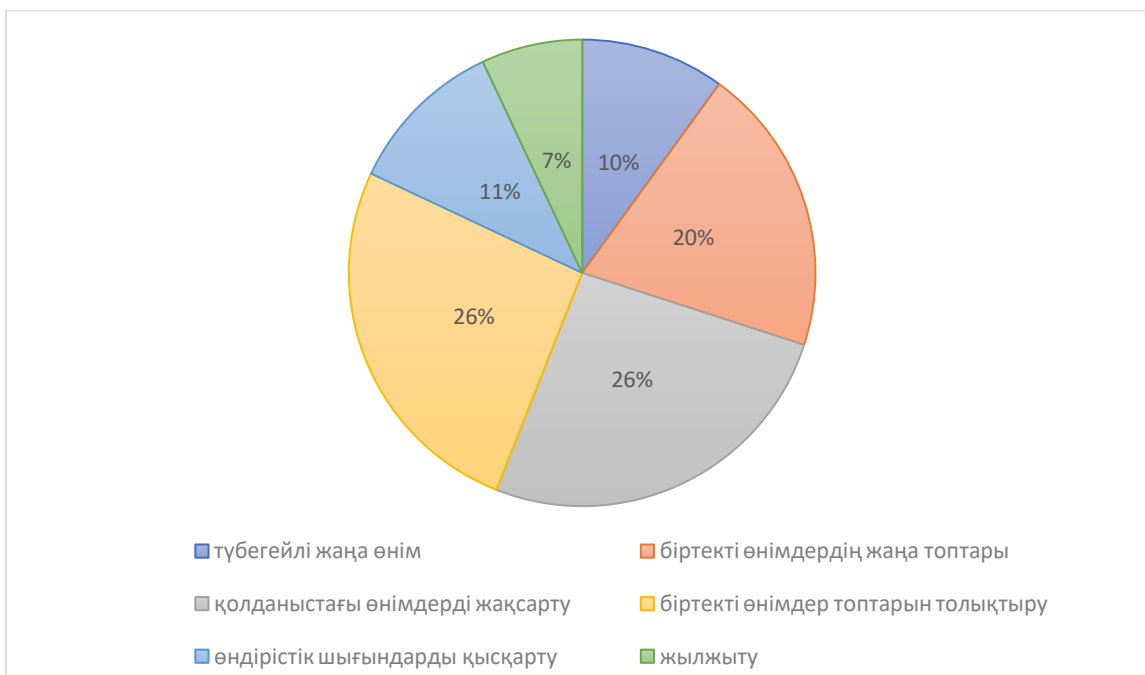
➤ "Біріктірілген жоспарлау" стратегиясы - бұл өнімді жоспарлаудың екі немесе одан да көп стратегияларының жиынтығы. Мысалы, белгілі бір өнім үшін "тапсырыс беру" стратегиясын және стандартты өнім үшін "робастикалық жоспарлау" стратегиясын қолдануға болады. Бұл икемді және тиімді жоспарлауға қол жеткізуге мүмкіндік береді.

Өнімді жоспарлау стратегиясы сұраныстың өзгеруін, технологиялық инновацияны, бәсекелестікті және басқа факторларды ескеру үшін икемді және бейімделгіш болуы керек. Ол сондай-ақ нарық, тұтынушылар, өндіріс орындары және қол жетімді ресурстар туралы деректер мен ақпаратты талдауға негізделуі керек [3, б. 312]:

Фирманың тауар саясатының маңызды компоненттерінің бірі-жаңа тауарларды әзірлеу. Жаңа тауарларды жасау қабілеті тиімді жұмыс істейтін кәсіпорындардың, маркетингке бағытталған фирмалардың айрықша белгісі болып табылады.

Жаңа өнім кейбір әлеуетті тұтынушылар жаңа деп қабылдайтын өнімдер, қызмет немесе идея. Жаңа өнім ұғымымен байланысты көптеген анықтамалар бар, олар негізінен келесі критерийлерден туындайды.

"Жаңа" өнімдердің шартты классификациясы ұсынылады, ол іске асырылған жаңалықтың мәнін және тиісті жаңа әзірлемелердің үлесін білдіреді [4, б. 178]:



1 сурет- "Жаңа" өнімдердің шартты классификациясының жаңалығы

Ескерту: [4, б.178] әдебиет негізінде автормен құрастырылған

Бәсекелестік артықшылыққа басқа жолмен қол жеткізу үлкен қиындықтар туғызатын жоғары бәсекеге қабілетті нарықтар үшін жаңа өнімдерді шығару ерекше маңызды.

Жаңа өнімді құру алдында бағалау болуы керек:

- ✓ әлеуетті сатып алушылардың ықтимал пайдалану салалары, саны мен құрамы;
- ✓ қолда бар өндіріс және өткізу ресурстары;
- ✓ жаңа тауар шығаруды технологиялық қамтамасыз етудегі ықтимал өзгерістер;
- ✓ экономикалық тәуекелдер және жаңа тауардың кәсіпорын өндіретін тауарлармен

бәсекелесу ықтималдығы.

Тауарларды біріздендіру деңгейі маңызды мәселе болып табылады. Барлық нарықтар үшін стандартты өнімді жасау өте тартымды. Бұл бірқатар сөзсіз артықшылықтарды қамтамасыз етеді, атап айтқанда:

- ✓ өндіріс көлемін ұлғайту есебінен қаражатты айтарлықтай үнемдеу;
- ✓ қорлардың қозғалысын бақылауды және техникалық қызмет көрсетуді ұйымдастыруды жеңілдету;
- ✓ стандартты маркетингтік бағдарламаларды әзірлеу мүмкіндігі;
- ✓ инвестициялардың жылдам өтелуін қамтамасыз ету.

Жаңа өнімдерді әзірлеу саласындағы көшбасшы ұйымдар, әдетте, осы салада арнайы зерттеулер жүргізу арқылы олардың сәттілік факторларын анықтауға көп көңіл бөледі.

Табыстың жалпы факторларын нақтылау, әдетте, олардың салыстырмалы рөлін сипаттайтын сандық бағаларды алу бағытында жүзеге асырылады. Бұл мәселенің маңыздылығына байланысты ол бойынша қарқынды зерттеулер жүргізілуде. Төменде 2-кестеде осындай зерттеулердің нәтижелері келтірілген [5, 209 б.].

2-кесте-Жаңа өнімнің сәттілік факторлары

Факторлар	%
Өнімнің нарық талаптарына бейімделуі	85
Өнімнің фирманың ерекше мүмкіндіктеріне сәйкестігі	62
Өнімнің технологиялық артықшылығы	52

Фирма басшылығының жаңа өнімдерді қолдауы	45
Жаңа модельдерді таңдау кезінде бағалау процедураларын қолдану	33
Қолайлы бәсекелестік орта	31
Ескерту: зерттеулер негізінде, әдебиет көздерін қолдана отырып, автормен құрастырылған	

Жаңа өнімді әзірлеумен айналысатын менеджерлердің сауалнамалары жаңа өнімнің сәттілігінің келесі негізгі факторларын анықтады (2-кесте). Кестедегі сандар осы факторларды атап өткен сауалнамаға қатысқандардың пайызын сипаттайды.

Жоғарыда келтірілген мәліметтерден табыстың негізгі факторлары, бір жағынан, өнімнің нарық талаптарына сәйкестігі, екінші жағынан, ұйымның оны әзірлеу және өндіру мүмкіндігі болып табылады. Жоғары технологияға ие болу, басшылықтың қолдауына сүйену және көп сатылы дамуды нарықтың тауарды қабылдау процесіне бейімдеу маңызды.

Жаңа өнімді әзірлеу және нарыққа шығару стратегиясының бөлігі ретінде сынақ маркетингінің кезеңі маңызды компоненттердің бірі болып табылады және оны елемеге болмайды. Ол өтпелі буын болып табылады, бұл өнімді әзірлеуді аяқтауды және шығаруды дайындауды білдіреді. Сынақ маркетингіне жеткіліксіз көңіл бөлетін немесе уақыт пен қаражатты елемей үнемдегісі келетін компаниялар нарыққа сынақтан өтпеген өнімді толық көлемде шығарғаннан кейін өлшеусіз үлкен соманы жоғалтады, енді өзгеріс енгізу мүмкін болмаған кезде немесе бұл үлкен күш пен шығынға тұрарлық.

Өнімді шығаруды жоспарлау кез-келген ұйымның өнімді шығарудағы сәттілігінде маңызды рөл атқарады. Тиімді стратегияларды қолдана отырып, ұйымдар нарықтық әлеуетті барынша арттыра алады, бәсекелестікті басқара алады және ресурстарды оңтайландырады. Нарықты мұқият зерттеу, нақты мақсаттар, кросс-функционалды ынтымақтастық, уақтылы байланыс, тестілеу және тәуекелдерді бағалау өнімнің сәтті шығуын қамтамасыз етудің негізгі элементтері болып табылады. Мұқият жоспарлау және орындау арқылы ұйымдар қажетті нәтижелерге қол жеткізу және нарықта бәсекелестік артықшылыққа ие болу мүмкіндігін арттыра алады.

Нәтижесінде, өнімді жоспарлаудың тиімді стратегиясы ұйымға сұраныс пен ұсыныс арасындағы оңтайлы тепе-теңдікке қол жеткізуге, өнімділікті арттыруға, шығындарды азайтуға және тұтынушылардың қанағаттанушылығын арттыруға көмектеседі.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ:

1. Аньшин В. М. Инновациялық менеджмент/ В.М.Аньшин, А.А.Дагаев, В.Д. Колоколов. - М.: Ис, 2013. - 584 б.
2. Афонин, и. в. Инновациялық менеджмент: оқу құралы / И.В.Афонин.-М.: Гардарики, 2012. - 224 б.
3. Бабук И.М. Инвестициялар: қаржыландыру және экономикалық тиімділікті бағалау / И.М.Бабук. - М.: ЖОО-бірлік, 2012. - 314 б.
4. Балабанов И.Т. қаржылық менеджмент негіздері. Капиталды қалай басқаруға болады? / И. Т. Балабанов. - М.: Қаржы және статистика, 2012. - 480 б.
5. Балабанов И.Т. Тәуекел-менеджмент / И.Т.Балабанов - М.: Қаржы және статистика, 2013. - 211 б.

Автор туралы мәліметтер:

Абикен Асыл Болатқызы – «6B04107-Менеджмент» мамандығының 4 курс студенті. Каспий Қоғамдық университеті. e-mail: abikenova.a.03@mail.ru

Сведения об авторах

Абикен Асыл Болатовна - студент 4 курса специальности "6B04107-Менеджмент". Каспийский общественный университет. e-mail: abikenova.a.03@mail.ru

Information about the authors

ӘОЖ 331.08

ПЕРСОНАЛДЫ БАСҚАРУДЫ ҰЙЫМДАСТЫРУ: ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ТӘЖІРИБЕ ЖӘНЕ ОНЫҢ ҚАЗАҚСТАНДА БЕЙІМДЕЛУІ

Каримова М.Д.¹, Турсын Т.Е.²

Каспий Қоғамдық университеті, Алматы қ. Қазақстан Республикасы

Аңдатпа. Бұл мақала халықаралық тәжірибені пайдалана отырып, персоналды басқаруды ұйымдастыру және оны Қазақстан контекстінде бейімдеу мәселелерін қарайды. Персоналды басқарудағы жаһандық тенденцияларға сүйене отырып, мақала икемді жұмыс кестелері, көшбасшылықты дамыту сияқты негізгі принциптерді көрсетеді. Қазақстанның бірегей мәдени ерекшеліктерін ескере отырып, мәдени бейімделуге ерекше көңіл бөлінеді. Сондай-ақ, персоналды басқаруға заманауи технологияларды енгізу және олардың қазақстандық бизнес жағдайында басқару тиімділігін арттырудағы рөлі қарастырылады.

Түйін сөздер: персонал, тәжірибе, басқару, дамыту, көшбасшылық, инновация, баланс.

УДК 331.08

ОРГАНИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ: ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ И ЕГО АДАПТАЦИЯ В КАЗАХСТАНЕ

Каримова М.Д.¹, Турсын Т.Е.²

Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация. Данная статья рассматривает вопросы организации управления персоналом с использованием международного опыта и его адаптации в контексте Казахстана. Основываясь на глобальных тенденциях в управлении персоналом, статья выделяет ключевые принципы, такие как гибкие рабочие графики, развитие лидерства. Особое внимание уделяется культурной адаптации, учитывая уникальные культурные особенности Казахстана. Также рассматривается внедрение современных технологий в управление персоналом и их роль в повышении эффективности управления в условиях казахстанского бизнеса.

Ключевые слова: персонал, опыт, управление, развитие, лидерство, инновация, баланс.

UDC 331.08

ORGANIZATION OF PERSONNEL MANAGEMENT: FOREIGN EXPERIENCE AND ITS ADAPTATION IN KAZAKHSTAN

Karimova M.D.¹, Tursyn T.Y.²

Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

Summary. This article examines the issues of personnel management organization using international experience and its adaptation in the context of Kazakhstan. Based on global trends in human resources management, the article highlights key principles such as flexible work schedules, leadership development. Special attention is paid to cultural adaptation, taking into account the unique cultural characteristics of Kazakhstan. The introduction of modern technologies in personnel

management and their role in improving the efficiency of management in the conditions of Kazakhstani business is also considered.

Keywords: personnel, experience, management, development, leadership, innovation, balance.

Бүгінгі таңда персоналды басқару - бұл қазіргі заманғы бизнес үшін өте қажет кәсіби қызмет саласы болып табылады. Адам ресурстарын басқару - бұл ұйымдағы адамдарды басқарудың инновациялық тұжырымдамасы.

Қазіргі заманғы ұйымдардың ең құнды капиталы - адам капиталы болып табылады және адамдар бизнесті дамыту және оның бәсекеге қабілеттілігін арттыру мақсатында компанияларды өзгерте алады. Сондықтан адам ресурстарын тиімді басқару компанияның табысты болуының бірден-бір маңызды факторы [1, б.4].

Персонал басшының жұмыс стратегиясында қойылған мақсаттарға жету үшін көмектесетін жұмыс күші. Персонал өзінің қызметтерін белгілі бір ақыға алмастырады. Персоналдың білім деңгейі неғұрлым жоғары болса, оның өнімділігі сәйкесінше жоғары болады, бұл персоналдың жұмыс құнының жоғары болуына әкеледі [2, б. 6].

Персоналды басқару - бұл қызметкерлерді жалдауды, ұйымдастыруды және қолдауды қамтамасыз ететін ұйымдағы әкімшілік функция атайды. Персоналды басқару кадр саясатының бір бөлімі болып табылады және компанияда жұмыс істейтіндерді қолдау үшін лайықты қызметкерлерді таңдауға бағытталған. Персоналды басқару мамандары қызметкерлерді табысты жұмыс істеу үшін қажетті ресурстармен және құралдармен қамтамасыз ету үшін жұмыс істейді.

Персоналды басқару үш негізгі бағытты қамтиды: персоналды басқару, кадрлық іс жүргізу және оқыту.

Кадрлармен қамтамасыз ету - бұл персоналмен жұмыс істеудің барлық процесі кіреді: іріктеу, тестілеу, сұхбаттасу, бейімделу, түзету.

Кадрлық іс жүргізу - бұл жұмысқа қабылдаудан бастап жұмыстан босатуға дейінгі қызметкерлермен болған оқиғаларды заңды түрде тіркеуге қатысты бүкіл жұмыс процесі.

Оқыту - бұл қызметкерлердің сауаттылық деңгейін арттыруға, ескірген дағдыларды жақсартуға немесе жаңа жұмыс дағдыларын алуға бағытталған бүкіл жұмыс процесі.

Ұйымның персоналын басқару төмендегідей қызмет кешендерін қамтиды:

- персоналдың қажеттілігін анықтау;
- персоналдың маркетингі;
- персоналды іріктеу, қабылдау және оларды бейімдеу;
- ұйым қызметкерлерінің мансабы, олардың кәсіби және лауазымдық өсуі;
- әрбір жұмыс орнында оңтайлы еңбек жағдайларымен қамтамасыз ету;
- қолайлы әлеуметтік-психологиялық климатты қалыптастыру;
- еңбек тиімділігін басқару;
- еңбекті ынталандыру жүйесін әзірлеу;
- еңбекақы төлеу жүйесін жобалау;
- жұмыс беруші мен жұмыскер арасында келіссөздер жүргізуге қатысу;
- ұйымның әлеуметтік саясатын қалыптастыру және жүзеге асыру;
- еңбек қызметі процесінде қызметкерлердің өмірі мен денсаулығының қауіпсіздігін қамтамасыз ету, еңбекті қорғау;
- қызметкерлерді әлеуметтік-экономикалық және психологиялық қолдау.

Американдық менеджменттің жетекші профессорларының пікірінше, кез-келген жағдайда табыстылықтың 80 пайызы басшыға, ал 20 пайызы бағыныштыларға байланысты деп тұжырымдайды. Бұл пікірдің қаншалықты шындыққа жанасымды екенін айту өте қиын. Алайда, адам ресурстарын басқару экономикалық және әлеуметтік әсер береді. Сонымен қатар, әлемдік басқару жүйесінде келесі басқару үлгілері қолданылады.

Ұлыбританиядағы персоналды басқару үлгісі дәстүрлі ұлттық құндылықтар мен адами қарым-қатынастар жүйелеріне негізделген. Британдық басқару моделі әдетте қызметкерлермен қарым-қатынаста әділеттілік пен теңдікті қамтамасыз етуге тырысады. Бұған қызметкерлердің

құқықтарын құрметтеу, кемсітушілікпен күресу және жұмыс орнындағы әртүрлілікті қолдау кіреді. Ұлыбританиядағы компаниялар әдетте өз қызметкерлерін оқытуға және дамытуға көп назар аударады. Жұмысшылардың кәсіби дағдыларын жақсарту және олардың өнімділігін арттыру үшін үздіксіз оқытуға баса назар аударылады.

Американдық персоналды басқару үлгісі бәсекелестік пен қызметкерлер арасындағы индивидуализмді ынталандыру дәстүріне негізделген. Басқару үлгісінде компанияның пайдасына нақты назар аударылады және оған жеке табысқа тәуелді болады. Ол нақты мақсаттар мен міндеттермен, жоғары демократиямен және қоғамдағы әлеуметтік кепілдіктермен сипатталады. Басқару жүйесінде ашық қарым-қатынас пен кері байланыс өте маңызды. Тұрақты жұмыс жиналыстары және қарым-қатынастың басқа түрлері басшылық пен қызметкерлер арасындағы қарым-қатынастың ашықтығын сақтауға көмектеседі [3, б.169].

Жапондық персоналды басқару үлгісі үлкендерді құрметтеу, ұжымшылдық, жалпыға ортақ келісім, сыпайылық және төзімділік дәстүрлеріне негізделеді. Басқару үлгісінде корпоративтік мақсаттарды орындауға, ірі компанияларда қызметкерлерді өмір бойына жалдауға, тиімді ұжымдық еңбек үшін жағдай жасауға басымдылық танытады. Жапондықтар үшін компанияға жан-жақты берілген маңызды. Олар үшін рухани құндылықтар:

- фирмаға қызмет ету арқылы ұлтқа қызмет ету;
- адалдық;
- үйлесімділік пен ынтымақтастық;
- сапа үшін күрес;
- қадір-қасиет пен бағыну;
- компанияға сәйкес болу;
- компанияға алғыс білдіру.

Бұл құндылықтарды шын жүректен қабылдаған компания қызметкері, жапондықтардың пікірінше, максималды жұмыс күшіне, жоғарыдан нұсқауларды күтпестен мақсатты бастаманы көрсетуге қабілетті [4, б.53].

Персоналды басқарудың ресейлік үлгісі әртүрлі және меншік құрылымына, аймақтық және салалық ерекшеліктеріне, ұйымның көлеміне байланысты басқарылады. Ресейлік басқару моделі көбінесе тарихи және мәдени ерекшеліктердің әсерін көрсетеді. Авторитаризм, биліктің тік құрылымы және аға дәрежеге деген құрмет қолданылады. Мемлекет ең төменгі еңбек стандарттарын, өтемақы нормаларын және әлеуметтік кепілдіктерді белгілейді (1-кесте).

1-кесте- Жапон, американдық және орыс персоналды басқару үлгілері сипаттамасы

Жұмысты ұйымдастыру критерийлері	Жапондық	Американдық	Орыс
1	2	3	4
Ұйымның негізі	Үйлесімділік	Тиімділік	Аралас
Жұмысқа деген көзқарас	Ең бастысы- міндеттерді орындау	Ең бастысы- тапсырмаларды іске асыру	Ең бастысы- тапсырмаларды іске асыру
Бәсекелестік	Төмен	Жоғары	Орташа
Қызметкерге арналған кепілдіктер	Жоғары (ірі кәсіпорындарда өмір бойы жалдау), төмен (шағын және орта бизнес саласында)	Төмен	Төмен
Шешім қабылдау	Төменнен жоғары	Жоғарыдан төмен	Жоғарыдан төмен
Билікті беру	Сирек	Таралған	Таралған

жағдайларда			
1-ші кестенің жалғасы			
1	2	3	4
Бағынышты лармен қарым- қатынас	Отбасылық	Ресми	Аралас
Жалдау әдісі	Оқуды бітіргеннен кейін	Іскерлік қасиеттері бойынша	Аралас
Еңбекақы төлеу	Еңбек өтіліне байланысты	Нәтижелерге байланысты	Аралас
Лауазымға тағайындау	Еңбек өтілі бойынша	Нәтижелер мен іскерлік қасиеттерге байланысты	Нәтижелер мен іскерлік қасиеттерге байланысты
Ескерту: [5, б.69] ақпарат көзінің негізінде автормен құрастырылған			

Персоналды басқару саласындағы халықаралық тәжірибеге сүйене отырып, Қазақстанда келесідей пайдалы тәжірибелерді енгізуге болады. Осындай тәжірибелердің бірі - жұмысшылардың тиімділігін басқару жүйесін қолдану. Халықаралық компанияларда жұмысшылардың тиімділігін бағалау әдістері жиі қолданылады, бұл олардың ұйымның мақсаттарына жетуге қосқан үлесін анықтауға және жұмыс нәтижелеріне байланысты сыйақы жүйесін құруға мүмкіндік береді.

Тағы бір пайдалы тәжірибе - "мансаптық өсу" принципін қолдану. Халықаралық компанияларда қызметкерлердің мансабын дамыту, оқыту және біліктілігін арттыру үшін мүмкіндіктер беріледі. Бұл тәсіл компаниядағы талантты қызметкерлерді ұстап тұруға және олардың кәсіби дағдыларын арттыруға көмектеседі.

Көптеген компаниялар өз қызметкерлеріне әртүрлі бонустар ұсынады, соның ішінде сақтандыру, зейнетақы қорлары, денсаулық сақтау саласындағы жеңілдіктер және т.б. бұл қолайлы жұмыс жағдайын құруға көмектеседі және қызметкерлердің қанағаттанушылығын арттыра түседі.

Алайда, Қазақстандағы халықаралық тәжірибені бейімдеу кезінде елдің ерекшеліктерін ескеру қажет. Мәдениет, заңнама және экономикалық жағдайлар персоналды басқаруды ұйымдастыруға айтарлықтай әсер етуі мүмкін. Сондықтан компаниялардың жергілікті жағдайларды ескере отырып, персоналды басқару әдістерін бейімдеуі маңызды болып саналады.

Мысалы, Қазақстанда маңызды аспект - қызметкерлердің жетістіктерін көтермелеуге негізделген ынталандыру жүйесін дамыту болып табылады. Қазақстандық мәдениет жеке жетістіктерді бағалауды көздейді, сондықтан компаниялар өздерінің персоналды басқару жүйелерін әзірлеу кезінде осы аспектіні пайдалана алады. Сондай-ақ, қызмет саласындағы заңнамалық ерекшеліктер мен талаптарды ескерген жөн. Қазақстанның еңбек шарттарын, ең төменгі жалақыны, демалысты және басқа да аспектілерді қоса алғанда, еңбек қатынастары саласындағы өз ережелері мен нормаларына сүйенулері қажет.

Персоналды басқарудағы халықаралық тәжірибеден Қазақстанға енгізуге болатын дағдыларды ұсынсам:

1. Көшбасшылықты дамыту:

Әлемдік тәжірибе көрсеткендей, қызметкерлер арасында көшбасшылықты дамыту персоналды табысты басқарудың негізіне айналып отыр. Халықаралық компаниялар күшті көшбасшылық кадрларды құра отырып, көшбасшыларды дамыту бағдарламаларына белсенді инвестиция салуда.

2. Технологиялық инновацияларды енгізу:

Заманауи технологиялар персоналды басқару жүйелеріне тиімді енуде. Процестерді автоматтандыру, электронды оқыту платформалары және байланыс құралдары жаһандық ауқымда персоналды басқару тиімділігін айтарлықтай жақсартады.

3. Жұмыс пен жеке өмір арасындағы балансты ұстану:

Халықаралық компаниялар жұмыс пен қызметкерлердің жеке өмірі арасындағы тепе-теңдікке жағдай жасауға көбірек көңіл бөлуде. Икемді жұмыс кестелері, қашықтықтан жұмыс істеу персоналды басқаруда тиімді нәтижеге алып келеді.

Қорытындылай келе, персоналды басқаруды ұйымдастыру саласындағы халықаралық тәжірибені зерттеу Қазақстан үшін құнды тәжірибелерді өзіне енгізуге және олармен жұмыс істеуге мүмкіндік береді. Персоналды басқарудағы әлемдік тәжірибелер қызметкерлерді дамытуға, өнімділікті жоғарылатуға және қолайлы корпоративтік мәдениетті құруға көмектеседі.

АҚШ, Ұлыбритания сияқты дамыған елдердің тәжірибесі персоналды басқарудың сәтті моделінің көрсеткіші болып табылады. Соның ішінде персоналды оқыту мен дамыту, икемді жұмыс кестелері, сондай-ақ теңдік пен әртүрлілікке назар аудару жұмыс процесінің тиімділігін арттыруға көмектесетінің көрсетеді.

Осы тәжірибелерді Қазақстанға бейімдеу жергілікті заңнаманың ерекшелігін, мәдени ерекшеліктерді және экономикалық жағдайларды ескеруді талап етеді. Қазақстанда персоналды басқаруда халықаралық тәжірибені қабылдау кәсіпорындардың тиімділігін арттыруға, қызметкерлер үшін еңбек жағдайларын жақсартуға және инновациялар үшін қолайлы климат құруға ықпал етуі мүмкін. Бұл сондай-ақ ел экономикасының тұрақты дамуы үшін маңызды фактор болып табылатын талантты мамандарды тартуға және ұстап қалуға ықпал етуге көмектеседі.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

8. Управление персоналом организации: ситуационные задачи: практикум /Е. В. Лысенко ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Уральский федеральный университет. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2022. - 156с.

9. Управление персоналом / И. А. Кузнецов — «ЛитРес: Самиздат», 2020

10. Р. С. Каренов. Теория и практика менеджмента. - Алматы: Ғылым. 1999. - 264с.

11. Елкин, С. Е. Управление персоналом организации. Теория управления человеческим развитием : учебное пособие / С. Е. Елкин. – Саратов : Ай Пи Ар Медиа, 2019. – 236 с.

12. Кибанов, А.Я. Управление персоналом организации: актуальные технологии найма, адаптации и аттестации : учебное пособие / А.Я. Кибанов, И.Б. Дуракова, Л.Н. Кибанова – Москва: КноРус, 2021. – 360 с.

Авторлар туралы мәліметтер

Турсын Томирис Есенқызы - «6B04107-Менеджмент» мамандығының 4 курс студенті. Каспий Қоғамдық университеті, e-mail: tomi0720@mail.ru

Сведения об авторах

Турсын Томирис Есенқызы - студент 4 курса специальности "6B04107-Менеджмент". Каспийский Общественный Университет, e-mail: tomi0720@mail.ru

Information about the authors

Tursyn Tomiris Yesenkyzy - 4th year student of the specialty "6B04107-Management". Caspian Public University, e-mail: tomi0720@mail.ru

ҰЙЫМНЫҢ КАДРЛЫҚ САЯСАТЫН ҚАЛЫПТАСТЫРУ ЖӘНЕ ОНЫ ЖҮЗЕГЕ АСЫРУ ЖОЛДАРЫ

Каримова М.Д.¹, Тұрсын Д.А.².

^{1,2}Каспий Қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

Андатпа: Бұл мақалада қазіргі уақытта кадр саясатының өзектілігі қарастырылады. Бұл тақырыптың өзектілігі білікті және сауатты персоналды сақтау және қабілетсіз персоналды жалдауға жол бермеу мақсатында тиімді кадр саясатын жүргізу қажеттілігінен туындайды. Кадр саясатының мақсаты-сыртқы және ішкі факторларды ескере отырып, кәсіпорын штатын қалыптастыру. Мысалы, егер өңірде белгілі бір салада мамандар тапшылығы байқалса, онда жұмыс берушілерге штатқа кәсіпқойларды жалдау қиынға соғады. Жұмыс берушілер қосымша жұмыс іздеушілерді ынталандыруы керек: орташа нарықтан жоғары жалақы ұсыну, бонустар жүйесін әзірлеу. Кадр тапшылығы жағдайында міндеттердің бір бөлігін аутсорсингке беруге болады. Қашықтан ынтымақтастық аймақтың шегінен шығуға, жоғары білікті мамандарды жұмысқа тартуға және қызметкерлердің жалақысына шығындарды азайтуға мүмкіндік береді.

Түйін сөздер: кадр саясаты, персонал, кәсіпорын, персоналды басқару, ұйым.

ФОРМИРОВАНИЕ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ ОРГАНИЗАЦИИ И ПУТИ ЕЕ РЕАЛИЗАЦИИ

Каримова М.Д.¹, Тұрсын Д.А.².

^{1,2}Каспийский общественный университет, г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация: В данной статье рассматривается актуальность кадровой политики в настоящее время. Актуальность данной темы обусловлена необходимостью проведения эффективной кадровой политики с целью сохранения квалифицированного и грамотного персонала и недопущения найма некомпетентного персонала. Цель кадровой политики-формирование штата предприятия с учетом внешних и внутренних факторов. Например, если в регионе наблюдается дефицит специалистов в определенной области, работодателям будет сложно нанять профессионалов в штат. Работодатели должны поощрять соискателей дополнительной работы: предлагать заработную плату выше среднего рынка, разрабатывать систему бонусов. В случае дефицита кадров часть задач может быть передана на аутсорсинг. Удаленное сотрудничество позволит выйти за пределы региона, привлечь высококвалифицированных специалистов и снизить затраты на заработную плату сотрудников.

Ключевые слова: кадровая политика, персонал, предприятия, управление персоналом, организация.

FORMATION OF THE PERSONNEL POLICY OF THE ORGANIZATION AND WAYS OF ITS IMPLEMENTATION

Karimova M.D.¹, Tursyn D.A.².

^{1,2}Caspian University, Almaty, Republic of Kazakhstan

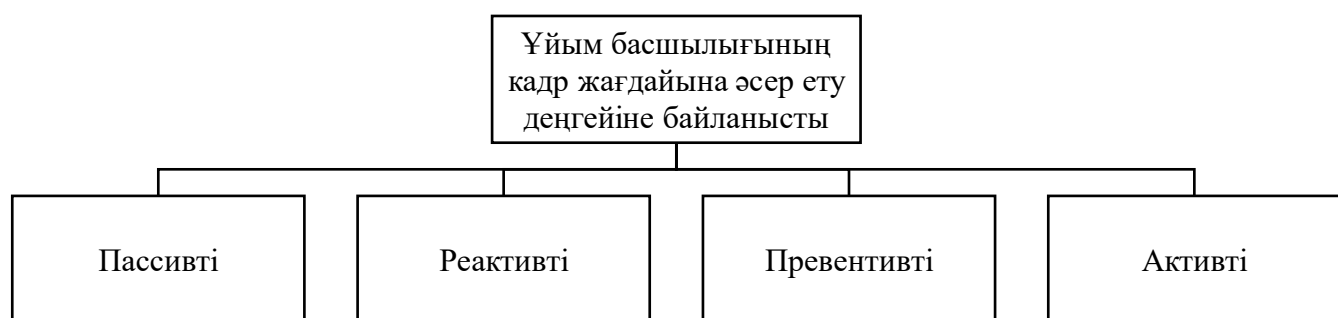
Abstract: This article discusses the relevance of personnel policy at the present time. The relevance of this topic is due to the need to conduct an effective personnel policy in order to preserve qualified and competent personnel and prevent the hiring of incompetent personnel. The purpose of the personnel policy is the formation of the company's staff, taking into account external and internal factors. For example, if there is a shortage of specialists in a certain area in the region, it will be

difficult for employers to hire professionals in the state. Employers should encourage applicants for additional work: to offer wages above the average market, to develop a system of bonuses. In case of a shortage of personnel, some of the tasks can be outsourced. Remote cooperation will allow you to go beyond the region, attract highly qualified specialists and reduce the cost of employees' salaries.

Keywords: personnel policy, personnel, enterprise, personnel management, organization .

"Кадр саясаты" терминінің өзі бірнеше түсіндірмеге ие. Біріншіден, кадр саясаты-кез-келген ұжымның жұмысында болып жатқан процестерге белсенді әсер етудің маңызды құралдарының бірі. Екіншіден, кадр саясаты-бұл кәсіпорынның стратегиясымен байланысты және қызметкерлермен жұмыс істеуге бағытталған ережелер мен нормалар жүйесі. Кадр саясатының негізгі мақсаты-осы кәсіпорынның қажеттіліктеріне және Қазақстан Республикасының қолданыстағы заңнамасының талаптарына сәйкес персоналдың сандық және сапалық құрамын жаңарту және сақтау процестерінің оңтайлы тепе-теңдігін қамтамасыз ету.

Көптеген заманауи авторлар (Кибанов, Одегов, Базаров) персоналды басқару саласындағы кәсіпорындардың мақсаттарына байланысты кадр саясатын түрлерге бөлуді орындылығы туралы келісті (1-сурет).

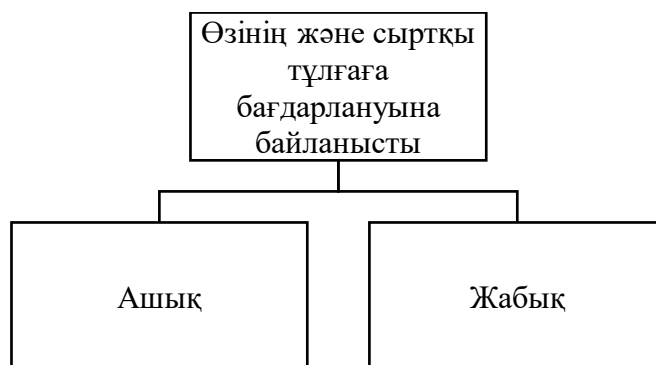


1 сурет - Кадр саясатының түрлері

Ескерту: сурет [1, 146.] ақпарат көзінің негізінде автормен құрастырылған

Пассивті кадр саясаты негізінен кәсіпорындағы қиын жағдайлардың ықтимал теріс салдарын жоюға дейін азаяды. Реактивті кадр саясаты айналыммен айналысады, жанжалды жағдайларды және олардың себептерін зерттейді[1, 146.].

Ұйымда персоналды басқару саласындағы дамудың қысқа мерзімді және орта мерзімді болжамдары болған кезде профилактикалық кадр саясатын қолданған жөн. Осындай болжамдардың негізінде қызмет бағыттары мен нақты іс-шаралар әзірленеді, алайда ұйымның кадрлық міндеттерді шешуге ықпал ету мүмкіндігі жоқ. Кадрлық саясаттың белсенді түрімен ең бастысы-барлық факторлардың әсерін ескеретін сауатты талдау жүргізу және жағдайдың ықтимал өзгеруін болжау(2-сурет).



2 сурет-Кадр саясатының түрлері

Ескерту: сурет [2, 20б.] ақпарат көзінің негізінде автормен құрастырылған

Ашық кадр саясаты нарықты жаулап алудың агрессивті әдістерінде қолданылады. Ашық Кадрлық саясатпен кадрларды іріктеу процесі сыртқы нарыққа бағытталған. Бос лауазымдарға орналасу конкурстық негізде жүргізіледі. Кадр саясатының бұл түрін кәсіби жұмыс істейтін персоналды таңдау үшін бастаушы фирмаларға қолданған жөн. Жабық кадр саясаты кезінде корпоративтік мәдениетті, ұжымның бірлігін нығайтуға, қызметкерлерді кәсіпорын алдында тұрған мақсаттарға қол жеткізуге ынталандыруға бағытталған ұзақ мерзімді Кадрлық мақсаттар әзірленеді. Жабық кадр саясаты ішкі нарықта бос лауазымдарға орналасуға бағытталған [2, 20б.].

Кадр саясаты, біздің ойымызша, келесі сипаттамаларға ие болуы керек:

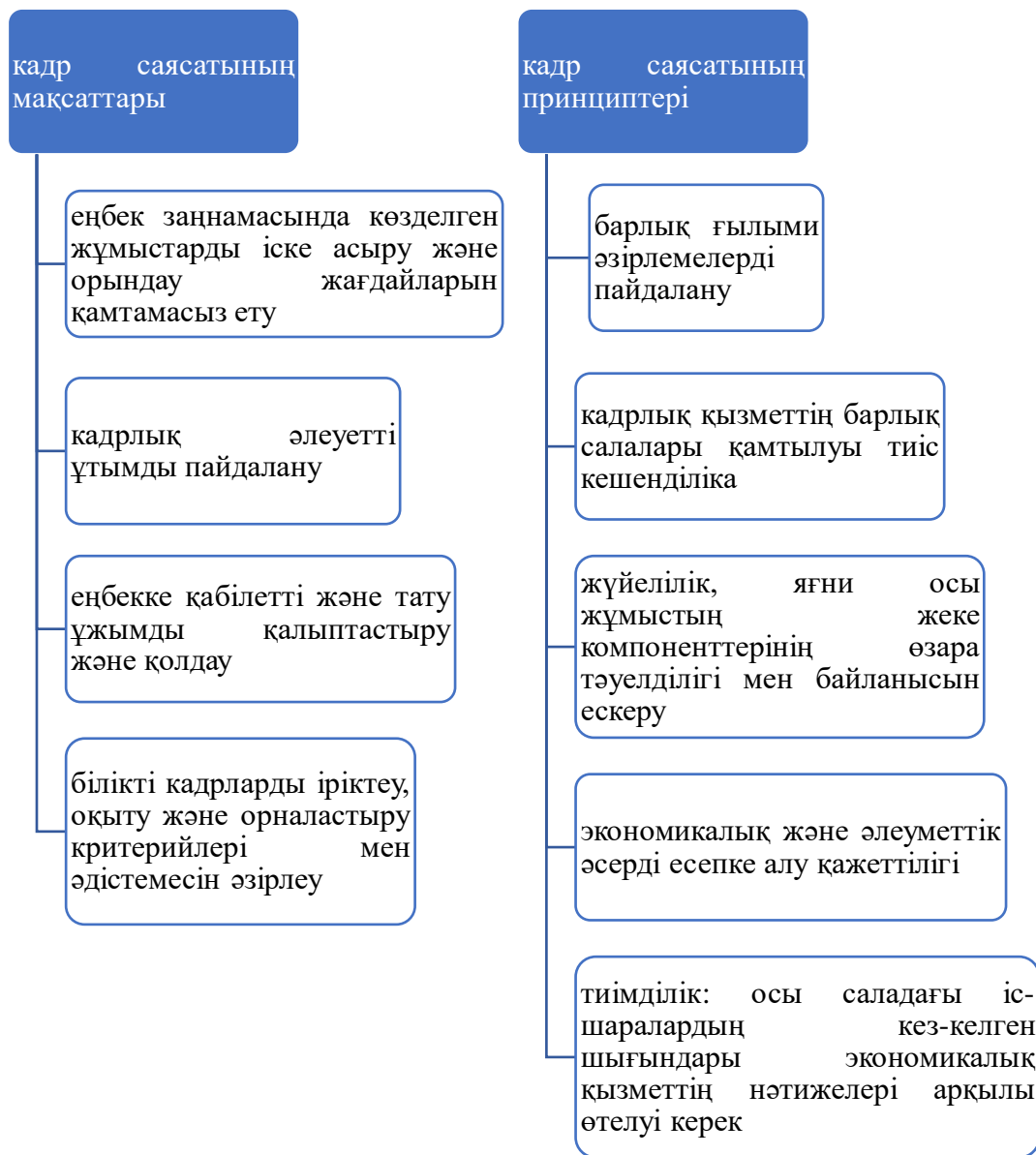
1. Кадр саясаты ұйымның жалпы стратегиялық жоспарымен тікелей байланысты болуы керек, өйткені кадр саясатының қызметі саласында бұл ұйымның одан әрі дамуының ғана емес, сонымен бірге жұмыс істеуінің де кілті бар.

2. Кадр саясаты серпінді болуы керек, бұл оған жедел өзгерістер енгізу мүмкіндігінің болуы және біздің заманымызға тән сыртқы ортадағы өзгерістерден кейін түзету қажеттілігін білдіреді.

Ұйымның күнделікті жүзеге асыру жолдары, сондай-ақ оның стратегиялық дамуы кадр саясатының сапасына тікелей байланысты.

Заманауи және инновациялық әдістерді қолдана отырып, өз жұмысын сапалы орындауға тырысатын кәсіби ынталы қызметкерлерсіз тиімді өндіріс немесе қызмет көрсету мүмкін емес. Осылайша, оның бәсекеге қабілеттілігі ұйымның кадр саясатына тікелей байланысты, сондықтан ұйымның кадр саясаты сияқты құбылыстың мәнін зерттеу өзекті болып көрінеді[3,85б.].

Кадр саясаты-бұл негізгі теориялық мәселелер мен принциптердің, ресми талаптар мен кадрлар құрамымен жұмыстың негізгі бағыттары мен мазмұнын, оның формалары мен әдістерін анықтайтын практикалық шаралардың жиынтығы [4, 34б.] (3-сурет).



3 сурет-Кадр саясатының мақсаттары мен принциптері

Ескерту: сурет [4,154б.] ақпарат көзінің негізінде автормен құрастырылған Кадр саясатының міндеттерін әр түрлі жолмен шешуге болады, ал нұсқаларды таңдау өте кең:

1. Қызметкерді жұмыстан шығару немесе оны төменгі лауазымға ауыстыру.
2. Қызметкерді өзіңіз дайындаңыз немесе қажетті дайындықтан өткендерді іздеңіз.
3. Кәсіпорынның сыртқы немесе ішкі резервтерінен қызметкерді жалдау.

Кәсіпорын қызметінің бағытын жан-жақты анықтау үшін кадр саясатын қалыптастыру кезінде кадр саясатының жекелеген бағыттарының негізгі принциптерін ескеру қажет:

- Кәсіпорын персоналын сауатты басқару.
- Қызметкерлерді сауатты іріктеу және орналастыру.
- Резервті қалыптастыру және дайындау.
- Персоналды бағалау және аттестаттау.
- Қызметкерлерді ынталандыру және ынталандыру.

Кадр саясатын қалыптастыру бірнеше кезеңде жүреді:

1 кезең-нормалау. Мақсаттар мен міндеттерді қалыптастыру, кәсіпорын қызметкерлерімен жұмыс принциптері мен мақсаттарын келісу жүзеге асырылады.

2 кезең — бағдарламалау. Бұл кезеңде кәсіпорынның қазіргі мүмкіндіктерін ескере отырып, кадрлық жұмыстың мақсаттарына жету жолдары, бағдарламалар жасалады.

3 кезең — мониторинг. Рәсімдерді әзірлеу және кадрлық жағдайды болжау. Персоналды тұрақты бақылауды жүзеге асыратын кәсіпорындар үшін көптеген жеке кадрлық бағдарламалар бар (персоналды бағалау және сертификаттау, мансапты жоспарлау, тиімді жұмыс климатын сақтау және т.б.) [5, б.154].

Осылайша, ұйымның кадрлық саясаты, ең алдымен, серпінді өзгеретін сыртқы орта жағдайында оның барынша тиімді қызметі үшін қажетті ұйымның сапалы кадрлық құрамын қамтамасыз етуге бағытталған. Ұйымның коммерциялық және коммерциялық емес кадрлық саясатын қалыптастыру сыртқы және ішкі факторларға әсер етеді. Сыртқы факторларға мыналар жатады: еңбек нарығындағы жағдай; ҚР қолданыстағы еңбек заңнамасы; ҚР экономикалық жағдайы; еңбек нарығын дамыту перспективалары. Ішкі факторларға мыналар жатады: кәсіпорынның даму стратегиялары; өндірістің орналасуы; өндіріс технологиялары; корпоративтік мәдениет деңгейі. Кадр саясаты кез-келген кәсіпорын жұмысының негізгі бөлігі болып табылады. Кадр саясатының мақсаттарына қол жеткізу үшін кәсіпорынның мақсаттары мен міндеттеріне және қызметкерлердің кәсіби қажеттіліктеріне сәйкес кәсіпорын персоналын сақтау және дамыту процесін әзірлеу көзделеді. Ұйымның кадр саясаты-бұл ұйымдағы басқару процестерін ұйымдастырудың жүйелі түрде қалыптасқан және жазбаша түрде бекітілген ережелері, ол оның барлық қызметкерлері үшін міндетті және ұйымның кадр саясатының мақсаттарына, оның принциптеріне, ережелері мен мінез-құлық нормаларына, сондай-ақ оны жалпы арттыру мақсатында ұйым қызметкерлерінің жұмыс сапасын арттыруға бағытталған әлеуметтік бағытталған шараларға қатысты бәсекелестік жағдайындағы тиімділік.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Кибанов А.Я., Дуракова И.Б. Ұйымның персоналды басқару: стратегия, маркетинг, интернационалдандыру :оқу құралы / А.Я.Кибанов, И.Б.Дуракова - М.: ИНФРА-М, 2005. - 301 с.

2. Кибанов А.Я., Митрофанова Е.А., Эсаулова И.А. Әлеуметтік-еңбек қатынастары, еңбек нарығы және персоналды жұмыспен қамту : оқу-практикалық құрал / ред. Э. ғ. д., проф. А.Я.Кибанова. — М.: Даңғыл, 2012. - 64 Б.

3. Кияшко С.А. Кадрлық жоспарлау негіздері және мемлекеттік органдардағы кадрлық жоспарлау процесіне тәсілдер / С.А.Кияшко - Мәтін: тікелей / / сараптамалық кеңестің хабаршысы. —2018. — № 4 (15). — 84-90 Б.

4. Агафонова М.С. Фирманың кадр саясатындағы жасаралық айырмашылықтар / Агафонова М.С., Купцова А.В., // заманауи ғылымды қажет ететін технологиялар. — 2013. — № 10–1. — Б. 136.

5. Одегов Ю.Г. Кадрлық саясат және кадрлық жоспарлау : жоғары оқу орындарына арналған оқулық. — М., 2014. - 675 Б.

Автор туралы мәлімет

*Тұрсын Дана Ардагерқызы - «Менеджмент» мамандығы 4 курс студенті, Каспий Қоғамдық университеті, e-mail: danatursynova02@mail.ru

Сведения об авторах

*Турсын Дана Ардагерқызы - студентка 4 курса специальности «Менеджмент», Каспийский Общественный Университет, e-mail: danatursynova02@mail.ru

Information about the authors

*Tursyn Dana Ardagerqyzy - 4th student of the specialty "Management", Caspian University, e-mail: danatursynova02@mail.ru

ПАЙДАНЫ ҚАЛЫПТАСТЫРУ ЖӘНЕ ОНЫ КӘСІПОРЫНДА ТИІМДІ БӨЛУ ЖОЛДАРЫ

Кожабаева Н.К.¹, Калманова Н.М.²

^{1,2}Каспий Қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

Аңдатпа.

Басқару тиімділігі қазіргі уақытта ұйымдағы пайданы барынша арттыру тұрғысынан бағаланады. Бұл мақаланың басты мақсаты – пайданы басқарудың маңыздылығын, ұйымдағы пайданы қалыптастыру, бөлу және пайдалану процесін зерттеу. Сонымен қатар, кәсіпорында пайда алу процесі сипатталған, ол операциялық, инвестициялық және қаржылық қызметтің төрт кезеңін қамтиды және әрбір кезең бойынша шаралар көрсетілген. Бұл жұмыстың мазмұны басқарушы персонал ұйымдардың жемісті жұмысы үшін қаржылық нәтижелерді қадағалауға қатысты шешімдер тиімді болуы үшін пайда алу процесіне де, оны бөлу және пайдалану процестерін реттеуге де назар аудару керек екенін көрсетеді.

СПОСОБЫ СОЗДАНИЯ ПРИБЫЛИ И ЭФФЕКТИВНОГО РАСПРЕДЕЛЕНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Кожабаева Н.К.¹, Калманова Н.М.²

^{1,2}Каспийский Общественный университет, Алматы қ., Республика Казахстан

Аннотация

Эффективность управления в настоящее время оценивается с точки зрения максимизации прибыли в организации. Цель данной работы – изучить значение управления прибылью, процесса формирования, распределения и использования прибыли в организации. Кроме того, в статье раскрывается процесс получения прибыли на предприятии, включающий четыре этапа операционной, инвестиционной и финансовой деятельности, и указаны мероприятия по каждому этапу. Содержание данной работы показывает, что для эффективной деятельности организаций управленческий персонал должен уделять внимание как процессу получения прибыли, так и регулированию процессов ее распределения и использования, чтобы решения, связанные с контролем финансовых результатов, были эффективными.

WAYS TO CREATE PROFIT AND ALLOCATE IT EFFECTIVELY IN THE ENTERPRISE

Kozhabayeva N.K.¹, Kalmanova N.M.²

^{1,2} Caspian University, Almaty, Republic of Kazakhstan

Annotation

Management efficiency is currently evaluated in terms of profit maximization in the organization. The purpose of the work is to study the importance of profit management, the process of formation, distribution and use of profit in the organization. In addition, the profit-making process in the enterprise is described, which includes four stages of operational, investment and financial activities, and the measures for each stage are indicated. The content of this work shows that for the effective operation of organizations, management personnel should pay attention to both the profit-making process and the regulation of its distribution and use processes so that decisions related to monitoring financial results are effective.

Түйін сөздер: кәсіпорынның пайдасы, пайданың қалыптасуы, пайданың қолданылуы, пайданың бөлінуі, табысты басқару

Пайда кәсіпорын қызметінің маңызды көрсеткіштерінің бірі болып табылады. Пайда көрсеткіштеріне сүйене отырып, басшылар мен менеджерлер кәсіпорынның одан әрі дамуы туралы шешім қабылдайды. Шаруашылық субъектісінің тиімді өмір сүруі және дамуы үшін басқарушы персонал пайданы басқаруды жақсартуы қажет. Табысты басқару – кәсіпорында оны қалыптастыру, бөлу және одан әрі пайдаланудың негізгі аспектілері бойынша таңдау және шешім қабылдау процесі. Басқарушы персонал пайданы тиімді қолдану үшін ұйымның кірістерін, шығыстарын және ресурстық әлеуетін басқаруы және бақылауы қажет. Пайданы бөлу мен пайдалануды басқару үшін ұйымда салық, инвестиция, дивиденд, әлеуметтік саясат және капиталды қалыптастыру саясатын әзірлеу қажет[1].

Пайданы басқарудың мақсаты ағымдағы және болашақ кезеңдерде ұйым иелерінің капиталын барынша арттыру болып табылады [5]. Осы мақсатқа жету үшін төменде көрсетілген міндеттерді орындау қажет[4]:

1. Ұйымның өндірістік және еңбек мүмкіндіктерін ескере отырып, өндірілген пайданың көлемін барынша арттыру. Бұл міндетке ұйымның ресурстарының құрамы мен пайдалану тиімділігін оңтайландыру арқылы қол жеткізуге болады.

2. Ұйымдағы алынған пайда деңгейі мен тәуекелдің қолайлы деңгейі арасындағы тиімді қатынасты оңтайландыру. Бұл көрсеткіштер өзара байланысты. Менеджерлер белгілі бір әрекеттер үшін тәуекелдің қолайлы деңгейін анықтауы керек

3. Ұйым алатын пайданың жоғары сапасын қамтамасыз ету. Қалыптастыру процесінде оның өсу резервтерін операциялық қызмет пен капиталға инвестициялау арқылы жүзеге асыру қажет.

4. Ұйымның иелеріне инвестицияланған капиталдан қажетті табыстылық деңгейін қамтамасыз ету. Тиімді жұмыс істегенде бұл деңгей капитал нарығындағы орташа табыстылық нормасынан төмен болмауы керек, жоғары кәсіпкерлік тәуекелдер мен инфляциялық шығындардың орнын толтыру қажет.

5. Қызметтің келесі кезеңдерінде ұйымның даму мақсаттарын ескере отырып, пайдадан қажетті қаржы ресурстарын қалыптастыру. Пайда нормасы кәсіпорынның әлеуетті өндірістік дамуын анықтайды.

6. Пайданы персоналға инвестициялаудың тиімді бағдарламаларын қамтамасыз ету. Пайда алу үшін қызметкерлердің еңбек үлесін ынталандыру және оларды әлеуметтік қорғаудың қолайлы деңгейін қамтамасыз ету қажет.

Қазіргі уақытта пайда ұйымдарды басқару механизмінде үлкен рөл атқаратын «нарықтың қозғаушы күші» болып табылады. Ұйымның пайдасын басқару процесі белгілі бір реттілікпен жүруі маңызды және кәсіпорынды тиімді басқарудың негізгі мақсаты мен негізгі міндеттеріне жетуін қамтамасыз етуі керек.

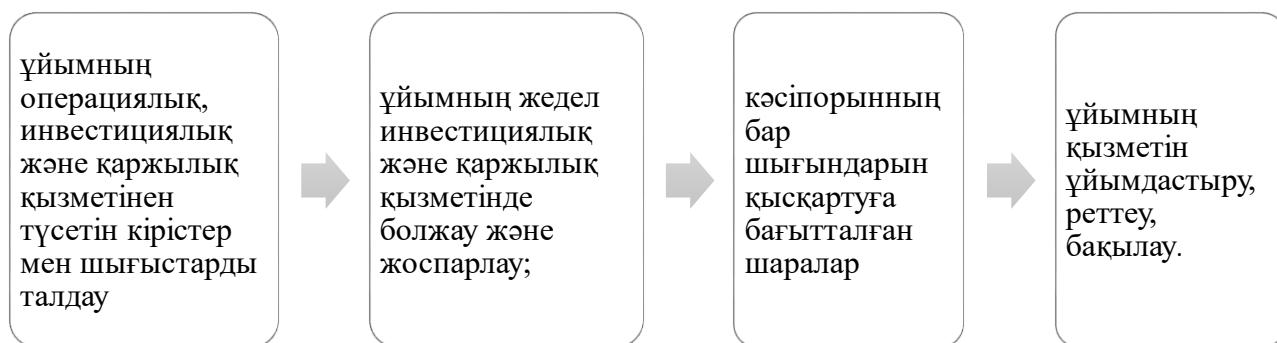
Жалпы қабылданған стандарттарға сәйкес ұйымдағы пайданы басқару процесін екі түрге бөлуге болады:

- пайданы басқару;
- пайданы бөлу мен пайдалануды басқару [2].

Ұйымдағы пайданы қалыптастыру жалпы пайданы басқару үдерісіндегі маңызды, әрі бастапқы кезең болып табылады. Бұл кезеңде басқару персоналының алдағы кезеңдерде пайданы бөлу және пайдалану бойынша одан әрі әрекеттері анықталады [3].

Кәсіпорында пайда алу процесін келесідей түрде ұсынуға болады:

1. ұйымның операциялық, инвестициялық және қаржылық қызметінен түсетін кірістер мен шығыстарды талдау;
2. ұйымның жедел инвестициялық және қаржылық қызметінде болжау және жоспарлау;
3. кәсіпорынның бар шығындарын қысқартуға бағытталған шаралар;
4. ұйымның қызметін ұйымдастыру, реттеу, бақылау (1 схема).



1 сурет - Кәсіпорында пайда алу процесі

Қызметкерлер үшін пайданы қалыптастыруды басқару процесінің бірінші кезеңінде кәсіпорын басшылығы «Қаржылық нәтижелер туралы есеп» негізінде кірістер мен шығыстардың серпіні мен құрылымын талдауы қажет, яғни ол операциялық, инвестициялық және қаржылық қызмет түрлері арқылы жүргізіледі.

Екінші кезеңде менеджер үш қызмет түрін болжауды және жоспарлайды. Ұйым басшылығы капитал нарығының ағымдағы жағдайын ескеруі керек, өйткені меншікті капиталдың жетіспеушілігі жағдайында шаруашылық жүргізуші субъектілер қарыз капиталын тартуы қажет. Ал өндіріс пен өткізуге бөлінген қарыз ресурстарының құны ұйымның өндірістік мүмкіндіктеріне тікелей әсер етеді.

Үшінші кезең. Инвестициялық қызметтегі шараларға күрделі салымдардың шығындарын азайту жатады. Бұл шаралар күрделі қаржылық салымдардың тиімділігін арттыруға арналған. Қаржылық қызметтегі шаралар қаржылық қызметтің шығындарын азайтумен байланысты. Мұндай шараларға банктердің ұйымға қызмет көрсетуіне байланысты шығындарды азайту, комиссиялық төлемдерді төлеуге байланысты шығындарды азайту және т.б. жатады.

Төртінші кезеңде ұйымның қызметін ұйымдастыру, реттеу және бақылау жүзеге асырылады. Бұл кезең ұйым қызметінің барлық түрлерінен түсетін табыстың тұрақты өсуін білдіреді. Операциялық қызмет кірісті ұлғайтады және шығындарды мүмкіндігінше азайтады деп күтіледі. Инвестициялық қызметте кірістің ұлғаюы және нақты инвестицияларға инвестициялау кезінде шығындардың барынша қысқаруы талап етіледі. Қаржылық қызмет бұл табыстың өсуі және қаржылық шығындардың максималды төмендеуі.

Процесс толықтай аяқталғаннан кейін пайданы басқару процесі жаңадан басталады, яғни ақшалай қаражаттардың кірістері мен түсімдері, сондай-ақ жұмсалған шығындарды талдау жүзеге асады. Сондай-ақ ұйымның кірісін басқарудың бүкіл процесінде кәсіпорындағы қызметтің барлық түрлерін жүзеге асыруға байланысты қабылданған шешімдерге үздіксіз мониторинг жүргізілетінін ескеру қажет.

Ұйымның табысты басқару процесі тиімді немесе тиімсіз болуы мүмкін. Басқару персоналы ұйымдағы пайда алу процесіне ғана емес, қаржылық нәтижелерді басқаруға қатысты шешімдер тиімді болуы үшін оны бөлу және пайдалану процесін реттеуге де назар аударуы керек.

Табысты бөлу және пайдалану процесі келесі кезеңдерді қамтиды:

- ұйым пайдасының бір бөлігі салықтар мен алымдар түрінде мемлекеттік бюджетке түсуі тиіс, олардың мөлшері заңнамалық деңгейде реттеледі;

- қалған бөлігін жинақ бөлігіне бөлу керек. Сонымен қатар оны меншік иелері арасында бөлу керек (егер ол акционерлік компания болса) және оны ұйымның қажеттіліктеріне бағыттау керек: жалақы, инвестиция, қайырымдылық, қызметкерлер және т.б.

Ұйым барлық міндетті төлемдерді төлегеннен кейін қалатын «таза пайданы» бөледі. Таза пайданы бөлуді ескере отырып, менеджерлер шығындар сметасын жасайды. Ұйымның қарамағында қалатын пайда оның қызметін дамытуға, жақсартуға және тиімділігін арттыруға пайдаланылуы мүмкін. Мемлекеттік және бақылаушы органдар бұл қаражатты пайдалану тәртібіне кедергі жасамайды.

Өндірісті қаржыландырумен қатар зейнеткерлікке шыққан, қиын өмірлік жағдайға тап болған немесе компания өмірінде белсенді позицияны ұстанатын қызметкерлерге таза пайдадан жеңілдіктер мен бонустар төленуі мүмкін. Ұйым бұл пайданы айыппұлдарды өтеу үшін де пайдалана алады.

Салықтар мен төлемдерді төлегеннен кейін қалған пайда (таза пайда) екі бөлікке бөлінеді: жинақтаушы және тұтынылатын.

Егер ұйым қызметінің өткен кезеңдерінде бөлінбеген пайда болса, бұл кәсіпорынды оң дамып келе жатқан, тұрақты және қаржылық тұрақты деп сипаттайды [7].

Таза пайданы әртүрлі шығындар баптарына бөлуге болады немесе, керісінше, оны капиталдандыруға болады, бұл компанияға үшінші тарап активтерін тартпауға және ұйымның функционалдығын өз есебінен кеңейтуге мүмкіндік береді.

Ұйым басшылығы қолда бар пайданы ақылмен бөлу үшін пайданың барлық құрамдастарын мұқият талдауы қажет, яғни бұл ұйымның әлсіз жақтарын жедел анықтау үшін қажет [6].

Ұйымдағы табысты бөлу персоналға оң әсер етеді, өйткені ұйым қызметкерлерін әлеуметтік қорғау пайдасына алынған пайданы қосымша қайта бөлу оларды өнімдірек жұмыс істеуге ынталандырады. Себебі адамдарды кез келген ұйымның ең маңызды байлығы деп те атауға болады.

Ұйымның контрагенттер, жеткізушілер, банктер және өндірістік процестің басқа қатысушылары алдындағы міндеттемелерін уақытылы және толық орындау мүмкіндігі пайданы бөлудің тиімділігіне байланысты.

Пайданы басқару үшін оның қалыптасу механизмін зерттеп, болашақта оның өсуі не төмендеуінің әрбір факторының әсері мен үлесін анықтау қажет. Ұйымның қызметіне байланысты пайда өсуінің маңызды факторы (ішкі) шарттық талаптарға сәйкес өндірілген өнім көлемін ұлғайту, оның өзіндік құнының төмендеуі, сапаны арттыру, өнімділікті жақсарту, өндірістік қорларды пайдалану тиімділігін арттыру, еңбек өнімділігін және басқару құзыретін арттыру болып табылады.

Бұл факторларды үш топқа бөлуге болады: өндірістік, коммерциялық, қаржылық.

Өндіріс факторлары өндіріс көлемімен, оның ырғағымен, материалдық, ғылыми-техникалық және ұйымдық-техникалық жабдықталуымен, сәйкесінше – өнімнің сапа көрсеткіштерімен, оның ассортименті мен құрылымымен және т.б. сипатталады.

Коммерциялық факторлар қаржылық факторларға әкеліп соғады және кең мағынада маркетинг ұғымын қамтиды: ағымдағы және келешек нарықтық конъюнктураны барынша жақын зерттеу негізінде шаруашылық келісімшарттар жасау, өткізу бағасын реттеу, оның бағытын және ұйымдық-экономикалық қамтамасыз ету.

Коммерциялық факторларды болжаудың сенімділігі, бір жағынан, тәуекелді сақтандыруға (негізінен мүлікті жоғалту, жеткізуді бұзу, төлемді кешіктіру немесе төлеуден бас тарту тәуекелдері), екінші жағынан, беделді, төлем қабілетті клиенттерді тартуға негізделген.

Өнімдер мен қызметтерді сатудан түсетін кірісті де, кәсіпкерлік қызметтің барлық түрінен түсетін кірісті де қамтитын қаржылық факторларға тиісінше мыналар жатады: келісімшартта көзделген немесе жедел түрде айқындалатын төлем нысандары; бағаны реттеу, оның ішінде сату қарқыны бәсеңдеген жағдайда бағаны төмендету; банк несиесін немесе орталықтандырылған резервтерден қаражат тарту; айыппұлдар қолдану; дебиторлық берешекті зерделеу және өндіріп алу, сондай-ақ басқа активтердің өтімділігін қамтамасыз ету; қаржы ресурстарына ақша ресурстарын ынталандыру және тарту – бағалы қағаздардан, депозиттерден, лизингтен және қаржылық инвестициялардан түскен табыс. Мұнда «уақыт – ақша» принципі маңызды: кіріс неғұрлым тез және толық түссе, бүкіл қызмет соғұрлым тиімдірек болады.



2 сурет- Пайда мөлшеріне әсер ететін факторлар

Сондықтан іске асыру мерзімдері мен нарықты толтыру болжамына байланысты сараланған бағамдарды, оның ішінде кірістің маусымдық, кезеңдік немесе біржолғы уақытша төмендеуін назардан тыс қалдыруға болмайды, бұл олардың айналымын жеделдету арқылы қаражатты босату арқылы өтеледі.

Ұйымның қызметіне тәуелді емес (сыртқы) факторларға сатылған өнімге мемлекеттік реттелетін бағалардың өзгеруі, салықтар мен тарифтер деңгейі, амортизациялық аударымдар, табиғи, географиялық, көліктік, техникалық жағдайлардың өнімді өндіру мен өткізуге әсері жатады және т.с.с. факторлар (2 схема). Дегенмен, олар пайдаға айтарлықтай әсер етуі мүмкін.

Ішкі факторлар өндірістік және өндірістік емес болып бөлінеді. Өндіріс факторлары еңбек құралдары мен объектілерінің, еңбек және қаржы ресурстарының болуы мен қолданылуын сипаттайды. Өз кезегінде өндірістік факторлар экстенсивті және интенсивті болып бөлінеді.

Экстенсивті факторларға өндіріс ресурстарының көлемін көрсететін факторлар жатады, мысалы, жұмысшылар санының өзгеруі, негізгі қорлардың құны, олардың уақыт бойынша пайдаланылуы (жұмыс күнінің ұзақтығының өзгеруі, жабдықтың ауысымының коэффициенті және т.б.), сондай-ақ ресурстарды өнімсіз пайдалану (ақауларға арналған материалдардың құны, қалдықтардан болған ысыраптар).

Интенсивті факторларға ресурстарды пайдалану тиімділігін көрсететін немесе бұған ықпал ететін факторлар жатады (мысалы, жұмысшылардың біліктілігін арттыру, құрал-жабдықтардың өнімділігін арттыру, озық технологияларды енгізу, айналым қаражаттарының айналымын жеделдету, өнімнің материал сыйымдылығын және еңбек сыйымдылығын төмендету). Кәсіпорынның өндіріске, өнімді өткізуге және пайда алуға байланысты шаруашылық қызметін жүзеге асыру процесінде бұл факторлар өзара тығыз байланысты.

Өндіріс факторлары пайдаға жалпы көрсеткіштер жүйесі арқылы әсер етеді, олар, бір жағынан, аванстық қорларды пайдаланудың көлемі мен тиімділігін, өнімдерді жасауға толық қатысатын қаражаттар, ал екінші жағынан, олардың тұтынылған бөлігін пайдаланудың көлемі мен тиімділігі, өзіндік құнның қалыптасуына қатысады.

Экономикалық әдебиеттерді талдай келе, пайданы бөлудің негізгі мақсаты пайданың тұтынылған және капиталдандырылған бөлігі арасындағы оңтайлы қатынасты табу болып табылады деген қорытындыға келуге болады. Бұл арақатынас ұйымның ұзақ мерзімді даму стратегиясында анықталған талаптарға сай болуы қажет.

Пайданы бөлудің негізгі мақсатын орындау үшін келесі міндеттерді орындау керек:

1. меншік иелері инвестицияланған капиталдан тиісті кірістілік нормасын алуға тиіс;
2. ұйым персоналы еңбек белсенділігімен және қосымша әлеуметтік қорғаумен қамтамасыз етілуі және ынталандырылуы тиіс;
3. ұйымда қажетті мөлшерде резерв, жинақ және басқа да қорлар қалыптасқан болуы керек;

4. ұйымның стратегиялық дамуының басым мақсаттары пайданың капиталдандырылған бөлігі арқылы қамтамасыз етілуі тиіс.

Пайданы бөлу мен пайдалануды дұрыс басқару нәтижесінде ұйым кеңейтілген ұдайы өндірісті тиімді жүзеге асыруға, құрылтайшылардың, меншік иелерінің, акционерлердің талаптарын қанағаттандыруға және ұйым қызметкерлерінің жұмысын ынталандыруға мүмкіндік алады.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Альбеков А. У. Экономика коммерческого предприятия. — Ростов-на-Дону: «Феникс».-2016.- 125 б.
2. Буров М. П. Региональная экономика и управление территориальным развитием. М., Дашков и, К..2016. -36 б.
3. Кусый м. Ю. Управление прибылью субъекта хозяйствования. М.:Магистр: ниц ИНФРА-М, 2016.- -121 б.
4. Савицкая г. Экономический анализ: учебник , для студентов высших учебных заведений.- -М.: ИНФРА-М, 2017.- 147 б.
5. Селезнева н. Н, Ионова А,ф. Финансовый анализ. Управление финансами: учебное пособие. -М.: Юнити, 2017.- 239
6. Сулова ю. Ю. Прибыль предприятия; учеб. Пособие, М.: ИНФРА-М,2017.-147б.
7. Русак Н. А. Финансовый анализ субъекта хозяйствования. — Мн.:Высшая школа: 2017.-247б.

Авторлар туралы мәліметтер

*Кожабаяева Назгуль Кенжекызы—Caspian University студенті, e-mail: kozhabaevanazgul@gmail.com

**Калманова Набира Майлановна - сеньор оқытушы Caspian University, e-mail:nabi241174@mail.ru

Сведения об авторах

*Кожабаяева Назгуль Кенжекызы – студент Caspian University, e-mail: kozhabaevanazgul@gmail.com

**Калманова Набира Майлановна – сеньор преподаватель, Caspian University, e-mail:nabi241174@mail.ru

Information about authors

*Kozhabayeva Nazgul Kenzhekyzy – student of Caspian University, e-mail: kozhabaevanazgul@gmail.com

**Kalmanova Nabira Maylanovna – senior lecturer, Caspian University, e-mail:nabi241174@mail.ru

УДК 658.8.011.1

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОВАРОВ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ МНОГОУГОЛЬНИКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Колумбаева А.Г.¹, Танат Л.Б.²

^{1,2}Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация. Цель статьи состоит в рассмотрении особенностей оценки конкурентоспособности товаров с использованием многоугольника конкурентоспособности.

Метод исследования представлен системным подходом с использованием логико – дедуктивного метода. По результатам написания статьи выявлено, что многоугольник конкурентоспособности представляет собой инструмент для анализа и оценки конкурентоспособности товара, позволяющий определить его сильные и слабые стороны, а также потенциальные возможности для его дальнейшего продвижения.

Ключевые слова: конкурентоспособность товара, товарный маркетинг, продвижение, многоугольник конкурентоспособности.

БӘСЕКЕГЕ ҚАБІЛЕТТІЛІК ПОЛИГОНЫН ПАЙДАЛАНАТЫН ӨНІМДЕРДІҢ БӘСЕКЕГЕ ҚАБІЛЕТТІЛІГІН БАҒАЛАУ

Колумбаева А.Г.¹, Танат Л.Б.²

^{1,2} Каспий Қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

Аңдатпа. Мақаланың мақсаты – бәсекеге қабілеттілік полигонын пайдалана отырып, тауарлардың бәсекеге қабілеттілігін бағалау ерекшеліктерін қарастыру. Зерттеу әдісі логикалық-дедуктивті әдісті қолдану арқылы жүйелі тәсілмен беріледі. Мақаланы жазу нәтижелері бойынша бәсекеге қабілеттілік полигоны өнімнің бәсекеге қабілеттілігін талдау және бағалау құралы болып табылады, оның күшті және әлсіз жақтарын, сондай-ақ оны одан әрі жылжытудың әлеуетті мүмкіндіктерін анықтауға мүмкіндік береді.

Түйін сөздер: өнімнің бәсекеге қабілеттілігі, өнімді өткізу, жылжыту, бәсекеге қабілеттілік полигоны.

ASSESSMENT OF THE COMPETITIVENESS OF PRODUCTS USING THE COMPETITIVENESS POLYGON

Kolumbaeva A.G.¹, Tanat L.B.²

^{1,2} Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

Summary. The purpose of the article is to consider the features of assessing the competitiveness of goods using the competitiveness polygon. The research method presented by a systematic approach using the logical-deductive method. Based on the results of the article writing, it had revealed that the competitiveness polygon is a tool for analyzing and assessing the competitiveness of a product, allowing it to determine the strengths and weaknesses, as well as potential opportunities for its further promotion.

Keywords: product competitiveness, product marketing, promotion, competitiveness polygon.

Конкурентоспособность товаров представляет собой способность товара или продукции конкурировать на рынке и привлекать потребителей. Она определяется посредством анализа комплекса факторов, включая качество товара, цену, уникальные характеристики, уровень обслуживания, бренд и репутацию компании.

Сущность конкурентоспособности товаров заключается в том, что она позволяет компании выделяться на рынке и привлекать больше клиентов. Конкурентоспособные товары имеют преимущества перед аналогичными продуктами конкурентов и могут предложить потребителям определенные уникальные или лучшие характеристики [1].

Цель настоящей статьи – рассмотреть особенности оценки конкурентоспособности товаров с использованием многоугольника конкурентоспособности.

Метод исследования представлен системным подходом, основанным на использовании логики – дедуктивного метода, заключающегося в движении от общих предпосылок к частным заключениям, раскрывающим тему исследования.

Для достижения конкурентоспособности товаров необходимо проводить анализ рынка и конкурентов, с целью определения преимуществ и недостатков собственной продукции и товаров. Актуальным вопросом для компании является разработка эффективной стратегии маркетинга, позволяющей продвигать товары и создавать уникальное предложение для потребителей [2].

Конкурентоспособность товаров является важным фактором, способствующим успеху компании, так как позволяет привлекать больше клиентов, увеличивать продажи и рыночную долю. Компании, обладающие конкурентоспособными товарами, также могут получать более высокую прибыль и укреплять свою позицию на рынке. В современном научном сообществе существует достаточно обширная полемика на тему целей и задач конкурентоспособности товаров и продукции.

Концевич Г.Е., Михайлюк О.В. полагают, что основной целью определения конкурентоспособности является разработка эффективной стратегии маркетинга на основе анализа рынка и конкурентной среды. При этом ключевые задачи конкурентоспособности товаров лежат в плоскости изучения рынка и конкурентов, для эффективного определения собственных преимуществ и разработки оптимальной стратегии продвижения товара [3].

Павловская В.Ю. утверждает, что целью определения конкурентоспособности товаров является создание уникального и инновационного продукта, который привлечет потребителей. Задачи компании в сфере определения конкурентоспособности товаров, по её мнению, состоят в непрерывной разработке новых и интересных продуктов и товаров, и улучшении действующих товарных позиций с целью привлечения внимания и повышения заинтересованности потребителей [4].

Ешмуханбет Н.Е. считает, что целью конкурентоспособности является определение доступности и конкурентоспособности товара с точки зрения цены. Она полагает, что ключевая задача конкурентоспособности товара состоит в том, что компания должна установить цену своего товара таким образом, чтобы он был доступным для потребителей и при этом сопоставимым по качеству среди аналогичных товаров на рынке [5].

Худайбердина В.З. утверждает, что целью конкурентоспособности является создание товара высокого качества, который удовлетворит потребности потребителей. Ключевая задача поддержания конкурентоспособности товара состоит в обеспечении его высокого качества для наиболее полного удовлетворения потребностей и ожиданий потребителей [6].

Лебедева А.В. считает, что целью оценки конкурентоспособности товара является оценка эффективности маркетинговых действий компании по его продвижению. По её мнению, компания должна постоянно анализировать свои маркетинговые действия и оценивать их эффективность, чтобы определить, какие из них работают лучше всего и какие нужно изменить или улучшить для более эффективного продвижения товара [7].

В целом, необходимо отметить, что оценка конкурентоспособности товара включает в себя изучение рынка и ключевых конкурентов компании, анализ маркетинговой стратегии и постоянное отслеживание изменений в потребительском поведении.

Оценка конкурентоспособности товаров должна быть комплексной и учитывать все аспекты, включая анализ конкурентной среды, потребительского спроса, уникальности и инновационности товара, цены и стоимости, качества товара и маркетинговой стратегии компании.

Резюмируем цели и задачи оценки конкурентоспособности товаров на следующем рисунке 1.

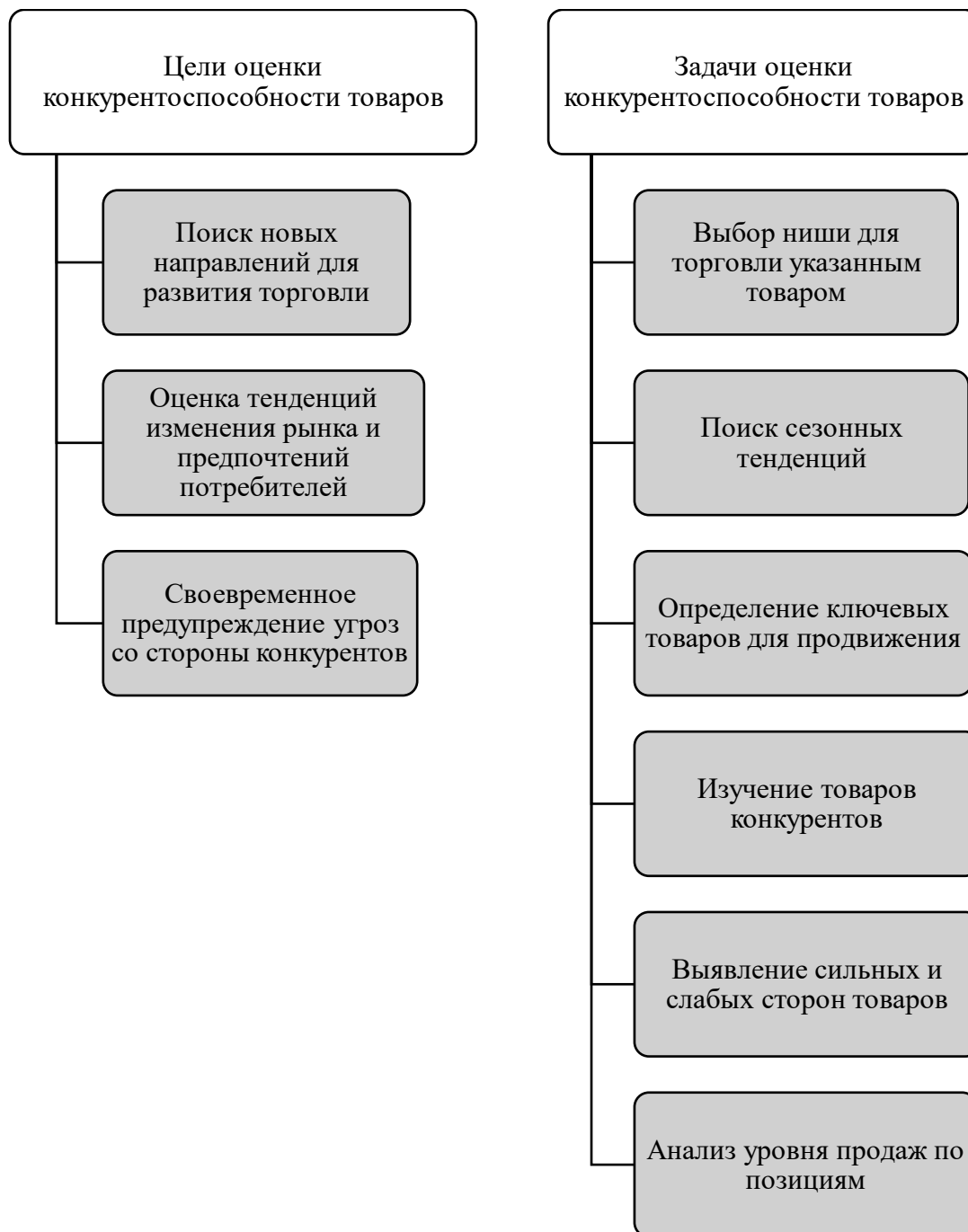


Рисунок 1 - Цели и задачи оценки конкурентоспособности товаров

Примечание: рисунок составлен на основе источников [1-7].

Существует множество методов в оценке конкурентоспособности товаров, одним из которых является оценка на основе многоугольника конкурентоспособности.

Как отмечают Темирова З.У., Ялмаев Р.А., многоугольник конкурентоспособности представляет собой модель, которая включает в себя несколько ключевых факторов, определяющих конкурентоспособность товара. Факторы могут варьироваться в зависимости от контекста анализа или особенностей товара, но обычно они включают в себя [8]:

1. Качество товара - представляет собой основной фактор, определяющий конкурентоспособность продукта. Высокое качество продукта может привлечь и удержать клиентов, а также создать положительную репутацию для компании.

2. Цена - доступность и конкурентоспособность цены также являются важными факторами конкурентоспособности. Компания должна установить цену своего товара таким образом, чтобы он был доступен для потребителей и конкурентоспособен на рынке.

3. Инновации - разработка уникальных и инновационных продуктов может дать компании конкурентное преимущество и привлечь внимание потребителей.

4. Маркетинговая стратегия - разработка эффективной стратегии маркетинга, основанной на анализе рынка и конкурентной среды, также является важным аспектом конкурентоспособности. Компания должна изучить рынок и конкурентов, чтобы определить свои преимущества и разработать соответствующую стратегию продвижения товара.

5. Эффективность маркетинговых действий - постоянный анализ и оценка эффективности маркетинговых действий компании помогает определить, какие из них работают лучше всего и какие нужно изменить или улучшить.

Залученов И.В. и Бурко О.А. указывают, что многоугольник конкурентоспособности представляет собой комплексный подход к определению и достижению конкурентоспособности компании или продукта. Он позволяет учесть различные аспекты и факторы, которые могут влиять на успешность компании на рынке [9].

Алгоритм оценки конкурентоспособности товара с использованием многоугольника конкурентоспособности включает в себя следующие позиции (рисунок 2).

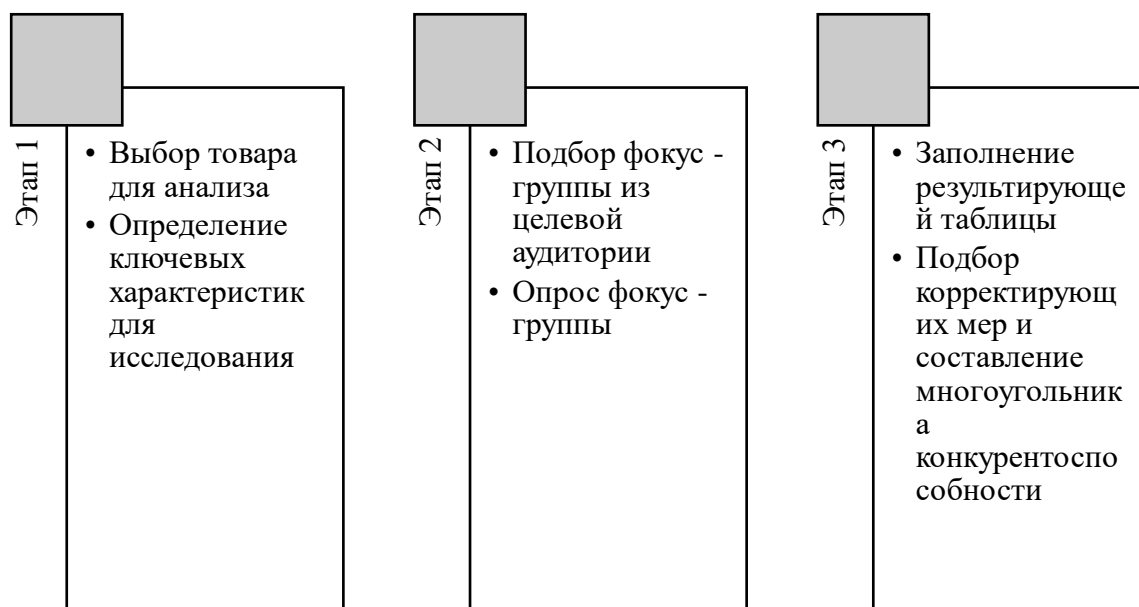


Рисунок 2 – Схема оценки конкурентоспособности товаров с использованием многоугольника конкурентоспособности

Примечание: рисунок составлен на основе источника [9].

Представим практическую схему по реализации оценки конкурентоспособности товаров с использованием многоугольника конкурентоспособности на примере анализа абстрактного товара и товаров двух ключевых конкурентов (таблица 1).

Таблица 1 – Оценка конкурентоспособности товаров с использованием многоугольника конкурентоспособности

Критерии конкурентоспособности	Анализируемый товар	Конкурент 1	Конкурент 2	Анализируемый товар
Ассортимент	7	2	5	
Цена	9	3	4	
Внешний вид	4	7	9	Необходимость изменения товарной упаковки
Эффективность и результат	9	4	3	
Срок годности	5	5	5	
Дистрибуция	4	8	9	Необходимость корректировки политики дистрибуции товара
Рекламная активность	3	8	5	Увеличение доли рекламного бюджета на данный товар
Уникальность предложения	8	4	4	
Знание бренда	5	8	9	Увеличение доли рекламного бюджета на данный товар
Лояльность к бренду	7	3	5	
Качество персонала	4	4	5	Повышение профессионализма маркетологов и менеджеров по продажам
Примечание – составлено авторами на основании собственных исследований				

Таблица 1 представляет схему анализа конкурентоспособности товара с использованием многоугольника конкурентоспособности

Многоугольник конкурентоспособности, построенный по данным таблицы 1 представлен на рисунке 3.

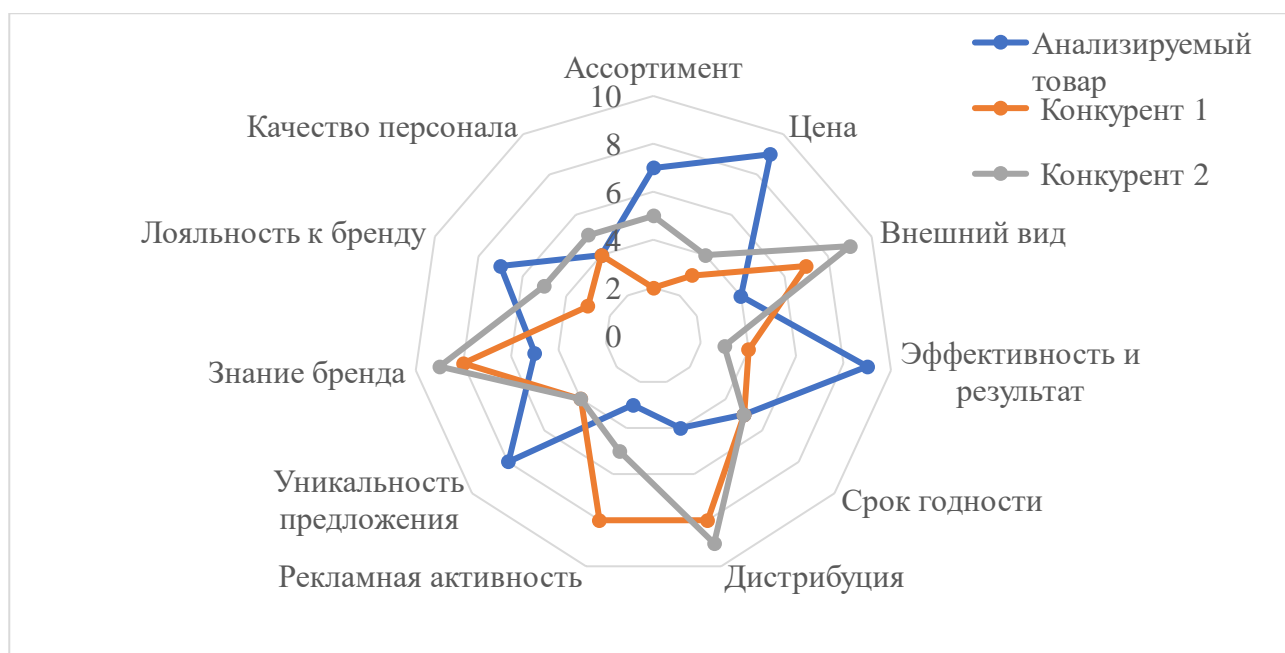


Рисунок 3 – Схема оценки конкурентоспособности товаров с использованием многоугольника конкурентоспособности

Примечание: рисунок составлен авторами на основе собственных исследований.

В соответствии с представленной схемой видно, что для повышения конкурентоспособности анализируемого товара компании необходимо обратить внимание на внешний вид товарной упаковки, рассмотреть большее число каналов дистрибуции, увеличить рекламную активность в отношении данного товара, и повысить профессиональность маркетологов и менеджеров по продажам.

Выводы:

1. Конкурентоспособность товара представляет собой его способность успешно конкурировать на рынке с другими аналогичными товарами, основываясь на уникальных характеристиках и преимуществах. Она определяется наличием и сочетанием таких факторов, как качество продукта, цена, инновации, маркетинговая стратегия и эффективность маркетинговых действий. Конкурентоспособность товара включает в себя способность привлечь и удержать клиентов, создать положительную репутацию для компании и обеспечить ее успешное позиционирование на рынке.

2. Многоугольник конкурентоспособности представляет собой графическую модель, которая включает в себя несколько факторов, таких как качество продукта, цена, инновации, маркетинговая стратегия и эффективность маркетинговых действий.

Каждый из этих факторов имеет свое значение и влияет на общую конкурентоспособность товара. Например, качество продукта может быть определено через такие показатели, как надежность, функциональность, эргономика и дизайн. Цена товара также играет важную роль, поскольку она должна быть конкурентоспособной среди аналогичных товаров на рынке. Инновации включают в себя разработку новых технологий, улучшение производственных процессов и создание новых продуктов.

Маркетинговая стратегия и эффективность маркетинговых действий также влияют на конкурентоспособность товара. Эффективные маркетинговые действия помогают привлечь и удержать клиентов, создать положительную репутацию для компании и обеспечить ее успешное позиционирование на рынке.

Многоугольник конкурентоспособности позволяет оценить каждый из этих факторов и определить их взаимосвязь и влияние на общую конкурентоспособность товара. Он представляет собой инструмент для анализа и оценки конкурентоспособности товара,

позволяющий выявить его сильные и слабые стороны, а также определить потенциальные возможности его дальнейшего продвижения.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Шурыгин С.В., Мунт О.В., Квашнина А.А., Бачинский А.Г. Оценка конкурентоспособности товаров // Форум молодых ученых. 2018. №3 (19). С.764-768.
2. Шаркаева Г.Н., Бачинский А.Г., Мунт О.В., Ермаков В.Е. Конкурентоспособность в маркетинге // Форум молодых ученых. 2018. №3 (19). С.741-744.
3. Концевич Г.Е., Михайлюк О.В. Взаимосвязь конкурентоспособности и маркетинга в современных условиях мирового рынка// Вестник РГЭУ РИНХ. 2020. №1 (69). С.107-119.
4. Павловская В.Ю. Управление маркетинговой деятельностью региональных торговых сетей на потребительских рынках // Практический маркетинг. 2020. №10 (284). С.24-32.
5. Ешмуханбет Н.Е. Оценка конкурентоспособности продукции // Наука и образование сегодня. 2020. №11 (58). С.27-28.
6. Худайбердина В.З. Оценка конкурентоспособности товаров промышленного назначения // Шаг в науку. 2019. №2. С.134-138.
7. Лебедева А.В. Проблемы оценки конкурентоспособности продукции // Экономический Вектор. 2021. №1 (24). С.42-48.
8. Темирова З.У., Ялмаев Р.А. Теоретические подходы к оценке конкурентоспособности продукции // Вестник Академии знаний. 2020. №5 (40). С.396-400.
9. Залученов И.В., Бурко О.А. Анализ результатов оценки конкурентных позиций с помощью многоугольника конкурентоспособности // НАУ. 2021. №36-3. С.25-28.

Сведения об авторах

* Колумбаева Ангелина Геннадьевна - Студент специальности «Маркетинг», Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан, e-mail: kolumbaeva370@gmail.com

** Танат Лаура Болатовна, м.э.н. сеньор-лектор

Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

Авторлар туралы мәліметтер

* Колумбаева Ангелина Геннадьевна - «Маркетинг» мамандығының студенті Каспий Қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы, e-mail: kolumbaeva370@gmail.com

** Танат Лаура Болатовна, э.ғ.м., сеньор-лектор

Каспий Қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

Information about the authors

* Kolumbaeva Angelina - Student of the «Marketing» education program Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan, e-mail: kolumbaeva370@gmail.com

** Tanat Laura, master of economic sciences, senior - lecturer

Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

ОСОБЕННОСТИ НАЛОГОВОЙ СИСТЕМЫ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН, А ТАКЖЕ СРАВНЕНИЯ ЕЁ С ДРУГИМИ СТРАНАМИ

Крохмаль А.А.¹, Крохмаль А.А.², Хутуров Т.А.³.
Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация

В этой статье мы рассмотрим особенности налоговой системы (налоговой политики) в Республики Казахстан. В данной статье заодно рассмотрим, что из себя представляют налоги и налоговая система в принципе. В нашей статье также так же будет акцентировано внимание на трудности налоговой системы Республики Казахстан. Мы попытаемся сравнить налоговую систему Республики Казахстан с налоговыми системами других стран. Постараемся разобраться в чём налоговая система Казахстана имеет преимущества, а в чём недостатки и есть ли они. Попытаемся понять, почему многие считают именно казахстанскую налоговую систему относительно трудной по сравнению с другими странами, и так ли это. Здесь мы покажем вам, позицию или точнее мнение различных экспертов по данной теме. Данная тема, которая поднимается в данной статье, сама по себе является важной, в тоже время интересной и сложной. Ведь сама по себе налоговая система (налоговая политика) важна для любого государства. Стоит отметить, что грамотно выстроенная налоговая система, также оказывает немаловажное влияние на эффективное экономическое развитие любого государства. Методология: для написания данной работы использовались метод сравнения и анализа.

Ключевые слова: налоги, налоговая система, мнение экспертов, трудности налоговой системы, особенности налоговой системы, грамотно выстроенная налоговая система.

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДАҒЫ САЛЫҚ ЖҮЙЕСІНІҢ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ, СОНЫМЕН ҚАТАР ОНЫ БАСҚА ЕЛДЕРМЕН САЛЫСТЫРУ

Крохмаль А.А.¹, Крохмаль А.А.², Хутуров Т.А.³.
Каспий қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

Түйін

Бұл мақалада біз Қазақстан Республикасындағы салық жүйесінің(салық саясатының) ерекшеліктерін қарастырамыз. Бұл мақалада біз сонымен бірге салықтар мен салық жүйесінің не екенін қарастырамыз. Біздің мақалада Қазақстан Республикасының салық жүйесінің қиындықтарына да назар аударылады. Біз Қазақстан Республикасының салық жүйесін басқа елдердің салық жүйелерімен салыстыруға тырысамыз. Қазақстанның салық жүйесінің артықшылығы неде, кемшіліктері неде және олардың бар-жоғын анықтауға тырысамыз. Неліктен көптеген адамдар қазақстандық салық жүйесін басқа елдермен салыстырғанда салыстырмалы түрде қиын деп санайтынын және бұл солай ма екенін түсінуге тырысамыз. Мұнда біз сізге осы тақырып бойынша әртүрлі сарапшылардың ұстанымын немесе дәлірек пікірін көрсетеміз. Осы мақалада көтерілген бұл тақырып өз алдына маңызды, сонымен бірге қызықты және күрделі. Өйткені, салық жүйесінің өзі(салық саясаты) кез-келген мемлекет үшін маңызды. Айта кету керек, сауатты құрылған салық жүйесі кез-келген мемлекеттің тиімді экономикалық дамуына айтарлықтай әсер етеді.

Негізгі сөздер: салықтар, салық жүйесі, сарапшылардың пікірі,салық жүйесінің қиындықтары, салық жүйесінің ерекшеліктері, сауатты құрылған салық жүйесі.

FEATURES OF THE TAX SYSTEM IN THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN, AS WELL AS ITS COMPARISON WITH OTHER COUNTRIES

Krokhmal A.A.¹, Krokhmal A.A.², Huturov T.A.³
Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

Annotation

In this article we will consider the features of the tax system (tax policy) in the Republic of Kazakhstan. In this article, at the same time, we will consider what taxes and the tax system are in principle. Our article will also focus on the difficulties of the tax system of the Republic of Kazakhstan. We will try to compare the tax system of the Republic of Kazakhstan with the tax systems of other countries. We will try to figure out what the tax system of Kazakhstan has advantages and what are the disadvantages and whether there are any. Let's try to understand why many people consider the Kazakh tax system to be relatively difficult compared to other countries, and whether it is so. Here we will show you the position or, more precisely, the opinion of various experts on this topic. This topic, which is raised in this article, is in itself important, at the same time interesting and complex. After all, the tax system (tax policy) itself is important for any state. It is worth noting that a well-structured tax system also has a significant impact on the effective economic development of any state.

Keywords: taxes, tax system, opinion of various experts, difficulties of the tax system, features of the tax system, competently built tax system.

Введение

Прежде чем перейти к основной части данной статьи, мы бы хотели сначала разобраться в водной части с тем, что из себя в принципе представляет налог и налоговая система. Так что такое налог? Налог — это обязательный платёж, который обязаны платить как физические, так и юридические лица в государственный бюджет страны, т.е. государству [1]. Когда физические и юридические лица совершают платёж в государственный бюджет, то у государства появляются ресурсы, с помощью которых осуществляется развитие различных государственных программ, также развития образования, медицины, строительства школ, содержание армии (которое обеспечивает защиту и безопасное существование государства). Налоги помогают государству распределять богатство в обществе. К примеру, государство оказывает поддержку в виде выплат пособий для инвалидов, пенсионеров, людей, потерявших работу, семьям потерявших своего кормильца, беременным женщинам и т.д. Налоги являются для государства одним из важных инструментов регулирования экономики. Ну вроде мы разобрались с тем, что такое налоги, теперь давайте разберёмся, что из себя представляет налоговая система. Налоговая система это в первую очередь правила и законы, которые устанавливает государство, для определения нужной суммы налога, которую должны уплачивать физические и юридические лица. Также налоговая система определяет процесс контроля и сбора налогов, ещё предусматривает специальные льготы, скидки, вычеты, которые позволяют снизить общую сумму налоговых платежей. Говоря о налоговой системе, стоит сказать о налоговом кодексе. Это основной документ, в котором указаны нормы и правила, регулирования налоговых обязательств. То есть, на основании этого документа в основном и функционирует налоговая система. Теперь мы с вами вроде разобрались, что представляет из себя налог и налоговая система, поэтому мы можем уже переходить к основной нашей теме.

Сейчас мы бы хотели с вами поговорить о налоговой системе Республики Казахстан. Налоговая система Республики Казахстан, своей структурой напоминает налоговую систему Российской Федерации. Налогообложение в Казахстане опирается законодательно на Конституцию и на Налоговый кодекс. Подобную структуру мы наблюдаем как раз таки и в Российской налоговой системе. Говоря о Налоговом Кодексе Республики Казахстан, можно обратить внимание, что он состоит из двух частей, а это у нас "Общая" и "Особенная часть". Общая часть данного Кодекса представляет собой основные моменты налогового законодательства. Здесь в основном указаны все права и обязанности налогоплательщиков и

налоговых органов, а также основные принципы налогообложения. Особенная часть более подробно описывает каждый налог с его налоговой базой. Здесь также указаны правила начисления и уплаты налоговых сборов. Налоговая система Республики Казахстан состоит из трёх уровней: уровень республиканского бюджета, уровень областных бюджетов, уровень районных бюджетов. Теперь мы хотим акцентировать ваше внимание на самих налогах. Что касается налогов, действующих на территории Республики Казахстан, то они подразделяются на прямые и косвенные. К косвенным налогам относят НДС и акцизы, а все остальные налоги относятся к прямым [2].

А теперь давайте поговорим об особенностях налоговой системы Казахстана.

Современная налоговая система Казахстана очень непроста, а если честно, относительно трудна для понимания налогоплательщиками и трудна для управления со стороны государства (в данном случае налоговых органов). Это всё ведёт со стороны государства к излишним затратам, а со стороны физических и юридических лиц ведёт к появлению различных способов уклонений от налогов. Также выходит такая ситуация, что одинаковый уровень дохода сопровождается неодинаковым уровнем обложения. А этот момент как раз таки и вызывает со стороны налогоплательщиков недовольство и создаёт конфликтную ситуацию. К сожалению, стоит отметить, что высокие маржинальные ставки оказывают больше отрицательную тенденцию. То есть физические и юридические лица, которые попадают под эту группу обложения, следовательно проявляют больший интерес к подпольной экономике. Казахстанское налогообложение, вынуждает юридических лиц инвестировать их финансовые средства, не исходя из их экономических интересов, а из-за налоговых причин (чтобы не платить налоги). Многие также считают, что в нынешней налоговой системе, необходимо изменить порядок предоставления отсрочек по налоговым платежам в бюджет. Ведь сейчас чтобы получить отсрочку по налоговым платежам, руководитель налогового органа только после согласования с руководителем финансового органа может предоставить отсрочку по налоговым платежам. Также складывается такая ситуация, что из-за сильной перегруженности судов, и отсутствия у них специальных знаний, лица, являющиеся налогоплательщиками, будут испытывать трудности в защите своих прав. К сожалению, казахстанская налоговая система не предусматривает льгот для малого бизнеса, тем самым, ограничивает его возможности, а также решает его стимулов для перехода в средний бизнес. Но нужно также отметить, что несмотря на большое количества налоговых платежей, ставки по налогам очень даже низкие, особенно по сравнению с зарубежными странами. Налоговая система Казахстана оказывает очень даже хорошую поддержку крестьянско-фермерским хозяйствам, предоставляя им специальные налоговые платежи и пониженные налоговые ставки по обычной системе налогов, тем самым способствуя хорошему развитию сельского хозяйства [3]. Несмотря на определённые недостатки, есть немало положительных сторон в казахстанской налоговой системе. Исходя из нынешней экономической обстановки, казахстанская налоговая система является очень даже умеренной системой, бесспорно данная система и в правду трудна, но всё же имеет и свои положительные стороны а это низкие ставки налогов, новый порядок налогообложения дивидендов, который помогает избежать двойного налогового обложения и т.д. Мы данную систему назвали бы умеренно-нейтральной, тем более исходя из вышеперечисленных положительных сторон, в Казахстанской налоговой системе наблюдаются относительно положительные перспективы.

Сравнение Казахстанской налоговой политики с другими странами.

Теперь давайте сделаем сравнение казахстанской налоговой системой с другими странами. Здесь мы также приведём мнение различных экспертов и в итоге будем на них опираться. На одной из статей TENGRI NEWS которая называется "Эксперты назвали отличия системы налогообложения в Казахстане от европейской". Казахстанская налоговая система очень похожа на российскую, и в тоже время она намного мягче, чем во многих европейских странах. А эта мягкость как раз таки и достигается за счёт плоской шкалы (НДС, НДФЛ и налога на прибыль корпораций), а в Европе большинство ставок являются прогрессивными, что и приводит к снижению неравенства населения. Налоговые ставки России, Белоруссии,

Казахстана и Германии: в России налоговая ставка составляет 13%, в Белоруссии, 12% а в Казахстане ставка ниже 10%. В Германии минимальная налоговая ставка составляет 19%, а максимальная 53%. То есть, богатые или точнее состоятельные немцы вынуждены отдавать более половины своего дохода. В Германии хорошо развиты системы льгот и различных скидок. Высокие налоги оборачиваются большим спектром социальных программ, поэтому не совсем будет корректно считать, что немецкие налогоплательщики отдают часть своих доходов безвозмездно. Казахстан в будущем также перейдёт на прогрессивную шкалу по НДФЛ [4]. Этот подход предполагает снизить расслоение в обществе, важно это не перегнуть палку. Ведь различные пособия по безработице могут стать большими, а слишком большие пособия, могут отбить у людей желание работать, тем самым усугубить проблему с безработицей. В основном инструменты Казахстана, Европы и стран СНГ схожи, и разница всего лишь в ставках. В западных или точнее зарубежных странах налоговая нагрузка в 2, а то и в 3 раза больше, чем в нашей стране, поэтому зарубежные страны могут держать расходы бюджета в размере 40-60% к ВВП, тогда как в нашей стране данный показатель равен 20%. Такие страны как Швеция, Дания, Нидерланды, Бельгия, имеют высокие социальные обязательства, поэтому они рассчитывают ИПН со ставками 50% и выше. Ставка в Казахстане намного ниже, чем, во многих европейских странах и тот же ИПН составляет всего лишь 10%, это является совершенно нормально для Казахстана, так как Казахстан является ещё развивающейся страной. На данный момент в Казахстане КПП составляет 20%, а НДС 12%. Нынешний уровень налоговых ставок в стране, очень эффективно способствует долгосрочному развитию экономики. А это как раз так объясняет частичное превышение казахстанской экономики над российской. В Казахстане преимущественно используется плоская шкала налогообложения, что является очень даже хорошей стороной, так как именно эта шкала, оказывает нормальное стимулирование Казахстанской экономики. Высокий уровень налоговых ставок как в европейских странах, не подходит современному Казахстану, так как есть большая вероятность того, что те индивиды, у которых будет высокий уровень налоговых ставок, будут иметь очень большое стремление уклоняться от уплаты налогов, что может, кроме этого, усугубить и другие экономические проблемы [4].

Вывод

Исходя из той информации, которая была показана выше, мы понимаем, что нынешняя казахстанская налоговая система далеко не идеальна, и имеет свои определённые недостатки. По сравнению со многими странами, Казахская налоговая система является трудной и не совсем простой для понимания её физическими, юридическими лицами и налоговыми органами, из-за чего могут возникать конфликтные ситуации. И, к сожалению, отсутствуют налоговые льготы, которые могли бы оказывать поддержку малому бизнесу, т.е. формировать нужные условия для стимула малого бизнеса в целях его преобразования в средний бизнес. В тоже время в Казахской налоговой системе наблюдаются и положительные стороны, такие как низкие налоговые ставки, предоставления специальных налоговых режимов для крестьянско-фермерских хозяйств, что кстати очень даже положительно влияет на развитие сельского хозяйства. После того как мы ознакомились с различными взглядами экспертов по данной теме, которые сравнивали налоговую систему Казахстана с другими странами, мы приходим к тому, что нынешняя налоговая система при наличии определённых недостатков является для Казахстана на данный момент перспективной и прогрессивной, и оказывает на экономику относительно положительное влияние. Налоговые системы европейских стран сами по себе хороши и эффективны, но их принцип большой налоговой ставки, на данный момент не подойдёт Казахстану исходя из его экономического положения. Мы бы назвали нынешнюю налоговую систему Казахстана умеренно-нейтральной с неплохими перспективами на будущее.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1) Кодекс Республики Казахстан от 25 декабря 2017 года №120- YI «О налогах и других обязательных платежах в бюджет (Налоговый кодекс) (с изменениями и дополнениями по состоянию на 12.09.2023 г.) // https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=36148637

2) Налоговая система Казахстана https://spravochnick.ru/nalogi/nalogovaya_sistema_ponyatie_i_struktura/nalogovaya_sistema_kazahstana/#nalogovaya-sistema-kazahstana

3) Особенности налоговой системы в Республики Казахстан https://studbooks.net/1685268/finansy/osobennosti_nalogovoy_sistemy_respublike_kazahstan

4) Эксперты назвали отличие налогообложения в Казахстане от европейской https://tengrinews.kz/private_finance/ekspertyi-nazvali-otlichiya-sistemyi-nalogooblojeniya-243483/

Сведение об авторах:

1) Крохмаль Алексей Александрович: студент Каспийского университета , город Алматы, почта: krokhmal_aleksey@mail.ru

2) Крохмаль Андрей Александрович: студент Каспийского университета, город Алматы, почта: andrney_krohmand@mail.ru

3) Хутуров Тимур Артурович: студент Каспийского университета, город Алматы, почта: timyr.huturov@gmail.com

Авторлар туралы мәліметтер:

1) Крохмаль Алексей Александрович: Каспий университетінің студенті , Алматы қаласы, пошта: krokhmal_aleksey@mail.ru

2) Крохмаль Андрей Александрович: Каспий университетінің студенті, Алматы қаласы, пошта: andrney_krohmand@mail.ru

3) Хутуров Тимур Артурович: Каспий университетінің студенті, Алматы қаласы, пошта: timyr.huturov@gmail.com

Information about the authors:

1) Alexey A. Krokhamal: student of the Caspian University, Almaty city, post office: krokhmal_aleksey@mail.ru

2) Andrey A. Krokhamal: student of the Caspian University, Almaty city, post office: andrney_krohmand@mail.ru

3) Khutorov Timur Arturovich: student of the Caspian University, Almaty city, post office: timyr.huturov@gmail.com

УДК 657.631.6

ФИНАНСОВАЯ УСТОЙЧИВОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК КЛЮЧЕВАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ

Кулебякина Виктория Федоровна, Бакалавр специальности «Учёт и аудит»,
Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан.

Аннотация: Финансовая устойчивость предприятия является ключевым фактором его финансового здоровья. Это обеспечивает непрерывность бизнеса, инвестиционные возможности, защиту от рисков и привлекательность для сотрудников и клиентов. В сегодняшней нестабильной экономике финансовая устойчивость становится еще более важной. Ее управление является неотъемлемой частью стратегии компании и залогом ее успешного развития.

Ключевые слова: финансовая устойчивость, финансовое состояние, непрерывность бизнеса, инвестиционные возможности, защита от рисков, привлекательность для сотрудников и клиентов, управление финансовой устойчивостью.

FINANCIAL STABILITY OF THE ENTERPRISE AS A KEY CHARACTERISTIC OF FINANCIAL CONDITION

Kulebyakina Viktoriya Fedorovna, Bachelor of Science in Accounting and Audit, Caspian
Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan.

Abstract: The financial stability of an enterprise is a key factor in its financial health. This ensures business continuity, investment opportunities, risk protection and attractiveness for employees and customers. In today's uncertain economy, financial stability becomes even more important. Its management is an integral part of the company's strategy and the key to its successful development.

Key words: financial stability, financial condition, business continuity, investment opportunities, risk protection, attractiveness for employees and clients, financial stability management.

КӘСПОРЫННЫҢ ҚАРЖЫЛЫҚ ТҰРАҚТЫЛЫҒЫ ҚАРЖЫЛЫҚ ЖАҒДАЙЫНЫҢ НЕГІЗГІ СИПАТТАМАСЫ РЕТІНДЕ

Кулебякина Виктория Федоровна, Каспий мемлекеттік университетінің есеп және
аудит ғылымдарының бакалавры, Алматы, Қазақстан Республикасы.

Аннотация: Кәсіпорынның қаржылық тұрақтылығы оның қаржылық денсаулығының негізгі факторы болып табылады. Бұл бизнестің үздіксіздігін, инвестициялық мүмкіндіктерді, тәуекелдерді қорғауды және қызметкерлер мен тұтынушылар үшін тартымдылықты қамтамасыз етеді. Бүгінгі белгісіз экономикада қаржылық тұрақтылықтың маңызы арта түседі. Оны басқару компания стратегиясының құрамдас бөлігі және оның табысты дамуының кілті болып табылады.

Негізгі сөздер: қаржылық тұрақтылық, қаржылық жағдай, бизнестің үздіксіздігі, инвестициялық мүмкіндіктер, тәуекелді қорғау, қызметкерлер мен клиенттер үшін тартымдылық, қаржылық тұрақтылықты басқару.

Финансовая устойчивость предприятия является ключевой характеристикой его финансового положения, которая оказывает глубокое влияние на его способность выжить и развиваться в долгосрочной перспективе. В современной экономике финансовая устойчивость становится все более важной для бизнеса, независимо от его размера и отрасли.

Финансовая стабильность включает в себя множество аспектов, таких как уровень задолженности, ликвидность, прибыльность и управление активами и пассивами. Оно определяется способностью предприятия обеспечивать устойчивое финансовое положение и успешно управлять своими финансовыми ресурсами даже в переменных экономических условиях.

Актуальность финансовой устойчивости обусловлена не только современными вызовами и неопределенностями в мировой экономике, но и необходимостью бизнеса привлекать инвестиции, обеспечивать стабильность рабочих мест и способствовать экономическому росту. Поэтому исследование финансовой устойчивости представляет интерес для бизнес-сообщества, научных кругов и инвесторов.

Финансовая устойчивость обусловлена несколькими важными аспектами:

1. Экономическая неопределенность. В современном мире экономическая среда подвержена быстрым изменениям. Финансовая устойчивость становится необходимой, чтобы позволить организации адаптироваться к неопределенности, сохраняя при этом эффективность и конкурентоспособность.

2. Глобализация и международная конкуренция: С растущей глобализацией бизнеса организации сталкиваются с растущей конкуренцией на мировом рынке. Финансовая стабильность позволяет компаниям успешно конкурировать, привлекать инвесторов и обеспечивать стабильность своей деятельности в международной конкурентной среде.

3. Привлекательность инвестиций: Инвесторы предпочитают вкладывать средства в финансово стабильные организации. Финансовая стабильность создает доверие и привлекательность для потенциальных инвесторов, что способствует привлечению дополнительных финансовых ресурсов.

4. Способность финансового планирования: Финансовая стабильность позволяет эффективно планировать будущие финансовые потребности и риски. Это особенно важно в меняющихся экономических условиях, когда компании должны быть готовы к возможным трудностям.

5. Социальная ответственность и долгосрочное выживание: Компании, занимающиеся устойчивым развитием, должны обратить внимание на социальную ответственность. Финансовая устойчивость позволяет им инвестировать в социальные программы и экологические инициативы, что способствует их долгосрочному выживанию и репутации.

6. Банковская и кредитная политика: Финансовая стабильность влияет на отношения с банками и кредиторами. Устойчивые компании имеют более высокий кредитный рейтинг и могут легче получить финансовую поддержку на более выгодных условиях.

7. Правовые требования: Во многих странах существуют законодательные требования, которые обязывают компании соответствовать определенным стандартам финансовой устойчивости. Несоблюдение данных требований может повлечь за собой штрафы и другие негативные последствия.

Все эти аспекты делают финансовую устойчивость ключевым аспектом успешного управления организацией в современной бизнес-среде. Разработка и поддержание стратегии финансовой устойчивости становится приоритетом для бизнес-лидеров и финансовых менеджеров.

Финансовая устойчивость – это способность предприятия эффективно управлять своими финансовыми ресурсами с течением времени, обеспечивая стабильность и способность адаптироваться к изменениям экономической среды. Это включает в себя способность справляться с внешними финансовыми проблемами, такими как изменения процентных ставок или колебания рыночных условий.

Ключевым аспектом финансовой устойчивости является способность бизнеса эффективно управлять своими финансовыми обязательствами и обеспечивать необходимый уровень ликвидности. Это позволяет компании избегать финансовых кризисов, обеспечивая долгосрочную стабильность. Финансово устойчивый бизнес способен справиться с непредвиденными расходами, сохраняя при этом операционную эффективность.

Важно отметить, что финансовая устойчивость означает не избежание всех рисков, а, скорее, создание ресурсов и стратегий для успешного преодоления финансовых проблем, что способствует долгосрочному процветанию предприятия.

Финансовая устойчивость компании – это комплексный процесс, требующий сбалансированного подхода и ряда конкретных стратегий для обеспечения долгосрочной устойчивости и успешного развития.

Важнейшей составляющей этого процесса является рациональное управление долгом. Это включает в себя тщательный анализ текущих и потенциальных обязательств, направленный на избежание избыточного накопления долга. Кроме того, не менее важной является оптимизация структуры капитала, где балансировка между собственными и заемными средствами направлена на минимизацию финансовых рисков.

Эффективное управление оборотными средствами также играет ключевую роль. Это включает в себя рациональное управление уровнем запасов с целью предотвращения избыточных издержек и улучшения ликвидности. Активное управление дебиторской и кредиторской задолженностью дополняет этот процесс, направленное на сокращение сроков оплаты долгов и продление сроков оплаты поставщикам для улучшения потока наличности.

Инвестиции в разнообразие являются еще одним стратегическим шагом в укреплении финансовой устойчивости. Это включает в себя не только диверсификацию портфеля, равномерное распределение инвестиций между различными активами и рыночными сегментами, но и стремление к международному разнообразию, что создает дополнительные источники дохода и смягчает воздействие местных экономических факторов.

Повышение ликвидности – еще один важный аспект. Создание резервов для покрытия неожиданных расходов и активное управление кассой позволяют обеспечить финансовую готовность и оперативно реагировать на изменения в экономической среде.

Прибыльность и эффективное управление рисками представляют собой две взаимосвязанные стратегии. Улучшение операционной эффективности, направленной на повышение производительности и снижение издержек, а также активное управление различными видами рисков (финансовыми, операционными и рыночными) способствуют обеспечению стабильной прибыли и предотвращению возможных угроз.

Стратегическое планирование занимает центральное место в укреплении финансовой устойчивости. Разработка долгосрочных стратегий развития, учитывающих финансовые цели и сценарный анализ, позволяет компании адаптироваться к переменам в экономической среде.

Обучение и развитие команды – последний, но не менее важный аспект. Повышение уровня финансовой грамотности сотрудников и поддержка развития лидерских навыков руководителей содействуют принятию правильных финансовых решений.

Итак, эффективная реализация этих стратегий в комплексе обеспечит компании не только укрепление ее финансовой устойчивости, но и создаст прочную основу для устойчивого роста и развития в будущем.

Все эти аспекты взаимосвязаны и требуют внимания и балансирования для обеспечения финансовой устойчивости предприятия в Республике Казахстан.

Финансовая устойчивость играет важную роль для любого предприятия и имеет существенное влияние на его долгосрочный успех. Вот несколько ключевых аспектов, почему финансовая устойчивость так важна для предприятия:

1. Обеспечение непрерывной деятельности: Финансовая устойчивость позволяет предприятию переживать временные финансовые трудности, такие как непредвиденные расходы или снижение спроса на продукцию. Это обеспечивает непрерывность бизнес-процессов и предотвращает потенциальные финансовые кризисы.

2. Инвестиции в рост: финансово устойчивые компании могут легче привлекать инвестиции и кредиты для расширения бизнеса, разработки новых продуктов и технологий, а также для внедрения инноваций. Это помогает предприятию оставаться конкурентоспособным и развиваться.

3. Защита от рисков: Финансовая устойчивость позволяет предприятию защититься от финансовых рисков, таких как валютные колебания, изменения ставок процентов или изменения налогового законодательства. Компания с крепким финансовым фундаментом может лучше адаптироваться к внешним переменам.

4. Привлечение и удержание талантов: Компании, которые могут предоставлять стабильные и конкурентоспособные вознаграждения для своих сотрудников, обычно могут привлекать и удерживать квалифицированный персонал. Это важно для достижения целей и успеха бизнеса.

5. Доверие клиентов и партнеров: финансово устойчивые предприятия обычно вызывают большее доверие у клиентов, партнеров и поставщиков. Это может способствовать развитию долгосрочных отношений и повышению лояльности клиентов.

6. Финансовая независимость: финансово устойчивые компании могут принимать более независимые решения и не зависеть от краткосрочных финансовых кризисов или влияния сторонних интересов.

Для обеспечения финансовой устойчивости предприятия важно эффективно управлять финансами, поддерживать адекватное финансовое планирование и контроль, а также разрабатывать стратегии для уменьшения долга и увеличения капитала. Кроме того, управление рисками и разнообразие источников доходов также способствуют финансовой устойчивости компании.

Помимо этого, внедрение современных технологий и автоматизация также играют ключевую роль в обеспечении финансовой устойчивости предприятия в современной экономической среде. Внедрение современных технологий позволяет компаниям повышать эффективность своих финансовых операций и оперативно реагировать на переменные условия рынка.

В контексте обсуждения финансовой устойчивости предприятия, внедрение современных технологий представляет собой не просто шаг вперед в сфере автоматизации, но и стратегически важный момент в обеспечении стабильности бизнеса. Автоматизированные системы позволяют сократить временные затраты, уменьшить вероятность человеческих ошибок и повысить точность финансовой отчетности.

Этот переход к современным технологиям также обеспечивает более быстрый доступ к финансовой информации и улучшает возможности анализа данных, что, в свою очередь, становится ключевым фактором для бизнес-лидеров в принятии информированных решений.

Таким образом, внедрение современных технологий и автоматизация финансовых процессов не только повышают эффективность управления финансами, но также укрепляют финансовую устойчивость предприятия, делая его более готовым к вызовам современной экономической среды.

Устойчивость в современном контексте выходит за рамки чисто финансовых мер. Оно включает в себя важное измерение – экологическую устойчивость, которая становится все более важной в условиях повышения экологического сознания общества.

Экологическая устойчивость бизнеса – это его способность внедрять и поддерживать практики, направленные на минимизацию негативного воздействия на окружающую среду. Это важная составляющая не только с точки зрения долгосрочного благополучия компании, но и влияния на общество в целом.

Имея репутацию в области экологической устойчивости, бизнес демонстрирует свою готовность взять на себя ответственность за свое воздействие на окружающую среду и найти баланс между своей деятельностью и сохранением природной среды. Это не только акт социальной ответственности, но и стратегическое решение, способствующее долгосрочному успеху.

Экологически ответственные практики включают в себя комплекс мер: от эффективного использования ресурсов и перехода на возобновляемые источники энергии до управления отходами и внедрения зеленых технологий. Предприятия, внедряющие такие подходы, могут не только уменьшить свое негативное воздействие на окружающую среду, но и создать положительный имидж, привлекая внимание клиентов, инвесторов и партнеров.

Таким образом, важность экологической устойчивости в контексте ожиданий общества и долгосрочной стратегии компании подчеркивает необходимость уделять внимание вопросам экологии как важному элементу обеспечения общей устойчивости компании.

Аспекты социальной ответственности и участия общества также имеют важное значение для укрепления финансовой устойчивости бизнеса и влияния на его общее финансовое состояние. В современном бизнесе, где финансовая устойчивость рассматривается в контексте более широких вопросов, включая социальные и экологические проблемы, эти факторы становятся ключевыми элементами успешной стратегии управления.

Изначально социальная ответственность компании отражает ее готовность принять на себя ответственность перед обществом. Это включает поддержку благотворительных программ, участие в социальных проектах и создание условий для положительного воздействия на общество. Позитивный имидж компании в глазах потребителей и инвесторов может привести к укреплению клиентской базы и повышению привлекательности для инвесторов.

В контексте финансовой устойчивости социальная ответственность может повлиять на репутационный риск, который, в свою очередь, может повлиять на финансовые показатели компании. Бизнес, который активно участвует в социальных и филантропических инициативах, может лучше справляться с проблемами, связанными с управлением рисками и поддержанием стабильности.

Социальная ответственность также включает в себя заботу о персонале, создание благоприятных условий труда и обеспечение рабочими местами. Довольные сотрудники, как правило, более продуктивны, что может привести к улучшению финансовых показателей бизнеса. Кроме того, довольные и лояльные сотрудники могут сыграть ключевую роль в создании положительного имиджа компании.

Социальная ответственность также подразумевает участие сообщества, что означает активное участие в решении социальных и экологических проблем. Это может включать участие в экологических программах, образовательных проектах и других инициативах. Вовлечение сообщества может не только улучшить отношения с клиентами, но и создать дополнительные возможности для инноваций и развития бизнеса, что в конечном итоге влияет на финансовую устойчивость предприятия.

Все эти аспекты социальной ответственности и участия сообщества могут быть интегрированы в общую стратегию управления бизнесом, помогая укрепить его финансовую устойчивость и создать положительное восприятие среди клиентов, инвесторов и общества в целом.

Мониторинг и оценка финансовой устойчивости бизнеса играет ключевую роль в обеспечении его долгосрочного успеха. Этот процесс представляет собой систематический и тщательный мониторинг различных аспектов финансового положения компании, что позволяет ей быстро выявлять изменения, прогнозировать возможные риски и принимать решения для обеспечения стабильности.

Регулярные аудиты, проводимые как внутренними службами, так и внешними аудиторами, обеспечивают объективную оценку финансовых процессов и практики. Эти аудиты помогают выявить потенциальные недостатки и несоответствия и обеспечить соответствие компании нормативным требованиям.

Анализ ключевых финансовых показателей является неотъемлемой частью мониторинга. Выявление тенденций в доходах, расходах, прибыли и долге позволяет вам предвидеть потенциальные проблемы и подготовить эффективные стратегии управления ресурсами. Кроме того, этот анализ помогает оценить эффективность текущих финансовых стратегий и при необходимости внести коррективы.

Использование современных инструментов оценки финансового состояния предприятия становится все более важным аспектом мониторинга. Использование аналитических программ и технологий для прогнозирования финансовых тенденций, моделирования возможных сценариев и оценки рисков помогает компаниям быстро реагировать на изменения экономической среды.

Важно подчеркнуть, что мониторинг и оценка не ограничиваются анализом финансовой отчетности. Включение данных о социальной ответственности, экологической устойчивости и других нефинансовых аспектах также становится неотъемлемой частью современной системы оценки финансовой устойчивости. Это позволяет компаниям увидеть полную картину своего воздействия на общество и окружающую среду.

Такой комплексный подход к мониторингу и оценке финансовой устойчивости обеспечивает компании не только оперативное выявление проблем, но и возможность формирования долгосрочных стратегий, способствующих ее стабильному развитию и успешному преодолению вызовов меняющейся экономической среды.

В заключении можно сказать, что финансовая устойчивость – это не просто цель, а непрерывный процесс адаптации, развития и ответственного управления. В сегодняшней экономической среде, полной проблем и возможностей, компании, стремящиеся к долгосрочному успеху, должны уделять пристальное внимание управлению своим финансовым положением.

Финансовая устойчивость является не только мерой надежности бизнеса, но и ключевым элементом его взаимодействия с обществом и окружающей средой. Комплексный подход к оценке финансовой устойчивости, включающий не только финансовые аспекты, но и социальную ответственность, экологическую устойчивость и инновационные практики, становится прочной основой устойчивого развития и долгосрочного процветания предприятий.

Таким образом, реализация стратегий обеспечения финансовой устойчивости становится неотъемлемой частью успешного управления бизнесом. Постоянное развитие, отслеживание меняющейся экономической ситуации и инновационный подход – это факторы, которые делают компанию не только финансово устойчивой, но и способной эффективно преодолевать вызовы современного делового мира и успешно взаимодействовать с ним.

Список использованной литературы:

1. Джаншанло Р. Е., (2015). Экономический анализ. Алматы ТОО «Издательство LEM», 684 с.
2. Абакаева З. Х., (2014). Экономический анализ производственно – хозяйственной деятельности предприятий. Актобе, 100 с.
3. Дюсембаев К. Ш. (2019). Финансовый анализ. Алматы: Фортуна Полиграф баспасы, 264 с.
4. Сартова Р. Б. (2016). Экономический анализ. Алматы: Экономика, 184 с.
5. Бердибекова Г. С., Байгушева А. Н., Митрошенко Т. С. (2019). Комплексный экономический анализ. Шымкент: Мирас, 336 с.
6. Прыкина Л. В. (2016). Экономический анализ предприятия. М.: Издательско торговая корпорация «Дашков и К°», 256 с.
7. Маркарьян Э. А., Герасименко Г. П., Маркарьян С. Э., (2016). Экономический анализ хозяйственной деятельности. М.: КНОРУС, 536 с.
8. Саиновна Д. К., Тастемирова Ж.А., (2019). Анализ финансовой отчетности предприятия. Ч.1. Костанай: КГУ им. А.Байтурсынова, 138 с.

Сведения об авторах:

Кулебякина Виктория Федоровна – студент, бакалавр специальности «Учёт и аудит», Каспийский Общественный Университет, Email: kulebyakina2003@mail.ru

Information about authors:

Kulebyakina Viktoriya Fedorovna – student, bachelor of specialty "Accounting and Audit", Caspian Public University, Email: kulebyakina2003@mail.ru

Авторлар туралы мәліметтер:

Кулебякина Виктория Федоровна – студент, «Есеп және аудит» мамандығының бакалавры, Каспий мемлекеттік университеті, Email: kulebyakina2003@mail.ru

УДК 004.83
**ПРЕОБРАЗУЮЩЕЕ ВЛИЯНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА НА
МАРКЕТИНГ**

Кульбашева А.К.¹, Танат Л.Б.²

^{1,2} Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация. В статье методом сравнительного анализа исследуется глубокое влияние искусственного интеллекта (ИИ) на сферу маркетинга, выделяя ключевые области, в которых технологии ИИ меняют стратегии и подходы. Обсуждение углубляется в роль искусственного интеллекта в содействии масштабной персонализации, преобразовании взаимодействия с клиентами с помощью чат-ботов и оптимизации рекламных усилий с помощью прогнозной аналитики и программной рекламы. Кроме того, в статье рассматривается важность этических соображений в условиях революции искусственного интеллекта в маркетинге, подчеркивая необходимость ответственного использования данных. В целом, он дает всесторонний обзор того, как ИИ не только повышает эффективность маркетинга, но и формирует более персонализированный и ориентированный на клиента подход к взаимодействию.

Ключевые слова: искусственный интеллект, маркетинг, обработка данных

ЖАСАНДЫ ИНТЕЛЛЕКТТІҢ МАРКЕТИНГКЕ ТРАНСФОРМАТИВТІК ӘСЕРІ

Кульбашева А.К.¹, Танат Л.Б.²

^{1,2} Каспий Қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

Аңдатпа. Бұл мақала жасанды интеллекттің (АІ) маркетингке терең әсерін салыстырмалы талдау арқылы зерттейді, АІ технологиялары стратегиялар мен тәсілдерді өзгертетін негізгі салаларды көрсетеді. Талқылау ауқымда жекелендіруді жеңілдетудегі, тұтынушылардың чат-боттармен өзара әрекеттесуін өзгертудегі және болжамды аналитика мен бағдарламалық жарнама арқылы жарнамалық күш-жігерді оңтайландырудағы жасанды интеллект рөлін зерттейді. Сонымен қатар, мақала маркетингтегі жасанды интеллект төңкерісі жағдайында этикалық ойлардың маңыздылығын қарастырып, деректерді жауапкершілікпен пайдалану қажеттілігіне баса назар аударады. Тұтастай алғанда, ол АІ маркетинг тиімділігін арттырып қана қоймай, сонымен қатар өзара әрекеттесуге неғұрлым жекелендірілген және тұтынушыға бағытталған тәсілді қалай жасайтыны туралы жан-жақты шолуды ұсынады.

Түйін сөздер: жасанды интеллект, маркетинг, деректерді өңдеу

**THE TRANSFORMATIVE IMPACT OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE ON
MARKETING**

¹ Kulbasheva A.K., Tanat L.B. ²

^{1,2} Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

Summary. This article explores through comparative analysis the profound impact of artificial intelligence (AI) on marketing, highlighting key areas where AI technologies are changing strategies and approaches. The discussion delves into the role of artificial intelligence in facilitating personalization at scale, transforming customer interactions with chatbots, and optimizing advertising efforts through predictive analytics and programmatic advertising.

In addition, the article examines the importance of ethical considerations amid the artificial intelligence revolution in marketing, emphasizing the need for responsible use of data. Overall, it

provides a comprehensive overview of how AI not only improves marketing efficiency, but also creates a more personalized and customer-centric approach to interactions.

Keywords: artificial intelligence, marketing, data processing

Впервые термин artificial intelligence (с английского переводится как «искусственный интеллект») был упомянут в 1956 году Джоном МакКарти, основателем функционального программирования и изобретателем языка Lisp, на конференции в Университете Дартмута. Значительное развитие искусственный интеллект получил в середине 1990-х. Самый известный пример – суперкомпьютер IBM Deep Blue, который в 1997 году обыграл в шахматы чемпиона мира Гарри Каспарова. Сегодня подобные сети развиваются очень быстро за счет цифровизации информации, увеличения ее оборота и объема. Машины довольно быстро анализируют информацию и обучаются, впоследствии они действительно приобретают способности, ранее считавшиеся чисто человеческой прерогативой. Следует рассмотреть отличие ИИ от нейросетей и машинного обучения. Нейросети представляют собой математическую модель, компьютерный алгоритм, работа которого основана на множестве искусственных нейронов. Суть этой системы в том, что ее не нужно заранее программировать. Она моделирует работу нейронов человеческого мозга, проводит элементарные вычисления и обучается на основании предыдущего опыта, но это не соотносимо с ИИ. Искусственный интеллект, является свойством сложных систем выполнять задачи, обычно свойственные человеку. К ИИ часто относят узкоспециализированные компьютерные программы, также различные научно-технологические методы и решения. ИИ в своей работе имитирует человеческий мозг, при этом основывается на прочих логических и математических алгоритмах или инструментах, в том числе нейронных сетях. Под машинным обучением понимают использование различных технологий для самообучающихся программ. Соответственно, это одно из многочисленных направлений ИИ. Системы, основанные на машинном обучении, получают базовые данные, анализируют их, затем на основе полученных выводов находят закономерности в сложных задачах со множеством параметров и дают точные ответы. Один из наиболее распространенных вариантов организации машинного обучения – применение нейросетей. Если сравнивать с человеком, то ИИ подобен головному мозгу, машинное обучение – это один из многочисленных способов обработки поступающих данных и решения назревающих задач, а нейросети соответствуют объединению более мелких, базовых элементов мозга – нейронов.

В быстро развивающемся мире бизнеса искусственный интеллект (ИИ) превратился в мощную силу, производящую революцию в различных отраслях, и в том числе в маркетинге. Никита Морозов, директор по маркетингу ИИ-компании Cleverbots определяет искусственный интеллект как алгоритмы написанные алгоритмами, которые выполняют какие-то функциональные действия человеческого мозга, но намного быстрее, чем это делает человек. Кризис, пандемия, оцифровизация вызвали существенный толчок к использованию ИИ в маркетинге. Множество данных собирают сайты, на которых мы совершаем покупки, мобильные приложения, которыми мы пользуемся, банки, фитнес-клубы, медицинские центры и т.д. «Хорошая новость для маркетологов в том, что все эти огромные массивы данных о пользователях — оцифрованы и могут быть обработаны на компьютере. Плохая же новость заключается в том, что для обработки такого объема информации не хватит ни мощности обычных персональных компьютеров, ни программ типа MS Excel, ни времени жизни самих маркетологов — ведь объем информации растет по экспоненте согласно закону Мура. Как же быть? Вот тогда на помощь человеку-маркетологу приходит уже искусственный интеллект или одна из составляющих этой дисциплины, которая называется «Анализ больших данных» (по-английски Big Data)»- поделился Андрей Юрьевич Юшков, руководитель Аналитического бюро LW-Analytics [1]. Интеграция технологий искусственного интеллекта открыла новую эру, предоставив маркетологам возможность получать информацию на основе большого количества данных, улучшать качество обслуживания клиентов и новый уровень эффективности.

Одним из ключевых преимуществ ИИ в маркетинге является его способность быстро и точно анализировать огромные объемы данных. Алгоритмы машинного обучения могут анализировать предпочтения, поведение и рыночные тенденции клиентов, предоставляя маркетологам бесценную информацию. Этот подход, основанный на данных, позволяет разрабатывать более целевые и персонализированные маркетинговые стратегии, гарантируя, что сообщения найдут отклик у конкретной аудитории. Далее рассмотрим следующие преимущества:

Персонализация в масштабе. AI позволяет маркетологам выйти за рамки стандартных кампаний и адаптировать контент к индивидуальным предпочтениям. Используя алгоритмы машинного обучения, компании могут создавать высоко персонализированный опыт для клиентов. От персонализированных рекомендаций по продуктам до целевой рекламы — ИИ гарантирует, что каждое взаимодействие будет актуальным и значимым, что в конечном итоге способствует укреплению связей между брендами и потребителями.

Чат-боты и взаимодействие с клиентами. Появление чат-ботов, управляемых искусственным интеллектом, изменило взаимодействие с клиентами. Эти интеллектуальные боты могут обрабатывать запросы, предоставлять информацию и даже помогать в процессе покупки. Предлагая мгновенные и персонализированные ответы, чат-боты повышают удовлетворенность и вовлеченность клиентов, способствуя плавному и эффективному взаимодействию с клиентами.

Прогнозная аналитика для повышения эффективности кампаний. Прогнозная аналитика на базе искусственного интеллекта позволяет маркетологам прогнозировать будущие тенденции и поведение клиентов. Такое предвидение неоценимо для оптимизации маркетинговых стратегий: от определения наиболее эффективных каналов до прогнозирования успеха конкретных кампаний. Используя прогнозную аналитику, компании могут более эффективно распределять ресурсы и опережать конкурентов. Данная технология уже довольно распространена — согласно Statista, более 80% крупных брендов уже используют (или сейчас в процессе внедрения) этой технологии. Один из самых известных таких брендов — Amazon. Компания внедрила алгоритм, который на основе покупательского поведения и wish-листов пользователей предсказывает их будущие покупки и доставляет товары клиентам еще до того, как они их заказали. В результате такого подхода компании удастся существенно сократить время на ожидание доставки [3].

Программная реклама. ИИ произвел революцию в сфере цифровой рекламы благодаря программной рекламе. Этот автоматизированный подход, основанный на данных, позволяет назначать ставки на рекламные ресурсы в режиме реального времени, гарантируя, что реклама будет показана наиболее релевантной аудитории. Это не только максимизирует эффективность маркетинговых бюджетов, но и повышает эффективность размещения рекламы.

Карта пути клиента (CJM) и оптимизация. Понимание пути клиента имеет решающее значение для эффективного маркетинга. ИИ облегчает создание подробных карт пути клиента, анализируя точки взаимодействия и поведение по различным каналам. Затем маркетологи могут оптимизировать каждый этап пути, обеспечивая целостный и привлекательный опыт для клиента.

Креатив. Генерация креативов и вор딩гов для рекламных объявлений, автоматизированная генерация описаний для карточек товара, быстрая адаптация материалов для различных языков. Например, сейчас доступно достаточно большое количество веб-сервисов, которые с помощью нейросетей генерируют логотипы на основе ввода нескольких параметров пользователем.

Анализ рентабельности инвестиций в маркетинг. ИИ помогает оценить результаты рекламных кампаний и может предложить конкретные меры для их улучшения. Также технологии позволяют определить эффективность каждого канала маркетинга, чтобы сосредоточиться на более подходящих.

Этические соображения и проблемы. Хотя ИИ приносит огромную пользу маркетингу, он также поднимает вопросы этического характера. Необходимо решить такие проблемы, как

проблемы конфиденциальности, алгоритмическая предвзятость и ответственное использование данных клиентов. Нахождение баланса между использованием возможностей ИИ и соблюдением этических стандартов имеет решающее значение для укрепления доверия со стороны потребителей.

Маркетинг в социальных сетях с использованием искусственного интеллекта. ИИ используется для анализа огромных объемов данных социальных сетей, чтобы понять настроения потребителей, отслеживать тенденции и выявлять влиятельных лиц. Затем маркетологи могут адаптировать свои стратегии в социальных сетях на основе этих идей. Например, компании в сфере моды и красоты используют ИИ для выявления влиятельных лиц, чья аудитория соответствует их целевой аудитории.

В заключение, интеграция ИИ в маркетинг меняет отрасль, предоставляя уникальную информацию, автоматизируя процессы и улучшая качество обслуживания клиентов. Поскольку технологии продолжают развиваться, маркетологи должны адаптироваться, чтобы оставаться в течениях этой преобразующей волны, гарантируя, что ИИ будет использоваться ответственно и этично для обеспечения устойчивого роста бизнеса.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Искусственный интеллект в маркетинге: инструменты, преимущества, результаты [Электронный ресурс]. – 2022 . - URL: <https://www.uiscom.ru/blog/iskusstvennyy-intellekt-v-marketinge-instrumenty-preimushchestva-rezultat>

2. "AI for Marketing and Product Innovation: Powerful New Tools for Predicting Trends, Connecting with Customers, and Closing Sales" by Pradeep A. K., Appel Andrew, Sthanunathan Stan – 2019.- P. 61-78. – URL:https://www.logobook.kz/prod_show.php?object_uid=14043754

3. Маргарита Акулич: Искусственный интеллект и маркетинг – 2021. – 22-42 с. – URL: <https://libcat.ru/knigi/nauka-i-obrazovanie/prochaya-nauchnaya-literatura/552985-margarita-akulich-iskusstvennyj-intellekt-i-marketing.html>

"AI in Marketing, Sales and Service: How Marketers Without a Data Science Degree Can Use AI, Big Data and Bots" by Peter Gentsch – 2018. – P. 89-95, 122-136. – URL: <https://www.perlego.com/book/3494545/ai-in-marketing-sales-and-service-how-marketers-without-a-data-science-degree-can-use-ai-big-data-and-bots-pdf>

Искусственный интеллект в маркетинге. Как технологии трансформируют рынок [Электронный ресурс]. - 2023. - URL: <https://kz.kursiv.media/opinions/iskusstvennyj-intellekt-v-marketinge-kak-tehnologii-transformiruyut-rynok/>

Сведения об авторах

*Кульбашева Асем Канатовна – студент специальности маркетинг, Каспийский Общественный Университет, e-mail: serenavalentain@gmail.com

** Танат Лаура Болатовна – м.э.н. сеньор-лектор, Каспийский Общественный Университет

Авторлар туралы мәліметтер

* Кульбашева Асем Канатовна – маркетинг мамандығының студенті, Каспий Қоғамдық Университеті, e-mail: serenavalentain@gmail.com

**Танат Лаура Болатовна- э.ф.м. сеньор-лектор, Каспий Қоғамдық университеті

Information about the authors

***Kulbasheva Asem Kanatovna** – student of the marketing education program, Caspian Public University, e-mail: serenavalentain@gmail.com

****Tanat Laura Bolatovna** – master of economic sciences, senior-lecturer, Caspian Public University

УДК 338.012

ҚР-ДАҒЫ МІНДЕТТІ МЕДИЦИНАЛЫҚ САҚТАНДЫРУ: ДАМУ МӘСЕЛЕЛЕРІ МЕН ПЕРСПЕКТИВАЛАРЫ

Қазитай Е.Б.¹, 1 курс студенті, Өмір А.Ж.², э.ғ.м., сеньор-лектор,
^{1,2}Каспий Қоғамдық университеті, Алматы қ, Қазақстан Республикасы

Андатпа. Бұл мақалада елімізде жүргізіліп жатқан реформаны іске асыру және барлық заңды мүдделері қорғау үшін шараларын күшейтуді қажет ететін мәселелер қарастырылған.

Зерттеудің мақсаты: қаржы нарығының маңызды құрамдас бөлігі ретінде Қазақстан Республикасы экономикасының сақтандыру секторының жағдайын және экономиканың дамуын қамтамасыз ететін медициналық сақтандыру саласындағы инновацияларды зерттеу және сәйкесінше қаржы нарығының тұрақтылығын нығайту және халықты қорғау үшін жағдай жасауға бағытталған дамудың жаңа бағыттарын әзірлеу; міндетті медициналық сақтандырудың жаңа жүйесіне талдау жасау.

Түйін сөздер: сақтандыру қоры, МӘМС, Перспектива, цифрландыру, ТМККК, интеграция
**ОБЯЗАТЕЛЬНОЕ МЕДИЦИНСКОЕ СТРАХОВАНИЕ В РК: ПРОБЛЕМЫ И
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

Қазитай Е.Б.¹, студент 1 курса, Өмір А.Ж.², ш.э.н., сеньор-лектор,
^{1,2}Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация. В данной статье рассматриваются вопросы, которые необходимо усилить для реализации проводимой в стране реформы и защиты всех законных интересов.

Цель исследования: изучить состояние страхового сектора экономики Республики Казахстан как важной составляющей финансового рынка и инноваций в сфере медицинского страхования, обеспечивающих развитие экономики, и соответственно развивать новые направления развития, направленные на укрепление стабильности финансового рынка и создание условий для защиты населения; анализ новой системы обязательного медицинского страхования.

Ключевые слова: страховой фонд, МАМС, Перспектива, цифровизация, ТМККК, интеграция

COMPULSORY MEDICAL INSURANCE IN RK: PROBLEMS AND PERSPECTIVES OF DEVELOPMENT

Kazitai E.B.¹, 1st year student, Omir A.Zh.², s.e.s., senior-lecturer,
^{1,2}Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

Summary: This article deals with issues that need to be strengthened in order to implement the reform that is being carried out in the country and to protect all legal interests.

The purpose of the study: to study the state of the insurance sector of the economy of the Republic of Kazakhstan as an important component of the financial market and innovations in the field of medical insurance that ensure the development of the economy, and accordingly to develop new directions of development aimed at strengthening the stability of the financial market and creating conditions for the protection of the population; analysis of the new system of mandatory medical insurance.

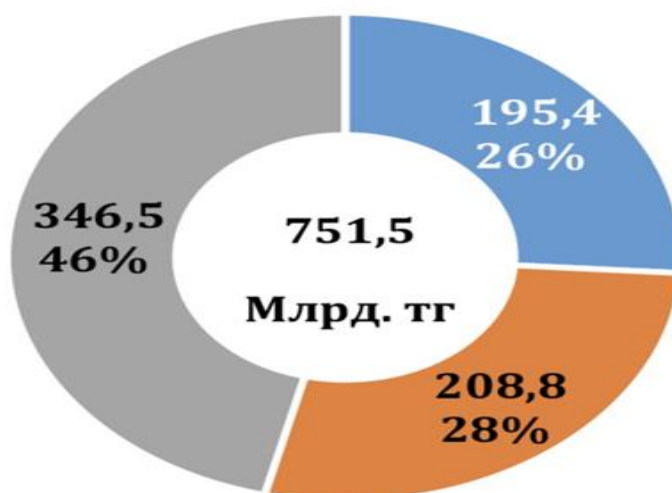
Keywords: insurance fund, МАМС, Perspective, digitization, ТМККК, integration

Сақтандыру медицинасы халықты ұлттық қорғау нысандарының бірі ретінде сақтандыру әдісіне негізделген медициналық көмектің нақты ұйымдық жүйесі болып табылады.

Медициналық сақтандыру қазіргі кезеңде кең мағынада нарықтық жағдайдағы жаңа экономикалық қатынас болып табылады. Олардың мәні әлеуметтік жағдайы мен табыс деңгейіне қарамастан барлық азаматтарға еркін қолжетімді білікті медициналық көмекке кепілдік беретін денсаулық сақтау және әлеуметтік қамсыздандыру жүйесін құру болып табылады.

Қазақстанда 2016 жылғы 1 наурызда «Міндетті әлеуметтік медициналық сақтандыру туралы» Заңның қабылдануына және 2018 жылдың 1 қаңтарынан бастап Медициналық сақтандыру қорына міндетті жарналардың енгізілуіне байланысты ғылыми-зерттеу жұмысының тақырыбы өте өзекті болып отыр. Ол мүмкін болатын экономикалық, әлеуметтік, қаржылық және психологиялық салдарды «жеңілдету» және жалпы әлеуметтік шиеленісті жеңілдету үшін тәуекелдерді біркелкі бөлу тұрғысынан «сақтандыру» түсінігінің форматын қарастырады [1,36 б].

Міндетті әлеуметтік медициналық сақтандыру (МӘМС) – бұл денсаулық сақтау саласындағы әлеуметтік мүдделерді қорғаудың мемлекеттік жүйесі. МӘМС Қазақстанның барлық сақтандырылған азаматтарына жынысына, жасына, әлеуметтік мәртебесіне, тұрғылықты жеріне, табысына қарамастан, тең дәрежедегі медициналық және дәрілік көмекті қамтамасыз етеді. Міндетті әлеуметтік медициналық сақтандыру – бұл тұрғындарды ауру, жарақат, жүктілік, бала туу, мүгедектік, кәрілік жағдайындағы әлеуметтік қорғау үлгісі. Көптеген дамыған елдер тұрмысы төмен, көмекке мұқтаж адамдарға ресурстарды қайта бөлуге мүмкіндік беретін МӘМС жүйесін таңдаған.



1 Сурет – 2022 жылғы көрсеткіш
Ескерту: [3] әдебиет негізінде құрастырылған.

Өткен жылы медициналық көмекті сатып алу құрылымына сәйкес, міндетті медициналық сақтандыру төлемдерінің негізгі бөлігі стационарлық көмекке (37,3%) және консультативтік-диагностикалық қызметтерге (26,9%) бағытталды. Жоспар бойынша қордан бұл салаларға 594,3 млрд. МӘМС-тің есебіне сүйенсек, 2022 жылы ол COVID-19 шараларын төлеуге 8,3 млрд теңге жұмсады, өткен жылы бұл бап бойынша шығыстар 40,5 млрд теңгені құрады [3,34 б].

2022 жылғы 1 қаңтардағы жағдай бойынша міндетті медициналық сақтандыру бойынша түсімдердің, аударымдардың, жарналардың және өсімпұлдардың жалпы сомасы 1 548,8 млрд теңгені, 2021 жылдың 12 айында 751,5 млрд теңгені, түсімдер құрылымында мемлекет жарналары сомасын құрады, ал 346,5 млрд теңге, бұл жалпы кірістің 46%-ын құрайды. «Қазір денсаулық саласына жекеше инвестицияларды тарту маңызды. Себебі денсаулық сақтау – инвестицияларды үнемі қажет ететін сала». Солай, денсаулық сақтау объектілерін белсенді салуға және жыл сайын салаға бюджеттік қаражат түсімдерінің өсуіне қарамастан, ҚР денсаулық сақтау секторында инфрақұрылымдық тапшылық сол қалпы жоғары болып

табылады. Төмендегі кестеден бюджеттік қаражат түсімдерін сонымен қатар медициналық сақтандыруды енгізу нәтижесінде денсаулық сақтау саласын қаржыландыру көлемін көре аламыз.

1-кесте – Міндетті медициналық сақтандыруды енгізу нәтижесінде денсаулық сақтау саласын қаржыландыру

Атауы	Факт 2019 ж	Факт 2020 ж	Сатып алу жоспары 2021 ж	Өсу қарқыны %
Жалпы бөлінген	961025	1 411924	2 038 178	112%
Оның ішінде медициналық бағыттағы қызметкерлер үшін			1 869 519	
жедел медициналық көмек	46172	56 208	59 441	29 %
алғашқы медициналық-санитарлық көмек	361 514	335 495	404239	12%
консультативтік-диагностикалық көмек	28 456	130 844	207 892	630%
Стационарлық көмек	25 968	40 402	59937	131%
Стационарлық медициналық көмек	272 441	294 557	346 372	27%
Жоғары технологиялық медициналық көмек	23 370	33 143	52 423	124%
Онкология	38 259	51 668	59 270	55 %
Қалпына келтіру және медициналық реабилитация	6 121	28 280	61 858	910%
Ескерту: [2,45 б] әдебиет негізінде құрастырылған.				

Міндетті медициналық сақтандырудың қаржылық әсерінің арқасында 2019-2023 жылдар аралығында денсаулық сақтау саласы алғашқы медициналық көмек аясында көрсетілетін қызметтер санын үш есеге арттыруға, халықты тегін дәрі-дәрмекпен қамтамасыз етуге, медициналық оңалтуды енгізуге, өсіп келе жатқан шығындарды төлеуге қол жеткізді. ауруханалық күтім және т.б. [2,45 б].

Денсаулық сақтау саласын іске асыру барысында денсаулық сақтау саласында нарықтық механизмдер элементтері енгізіліп, заманауи медициналық технологиялар трансферті жүзеге асырылды. 2016-2019 жылдарға арналған «Денсаулық» мемлекеттік бағдарламасы қол жеткізілген нәтижелерді бекітуге және дамытуға, денсаулық сақтау саласындағы мәселелі проблемаларды жаңа сын-тегеуріндерге сәйкес шешуге бағытталған, сондай-ақ ол саланы 2025 жылға дейінгі жоспарлы дамытудың негізіне айналды. Бағдарламаны іске асыру тұрғындарды жаппай қамту, әлеуметтік әділдік, Дүниежүзілік денсаулық сақтау ұйымының саясаты стратегияларының негізгі қағидаттарына сәйкес сапалы медициналық көмекпен қамтамасыз ету қағидаларын сақтаумен әлеуметтік бағдарланған ұлттық денсаулық сақтау жүйесінің тұрақтылығына және жүйелі дамуына ықпал етті. Осы мемлекеттік бағдарламаны іске асыру аясында денсаулық сақтау саласында қандай нәтижелерге қол жеткізілгені және еліміздің медицина саласында МӘМС-тің енгізілуі нені өзгерте алатыны туралы айта өтейік [1,40 б].

МӘМС енгізу халықты медициналық қамтамасыз етудің үш деңгейлі жүйесін көздейді.

Бірінші деңгей мемлекеттік бюджет есебінен ҚР барлық азаматтарына, оралмандар мен елде тұрақты тұратын шетелдіктерге ТМККК ұсынуды қамтамасыз етеді. Бұл пакетке тегін медициналық көмектің мынадай түрлері кіреді: жедел көмек және санитариялық авиация, тіркелген орны бойынша алғашқы медициналық-санитариялық көмек; шұғыл стационарлық көмек, паллиативтік көмек, дәрі-дәрмекпен қамтамасыз етуді қоса алғанда, әлеуметтік маңызы бар аурулар мен негізгі созылмалы аурулар кезіндегі медициналық көмектің толық спектрі.

Екінші деңгей – ТМККК-тен тыс қызметтерді қамтамасыз ететін, сақтандырылған халыққа арналған МӘМС пакеті, ол мыналарды қамтиды: консультациялық, диагностикалық көмек және аурулардың кең спектрі бойынша тегін рецептуралық дәрі-дәрмекпен қамтамасыз ету; стационарды алмастыратын көмек, жоспарлы стационарлық көмек, оңалту және қалпына келтіру емі.

Үшінші деңгей – бұл ТМККК және МӘМС пакеттеріне кірмейтін медициналық қызметтер. Олар ақылы немесе ерікті медициналық сақтандыру есебінен беріледі. ТМККК жаңа моделі мемлекет міндеттемелерінің нақты шегін айқындайды және халықты базалық медициналық қызметтермен жаппай қамту бойынша жалпыға бірдей танылған халықаралық стандартты жүзеге асырады [2,67 б].

2 - кесте – 2023 жылдың мамыр айындағы міндетті медициналық сақтандыру көрсеткіштері.

Аймақ атауы	Өз-өзін жұмыспен қамтушы халық, адамдар	Тіркелмеген адамдар саны	Алғашқы медициналық-санитарлық көмекке тағайындалмаған адамдар саны, адам.
Ақмола	7719	28854	1794
Ақтөбе	2516	26803	8623
Алматы облысы	10867	39445	7101
Атырау	5302	28672	8607
ШҚО	11928	42369	27302
Жамбыл облысы	3531	20020	1081
БҚО	5090	20484	11598
Қарағанды	13695	37611	18039
Қостанай	11137	30985	19177
Қызылорда	5354	17414	8296
Маңғыстау	2834	17348	282
Павлодар	6824	24797	587
СҚО	9814	19471	10215
Түркістан	10148	21229	4376
Алматы қ	17296	119 103	61136
Астана қ	12363	60 430	19423
Шымкент	8413	26402	5350
БАРЛЫҒЫ	144831	612556	212744
Ескерту: [2,46 б] әдебиет негізінде құрастырылған.			

144 831 адамның мәртебесі анықталмаған. Өңірлер бойынша жаңаланбаған өзін-өзі жұмыспен қамтушылардың ең көп саны Астана қаласында (12 363 адам) және Алматы (17 296 адам), Қарағанды (13 695 адам) және Шығыс Қазақстан облыстарында (11 928 адам) қалып отыр [2,46 б].

Тұрақты емес төлемдердің салдарынан 612 556 жалдамалы жұмысшының міндетті медициналық сақтандыру жүйесінен «шығу» қаупі бар. Өңірлер бойынша міндетті медициналық сақтандыру жүйесінен «шығу» қаупі бар жалдамалы жұмысшылардың ең көп үлесі байқалады. Алматы (39 455 адам) және Шығыс Қазақстан облыстарында (42 369 адам), Алматы (119 103 адам) және Астана (60 430 адам) қалаларында. Яғни, бейресми сектордағы жұмыс істейтін халық әлеуметтік медициналық сақтандырудың рөлін арттыру жөніндегі мемлекеттік жоспарларды қиындатуы мүмкін, өйткені сақтандыру жалақыдан аударымдар мен қызметкерлердің жарналары есебінен қаржыландырылады.

Тиісінше, әрбір азаматтың учаскелік дәрігерге қаралуының маңыздылығы медициналық көмектің қолжетімділігін анықтайды. Алайда, 2023 жылдың 1 мамырындағы жағдай бойынша елімізде 212 744 адам тағайындалмаған және алғашқы медициналық-санитарлық көмектің назарынан тыс қалып отыр. Ең көп тіркелмегендер Шығыс Қазақстан облысында (27 032), Қостанай (19 177) облыстарында, Астанада (19 423) және Алматыда (61 163) [3,23 б]. ЭЫДҰ сарапшыларының пікірінше, Қазақстанда алғашқы медициналық-санитарлық көмек қызметтерімен қамтуға номиналды кепілдік берілген, бірақ іс жүзінде оларға тиімді ұйымдастырылған қолжетімділік қамтамасыз етілмейді. МСАК-қа барулардың жалпы саны бұл қызметтерге қолжетімділік айтарлықтай қолайлы екенін көрсетеді, бірақ ол әлі де біркелкі емес, өйткені 212 744 адам 2023 жылы алғашқы медициналық-санитарлық көмек көрсету ұйымдарында мүлдем тіркелмеген. күтім 97%-ға өсті.

Еліміздегі денсаулықты сақтандыру мәселелері:

1. Міндетті әлеуметтік медициналық сақтандыруды енгізу жұмысынан айырылып қалудан немесе жалақысын азайтудан қорқып, ауру демалысына шығуға қорқатын азаматтардың мәселесін шешпейді.

2. Медициналық сақтандыру қорының жаңа құрылымын ұйымдастыру толық әлеуметтік пакеті бар бюрократиялық бөлімшенің одан да көп бөлігін құруға әкеп соғады.

3. Жұмыс берушілер мен қызметкерлерден түсетін қаражатты қосымша жинақтайтын Міндетті медициналық сақтандыру қоры (ММКҚ). Сонымен қатар, қордың штатын айтарлықтай кеңейту қажет, өйткені сақтандыру алаяқтығының туындайтын тәуекелдері (халық тарапынан да, медициналық ұйымдар тарапынан да) және сот процестерінің санының артуы көптеген адамдарды тартуды талап етеді. заңгерлер мен қаржыгерлердің, демек, оны ұстауға кететін шығындар да өседі.

4. Қордың ақшаны ұтымды жұмсау тәртібі, медициналық мекемелердің сәйкес преискурантқа қалай мониторинг жүргізілетіні жасалмаған. Реттеуші органды құру қосымша шығындарға әкеп соғады: жалақы, жұмыс орындарын құру және т.б.

5. Мемлекет халықтың ең қорғансыз қабаты үшін жауапты болуы керек, бұл адамдар (кедейлер, мүгедектер, зейнеткерлер және т.б.) жауапты жанашырлықпен санасатын жерден пайда болған жоқ, олар қоғамның өнімі және өнімі. елде жүргізіліп жатқан саясат. Мемлекет халықтың әлеуметтік топтарын еңбекке жарамды халықтан түсетін салықтардан тұратын мемлекеттік бюджет есебінен төлейтін болады. Сонымен қатар, медициналық сақтандыру бойынша шегерім енгізіледі, яғни жұмыс істейтін халыққа ауыртпалық түседі. Жоқ, еңбекке қабілетті халық, өзін-өзі жұмыспен қамтығандар және жалдамалы жұмысшылар туралы нақты деректер.

6. Әлеуметтік медициналық сақтандыру қорында жұмыс істеуінің бірінші жылында 370 миллиард теңгеден астам қаражат жинақтау жоспарлануда, ал 2021 жылға қарай қорда шамамен 1,150 трлн. теңгені құрады. Алайда тиісті министрлік тұрғындарға медициналық қызмет көрсетуге кететін шығынның статистикасын ұсынбағандықтан, қордың қаншалықты қаржылық тұрақты болатынын бағалау мүмкін емес [4].

7. Қордың комиссиялық сыйақысы 1% құрайды, демек – бірінші жылы – 3700000000 теңге, ал 2021 жылға қарай – 11500000000 теңге. Комиссия қайда жұмсалады?

8. Баға өседі, салық өседі, бірақ жалақы өзгеріссіз қалады, яғни халықтың табыс деңгейі төмендейді. Сондықтан, халықтың табысы, экономикамыздың құрылымы мен бизнестің даму деңгейі арасындағы сәйкессіздік жағдайында медицинаның әлемдік деңгейге көтерілуі мүмкін емес [4].

Қазақстандағы денсаулық сақтандырудың перспективалары:

1. Әлеуметтік аурулардың тізбесі анықталды, бұл 47 ауру бойынша амбулаториялық деңгейде тегін дәрі-дәрмек алуға мүмкіндік береді.

2. Міндетті әлеуметтік медициналық сақтандыру қорына аударымдардан 18 жасқа дейінгі балалар, оқу орнын бітіргеннен кейін 6 айға дейінгі білім беру ұйымдарының оқушылары мен түлектері, сондай-ақ халықтың әлеуметтік қорғалмаған топтары босатылады.

Ресурстарды аз мұқтаждардан мұқтаж адамдарға қайта бөлуде ынтымақтастықты қамтамасыз ету.

3. Әлеуметтік медициналық сақтандыру жүйесінің шарттары бойынша медициналық көмек көрсету жөніндегі конкурсқа медициналық қызметкерлердің саны, техникалық жабдықталуы және медициналық көмекті ұйымдастыру құрылымы белгіленген ең төмен талаптарға (стандарттарға) сәйкес келетін медициналық ұйымдар ғана қатыса алады. қызметтер.

4. Медицина қызметкерлерінің еңбекақысын кезең-кезеңімен ел экономикасындағы орташа деңгейден кем емес деңгейге дейін арттыру жоспарлануда. 2030 жылға қарай медицина қызметкерлерінің (дәрігерлердің) жалақысы республикадағы орташа жалақыдан 2 есе жоғары болуы тиіс. Бұл жоғары білікті медицина қызметкерлеріне өз қызметін тек жеке ұйымдарда ғана емес, мемлекеттік органдарда да жүзеге асыруға мүмкіндік береді.

5. Медициналық техниканы сатып алу тұжырымдамасына сәйкес 500 000 теңгеге дейін медициналық ұйым қажетті медициналық жабдықты өз бетінше сатып ала алады, 500 000 теңгеден 100 00 000 теңгеге дейін медициналық техниканы «Казмедтех» АҚ арқылы лизингке сатып алуға болады (өтеумен). лизингтік төлемдер), ал 10 000 000 теңгеден астамы мемлекеттік бюджет есебінен орталықтандырылған түрде сатып алынады. Сонымен қатар, медициналық техниканы жеткізушілерден медициналық техниканы жалға алу қарастырылған.[4]

Бұл құралдардың артықшылықтары мен кемшіліктері SWOT-анализ негізінде төменде көрсетілген:

3 -кесте – SWOT талдау матрицасы

КҮШТІ ЖАҚТАРЫ	ӘЛСІЗ ЖАҚТАРЫ
<p>1. Қаржыландырудың жаңа көздерін енгізу. Бүгінгі таңда Қазақстанның денсаулық сақтау саласы апатты түрде қаржыландырылмайды және қосымша қаражатты қажет етеді. Созылмалы жұқпалы емес ауруларды емдеу бюджеттен 50%-ға, алғашқы медициналық-санитарлық көмекті қаржыландыру 40%-дан асады [5].</p> <p>2. Бюджетке түсетін қаржылық жүктемені азайту. Бюджетке түсетін ауыртпалық әр түрлі комбинациялар мен пропорцияларда жұмыс берушілер мен қызметкерлерден түсетін қаржыландырудың айтарлықтай үлесімен азайтылады.</p> <p>3. Әлеуметтік әділеттілік пен ынтымақтастық. Жиналған қаражат жұмыссыз азаматтардың, оның ішінде балалардың, жұмыссыздар мен зейнеткерлердің медициналық қызмет көрсетуіне жұмсалады, бұл демократия факторларының бірі болып табылады.</p>	<p>1. Медициналық қызметтерге қол жеткізудің біркелкі еместігі және медициналық қызмет сапасының төмендігі сақталуда. Қазақстандағы зерттеулер деректеріне сүйенсек, халықтың 40%-ы ауыл тұрғындары, ал сапалы медициналық көмектің басым бөлігі ірі қалаларда шоғырланған, бұл ел тұрғындарының сапалы және жоғары технологиялық медициналық қызметтерге қол жеткізуін қиындатады.</p> <p>2. Міндетті медициналық сақтандыру жүйесі нарықтық сипатқа ие, яғни пайда басты мақсат болып табылады. Міндетті медициналық сақтандыру жүйесі бар елдердің талдауы мемлекеттік бюджет жүйесімен салыстырғанда төмен тиімділікті көрсетеді.</p> <p>3. Қаржыландырудың саяси басымдықтардың өзгеруіне тәуелділігі.</p>
МҮМКІНДІКТЕР	ҚАУІП-ҚАТЕРЛЕР
<p>1) жасанды интеллектті енгізу және толық цифрландыру;</p> <p>2) халықты хабардар ету және өз денсаулығын сақтауға тарту үшін мобильді және веб-қосымшалар;</p> <p>3) "Саламатты қалалар" ДДҰ бастамасы;</p> <p>4) денсаулық сақтау мәселелері бойынша халықтың сауаттылық деңгейін арттыру және</p>	<p>1) жаһандық және өңірлік экономикалық ахуалдың одан әрі нашарлауы;</p> <p>2) жаңа инфекциялық аурулардың пайда болуы және бұрын белгілі болғандарының қайта оралуы;</p> <p>3) ел аумағында аса қауіпті инфекциялардың табиғи ошақтарының болуы;</p> <p>4) инфекциялық емес аурулардың өсуі;</p>

<p>мінез-құлықтық қауіп факторларын төмендету; 5) дербестендірілген медицинаны дамыту; 6) емдеудің инновациялық әдістерін және технологияларын, оның ішінде биофармацевтика саласында енгізу; 7) денсаулық сақтаудағы мемлекеттік-жекешелік әріптестік; 8) денсаулық сақтауды қаржыландыруды ұлғайту.[5]</p>	<p>5) медициналық көрсетілетін қызметтерге сұраныстың артуы; 6) медициналық көрсетілетін қызметтер мен тауарлар импортының артуы; 7) денсаулық сақтауға жұмсалатын мемлекеттік және жеке шығындардың өсуі; 8) ескірген, тиімділігі аз басқару технологиялары; 9) тез тозатын және ескіретін инфрақұрылым және жабдықтар; 10) саланың адами ресурстарын тиімсіз дамыту мен пайдалану; 11) халықтың медициналық көмектің сапасы мен қолжетімділігінен көңілі қалуының және қанағаттанбауының өсуі.[5]</p>
<p>Ескерту: [5] ақпарат көзінің негізінде құрастырылған.</p>	

Денсаулық сақтау шығындары саяси сценарийлерге байланысты өзгеруі мүмкін.

Қазақстанда міндетті медициналық сақтандыруды енгізу кезінде кепілдіктердің болмауына байланысты келесі негізгі тәуекелдер анықталды:

- төлеушілердің жеткіліктілігі туралы. Статистика көрсеткендей, Қазақстандағы 17 400 000 халықтың 6 000 000-ы еңбекке қабілетті халық, 2 900 000-ы өзін-өзі жұмыспен қамтығандар, 8 400 000-ы әлеуметтік жағынан осал халық. Азаматтарды медициналық сақтандыруды сатып алуға ынталандыратын дайын мемлекеттік бағдарлама жоқ;

- міндетті медициналық сақтандыру қоры активтерінің сақталуы және оның шығыстарының орындылығы туралы. Қордың активтерін басқару Ұлттық Банкке жүктеледі.

Жоғарыда айтылғандардың негізінде денсаулық сақтау сапасын реформалаудың объективті қажеттілігі бар деген қорытынды жасауға болады. Мемлекет тегін көрсетілетін, сондай-ақ халықтың табысынан тұрақты жарналар есебінен қалыптасатын сақтандыру құрамдас бөлігінде көзделген медициналық қызметтердің тізбесіне заңнамалық деңгейде кепілдік береді. Жұмыс берушілердің жауапкершілігі де қарастырылған. Халықтың жарналары жиналатын қор құру маңызды рөл атқарады. Оның қызметі денсаулық сақтау жүйесін жоғары деңгейге көтеріп қана қоймай, жалпы сақтандыру нарығының денсаулығын жақсартуға мүмкіндік береді [5].

Осылайша, дайындық кезеңі қорды қалыптастыруға және «жұмыс істемейтін» қаражатты жинақтауға бағытталады, өйткені инфляциялық және девальвациялық әсерлер ұзақ мерзімді перспективада қаражатты пайдалануға мүмкіндік бермейді

Қорытындылай келе бүгінгі күнде медициналық қызметтің қолжетімділігін бағалаудың бірегей жүйесі жоқ. Нәтижесінде республика бойынша аудандық, өңірлік деңгейде медициналық қызметтің қолжетімділігін салыстырмалы түрде бағалау мүмкін болмай отыр. Міндетті әлеуметті медициналық сақтандыру нарығының жағдайын жақсарту мәселесі экономикалық проблемалар ішінде ерекше мәнге ие, өйткені дәл осы мәселе елдің өміріне әсер етуші қуатты факторлардың бірі болып табылады. Осы себептен мен мақала жұмысымның негізгі талданар мәселесі етіп осы тақырыпты алдым.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі

1. Медицинское страхование и защита здоровья населения / Т.А. Федорова // Финансы.. – №10. – 2008. – с. 48-51.
2. Закон Республики Казахстан от 16 ноября 2015 года № 405-V ЗРК «Об обязательном социальном страховании» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 30.12.2021 г.)
3. В 2020 году Фондом принято и обработано 720 тысяч обращений от населения – Б.Токежанов // <https://fms.kz/press-center/press-relizy/8551/>. Дата обращения: 22.01.2021 год

4. <https://www.gov.kz/memleket/entities/astana/press/news/details/324022?lang=ru&ysclid=lp3p6cqj5f156715174>
5. <https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z1500000405>

Авторлар туралы мәліметтер

Қазитай Елдана Бауыржанқызы - Каспий Қоғамдық университетінің 1 курс студенті, e-mail: eldanakazitaj@gmail.com

Өмір Айнұр Жұмаханқызы- э.ғ.м., сеньор-лектор, Каспий Қоғамдық университеті, e-mail: omir_ainura@mail.ru

Сведения об авторах

Казитай Елдана Бауыржанқызы – студент 1 курса Каспийского Общественного Университета, e-mail: eldanakazitaj@gmail.com

Өмір Айнұр Жұмаханқызы- ш.э.н., сеньор-лектор, Каспий Общественный Университет, e-mail: omir_ainura@mail.ru

Information about the authors

Kazitai Eldana Baurzhankyzy – 1st year student at Caspian Public University, e-mail: eldanakazitaj@gmail.com

Omira Ainur Zhumahankyzy – s.e.s., senior-lecturer, Caspian Public University, e-mail: omir_ainura@mail.ru

ӘОЖ 336.74

КӘСІПОРЫННЫҢ АҚША ҚАРАЖАТТАРЫ ҚОЗҒАЛЫСЫНЫҢ ЕСЕБІ МЕН ТАЛДАУЫ

Құрбанбаева Д.Р.¹, Шерзатов К.А.²

¹ Студент, Каспий Қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

² Магистр, Каспий Қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

Аңдатпа. Мақала ақша қаражаттары кәсіпорынның едәуір маңызды қаржылық көрсеткіштерінің бірі болып табылатыны туралы. Мақаланың тақырыбы бойынша зерттеу объектісі болып «ABK Consulting» ЖШС болып табылады. Ақша қозғалысы кәсіпорынның шаруашылық қызметін және оның барлық аспектілерінде жүзеге асыруға қызмет көрсетеді. Осы ақша қозғалысын кәсіпорынның шаруашылық организмінің «қаржылық қанайналымы» жүйесі ретінде айтуға болады. Ақша қозғалысын тиімді басқару кәсіпорынның қаржылық тепе-теңдігін, яғни оның стратегиялық даму процесін қамтамасыз етеді.

Түйін сөздер: ақша қаражаттары, қаржы, басқару, кәсіпорын, стратегия.

УЧЕТ И АНАЛИЗ ДВИЖЕНИЯ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ ПРЕДПРИЯТИЯ

Курбанбаева Д.Р.¹, Шерзатов К.А.²

¹ Студент, Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

² Магистр, Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация. Статья о том, что денежные средства являются одним из наиболее важных финансовых показателей предприятия. Объектом исследования по теме статьи является ТОО «ABK Consulting». Движение денег служит для осуществления хозяйственной деятельности предприятия и во всех его аспектах. Данное денежное движение можно назвать системой «финансового кровообращения» хозяйственного органа предприятия. Эффективное управление движением денег обеспечивает финансовое равновесие предприятия, то есть процесс его стратегического развития.

Ключевые слова: денежные средства, финансы, управление, предприятие, стратегия.

ACCOUNTING AND ANALYSIS OF THE COMPANY'S CASH FLOWS

Kurbanbayeva D.R.¹, Sherzatov K.A.²

¹ Student, Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

² Master, Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

Summary. The article is about the fact that cash is one of the most important financial indicators of the enterprise. The object of research on the topic of the article is «ABK Consulting LLP». The movement of money serves to carry out the economic activities of the enterprise and in all its aspects. We can speak of this movement of money as a system of «financial circulation» of the economic body of the enterprise. Effective management of money movement ensures the financial balance of the enterprise, that is, in the process of its strategic development.

Keywords: cash, finance, management, enterprise, strategy.

Қазіргі таңда бухгалтерлік есептің халықаралық қаржылық есеп стандартына көшуіне байланысты капитал нарығының жаһандану нарығының бағытына қарай өрістей келді.

Бухгалтерлік есеп «Бухгалтерлік есеп пен қаржылық есептілік туралы» Қазақстан Республикасының Заңында бекітілген жалпы қағидалары мен ережелерінің негізінде құрылады және ол бүкіл алынған ақпараттарды пайдаланушылардың талабына, қызметтің құрылымына, ұйымның нысанына, айырықша ерекшелігіне есептің сәйкес келуін қамтамасыз етеді. Осы Заң Қазақстан Республикасының бухгалтерлік есеп пен қаржылық есептілік жүйесін реттейді, бухгалтерлік есепті жүргізу мен қаржылық есептілікті жасаудың принциптерін, негізгі сапалық сипаттамалары мен ережелерін белгілейді.

Халықаралық қаржылық есеп стандартынегізіндегі ақша қаражаттар есебі мен талдауын ұйымдастыру кезінде туындайтын проблемаларды зерттеу мақаланың өзектілігі болып табылады. Себебі, кәсіпорын өзіс-әрекетінің оперативті басқарылуын қамтамасыз ету үшін кәсіпорын иелігіндегі бар ақша қаражаттар жағдайы, орналасуы мен есебі, сондай-ақ олардың қалыптасу көздері, тиімді ұйымдастырылуы жайлы барлық мәліметтерді қамтуы тиіс.

Зерттеудің мақсаты – кәсіпорын мысалында ақша қаражаттары қозғалысының талдауы және бухгалтерлік есебін зерттеу болып табылады.

Ұйымның барлық қаржылық операциялар түрлерін жүзеге асыруы ақша қаражаттарының, яғни олардың түсуіне немесе жұмсалуына байланысты белгілі бір қозғалысын тудырады. Бұл ақша қаражаттарының қозғалысы жұмыс істеп тұрған кәсіпорындағы үздіксіз процесс болып табылады және «ақша қозғалысы» ұғымымен анықталады.

Кәсіпорындағы ақша қозғалысы уақыт аралығында үлестірілген ақша қаражаттарының түсімі мен төлемі болып түсіндіріледі. Кәсіпорынның ақша қозғалысының тұжырымдамасы қаржылық менеджмент сұрақтары бойынша отандық, сонымен қатар шетел әдебиеттерінде де қаржылық басқарудың дербес объектісіретінде әлі де толық көрініс таппады. Бұл тұжырымдаманың қолданбалы аспектілері ақша активтерінің қалдықтарын басқару жөніндегі сұрақтар ретінде қарастырылады, сонымен қатар қаржылық ресурстардың қалыптастырылуын басқару және банкроттық қауіп-қатер кезінде кәсіпорынды дағдарысқа қарсы басқару [1].

Ақша қаражаттарының есебін жүргізгенде, есеп бойынша сұрақтарды реттейтін жеке халықаралық қаржылық есеп стандарты (ХҚЕС) жоқ. Бірақ ақша қаражаттары қозғалысының қорытынды есебін құрастырғанда, ХҚЕС 7 «Ақша қаражаттары қозғалысының қорытынды есебі» стандартын басшылыққа алу керек.

Ақша қаражаттарының есебі халықаралық қаржылық есеп стандарты (ХҚЕС) шоттарының бірінші бөліміндегі 1000 «Ақшалай қаражат» бөлімшесіне кіретін мынадай синтетикалық шоттарды қамтиды: 1010 «Кассадағы ақшалай қаражат», 1020 «Жолдағы ақша қаражаты», 1030 «Ағымдағы банктік шоттардағы ақшалай қаражат», 1040 «Корреспонденттік шоттардағы ақшалай қаражат», 1050 «Жинақ шоттарындағы ақшалай қаражат», 1060 «Пайдаланылуы шектелген ақшалай қаражат», 1070 «Электрондық ақшаны есепке алу», 1080 «Өзге де ақшалай қаражат», 1090 «Ақшалай қаражаттың күнсыздануынан болатын залалға арналған бағалау резерві».

1-кесте – Касса операциялары есебінің шоттар корреспонденциясы

№	Шаруашылық операцияларының мазмұны	Дебет	Кредит
1	Түсуге тиіс дебиторлық борышсомасы кәсіпорынның кассасына кіріске алынды	1010	1210
2	Дайын өнімдерді сатудан алынатын ақшалар кәсіпорынның кассасына кіріске алынды	1010	6010
3	Алдағы кезеңнің кірістеріне жататын сома кәсіпорынның кассасына кіріске алынды	1010	3520
4	Алынуға тиісті жалтөлем кәсіпорынның кассасына кіріске алынды	1010	2160
5	Банктегі арнаулы шоттардан кәсіпорынның кассасына кіріске алынған сомалар	1010	1070

6	Негізгі құралдарды сатудан алынатын сома кәсіпорынның кассасына келіп түсті	1010	6210
7	Бағалы қағаздардан алынатын дивиденд, пайыз түріндегі табыстар сомасы кәсіпорынның кассасына кіріскеалынды.	1010	6120
Ескерту: [2] әдебиеттің негізінде автормен жасалды			

Кәсіпорын өз өндірісін кеңейту немесе басқа кәсіпорындардың акциялары мен басқа да бағалы қағаздарына салымдарды салу жолы арқылы пайданы максималды көп алу мақсатында ақшалар тез арада айналымға түсуі керек. Осымен байланысты ақша қаражаттары қозғалысының қозғалысын бағалау, олардың динамикасын зерттеу, түскен ақша қаражаттар сомасын төлемдер сомасынан жоғары болуын анықтау қажеттілігі туындайды, бұл ішкі қаржыландырудың мүмкіндіктері жөнінде қорытынды жасауға мүмкіндік береді. Ақша қаражаттарының қозғалысын талдау барысында келесі сұрақтарға жауаптар алынуы тиіс:

1. Кәсіпорынға келіп түскен ақша қаражаттары қандай көлемде және қай көздерден оларалынды, оларды қолданудың негізгі бағыттары қандай;
2. Кәсіпорын өзінің операциялық қызметінің нәтижесінде ақша қаражаттарының келіп түсуінің көлемін төлемдердің көлеміне қарағанда жоғары болуын қамтамасыз ете ала ма, егер ете алса, онда осы өсімнің тұрақтылығы қандай;
3. Кәсіпорын өзінің қысқа мерзімді міндеттемелерін өтей ала ма;
4. Кәсіпорын өзінің операциялық қызметін жүзеге асыруы үшін оның алынған пайданың көлемі жеткілікті ме;
5. Инвестициялық қызметін жүзеге асыру үшін кәсіпорынның меншікті қаражаттары жеткілікті ме;
6. Алынған пайданың көлемі мен барақша қаражаттарының арасындағы айырмашылықтарының себептері қандай.

Кәсіпорынның қаржылық жағдайының қиынға түсудің себебі ретінде кәсіпорынның қысқа мерзімді міндеттемелер көлемінің өсімі кезіндегі қысқа мерзімді активтер құрамындағы ақша қаражаттар бөлігінің азаю жолындағы үрдісі болып табылады.

Талдамалы кәсіпорынның ақша қаражаттарын қолданудың негізгі бағыттары:

1. Жабдықтаушылар мен мердігерлерге төлеу;
2. Аванстарды беру;
3. Бюджетпен есеп айырысу және басқалай төлемдерді іске асыру.

«ABK Consulting» ЖШС кәсіпорнының 2021–2022 ж.ж.аралығындағы ақша қаражаттар айналымының кезеңін есептеу келесі кестеде көрсетіледі:

2-кесте – «ABK Consulting» ЖШС-нің ақша қаражаттарының айналымдылығы

Көрсеткіштің атауы	2021 ж.	2022 ж.	Өзгеріс (+, -)
1. Өнімді (тауарды, қызмет көрсетуді) сатудан түскен табыс (нетто), теңге	206180123	8269484	-197910639
2. Ақша қаражаттарының орташа қалдықтары, теңге	16411440 (30259219+2563661)/2	1356059 (2563661+148458)/2	-15055381
3. Күндер саны	360	360	–
4. Ақша қаражаттар айналымының кезеңі	29 (16411440*360 /206180123)	59 (1356059*360 /8269484)	+30
5. Ақша қаражаттар айналымдылығының коэффициенті	12 (360/29)	6 (360/59)	-6
Ескерту: «ABK Consulting» ЖШС-нің қаржылық есептіліктерінің негізінде автормен жасалды [3]			

Кесте мәліметтерінен көріп отырғанымыздай, «АВК Consulting» ЖШС кәсіпорнының ақша қаражаттарының айналымдылығы 2021 ж. 29 күнге тең болды, ал 2022 ж. 59 күнді құрады. Бұдан 2021 ж. «АВК Consulting» ЖШС кәсіпорнының шоттарына ақша қаражаттарының келуінен бастап шығуына дейін 47 күннен 29 күнге дейін, яғни 18 күнге қысқарса, ал 2022 ж. 59 күнге дейін жетіп, 2021 ж. салыстырғанда +30 күнге көбейгенін көруге болады. Бұл көрсеткіштер кәсіпорнының 2021 ж. ақша қаражаттар жеткіліктілігінің потенциалын көрсетсе, 2022 ж. кәсіпорнының ақша қаражаттарының жетіспеушілігін танытады.

Сонымен қатар, егер кәсіпорнының кредиторлық берешегінің маңызды көлемі бар болса, онда кәсіпорын өте қауіпті жағдайға ұшырайды, «АВК Consulting» ЖШС кәсіпорнындағы кредиторлық берешек көлемі мысалы, 2021 ж. көбейсе, яғни жыл басында 8709503тг болса, ал жылдың аяғында 41455743тг құрады, бірақ 2022 ж. азайды, яғни 2021 ж. басында 41455743 тг болса, ал жыл соңында 30548104 тг құрады. Бұл көрсеткіш 2021 ж. «АВК Consulting» ЖШС кәсіпорнының қаржылық тепе-теңдігін сақтап, төлем қабілеттілігін жоғалтпағанын көрсетеді.

Кәсіпорындағы ақша қаражаттарының нақты қозғалысынашып көрсету үшін, ақша қаражаттарының келу және шығуының уақыт жағынан дәл болуын бағалау үшін, алынған қаржылық нәтиженің көлемін ақша қаражаттар жағдайымен байланыстыру үшін, ақша қаражаттарының келумен шығуының барлық бағыттарын ерекшелеп, талдау керек.

Ақша қаражаттары есебінің даму жолдары. Ұлттық қаржылық есеп стандартына (ҰҚЕС-на) көшу кезінде кіші және орта бизнес субъектілер басшылары есеп саясатының дұрыс жасалуына үлкен мән беруі тиіс. Бұрынғы заңнамаларда кәсіпорынның есеп саясатының дұрыс жасалуына субъект басшылары тікелей жауап беретін. Қазіргі қолданыстағы 2021 жылы 28 ақпанда шыққан ҚР «Бухгалтерлік есеп пен қаржылық есептілік туралы» Заңына сәйкес кәсіпорынның есеп саясатының дұрыс жасалуы субъектінің мамандарына, оның ішінде бас бухгалтерге жүктеледі. Субъект басшысы оның дұрыстығын растап бекітуі тиіс [4].

Бұл орайда есеп саясатының дұрыс жасалуының аса маңыздылығын ескере отырып, оларды аудиторлық ұйымдар мен консалтингтік мекемелердің мамандары арқылы жасалуын заңдастыруымыз қажет. Себебі, көп жағдайда бір бухгалтердің жіберген қатесі арқасында заңды тұлғаларды банкроттыққа ұшырауы жиі кездеседі.

Ұлттық қаржылық есеп стандартына (ҰҚЕС) көшкен кезде көптеген шоттар біріктіріліп, олардың ірілендірілуі көзделген. Сонымен қатар субшоттардың мәні арттырылды. Оларды құрастыру әр субъектінің өз еркімен жүзеге асырылып, есеп саясаттарында көрсетілуі көзделген.

Әр кәсіпорын басшылығы «Бухгалтерлік есеп пен қаржылық есептілік туралы» ҚР Заңын мұқият зерделенген жөн.

Бухгалтерлік есепті жүргізу және қаржылық есептілікті жасау туралы заңнаманың талаптарын, сондай-ақ халықаралық қаржылық есеп стандарты (ХҚЕС), 2ҰҚЕС, 1ҰҚЕС талаптарын дұрыс қолдану үшін, кәсіпорын ең алдымен өзінің субъектілердің қай тобына жататынын айқындап алуы қажет.

2 ҰҚЕС-на өту мәселелері халықаралық қаржылық есеп стандартына (ХҚЕС-на) өту мәселелеріне ұқсас, оның үстіне, осы стандарт SME ХҚЕСТ базасында әзірленді (қолданылды). Яғни 2ҰҚЕС 80% дерлік халықаралық қаржылық есеп стандартын (ХҚЕС) білдіреді және, егер басылым түрінде екі стандартты салыстырса, екеуі де бір-біріне ұқсас.

Егер кәсіпорын осы зерделеудің нәтижесінде ол 2ҰҚЕС-ның талаптарын пайдалануға тиіс деген қорытындыға келсе, онда жуырдағы 1-3 жылда кәсіпорынның ірі кәсіпкерлік субъектіге немесе жария мүдделі ұйымға айналу ықтималдығын айқындау нысанасына тест жүргізуі талап етіледі, өйткені ірі кәсіпкерлік субъектісі немесе жария мүдделі ұйым үшін міндетті түрде халықаралық қаржылық есеп стандартын (ХҚЕС) толық көлемде қолдану талап етіледі.

Егер жүргізілген тестінің нәтижелері бойынша ірі кәсіпкерлік субъектісі немесе жария мүдделі ұйым болу ықтималдығы айқындалатын болса, онда бірден халықаралық қаржылық есеп стандартына (ХҚЕС) өтудің мәні бар деуге болады. Мұнда шара қазақстандық

бухгалтерлік есеп стандартынан (ҚБЕС) 2ҰҚЕС-на өту бойынша шығындарға жол бермеуге мүмкіндік береді [5].

Сонымен «АВК Consulting» ЖШС кәсіпорынның ақша қаражаттар жағдайы талдамалы кезең аралығында көптеген өзгерістерге ұшырағанмен, қазіргі таңға қарай жағымды көрсеткіштерді танытуда. Бұл кәсіпорынның белсенді жұмыс істеуінің нәтижесі деуге болады. Бірақ болашақта кәсіпорынның ақша қаражаттар жағдайы мен өзгеру динамикасы тек оңға қарай бағытталуы үшін кәсіпорын негізгі қызметінің белсенділігін жоғарылатып, берешектердің төлем тәртібін жоғары дәрежеде қадағалап, қорлардың қоймада тұрып қалмауынан сақтанып, олардың айналымдылығын жылдамдатуы тиіс.

Қай саладағы кәсіпорындар мен ұйымдар болмасын өз қызметі барысында басқа заңды және жеке тұлғалармен қарым-қатынас жасайтындығы белгілі. Сол уақыттардағы операциялардың барлығы дерлік ақшамен есеп айырысуарқылы жүргізіледі. Ал ақшаарқылы есеп айырысу белгілі бір заңға сәйкес жүргізілуді қажет етеді. Қазақстан Республикасында қызмет ететін кәсіпорындар мен ұйымдар ақшалармен есеп айырысу операцияларын Қазақстан Республикасының Ұлттық банк мекемесі белгілеген ережелер мен тәртіпке сәйкес жүргізіп отырады.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Құдайбергенов Н.А. Бухгалтерлік есеп принциптері: Оқулық / ҚР Білім және Ғылым министрлігі бекіткен. – Алматы: Полиграфкомбинат, 2011. – 255 б.
2. О.М. Карибжанов. Основы формирования финансовой отчетности в соответствии с МСФО: Учебное пособие. – Алматы, 2010.
3. «АВК Consulting» ЖШС Есеп саясаты, 2022 ж.
4. Айрих Н. ХҚЕС-на көшеміз: Ақша қаражаттарды қалай есепке алу керек // Бухгалтер бюллетені. – 2015. -№8. -5 б.
5. Халықаралық қаржылық есептілік стандарттары (аудармашы Трусина В.И.), 2011 ж.

Авторлар туралы мәліметтер

*Кұрбанбаева Диана Русланқызы – «6В04111 Есеп және аудит» мамандығының 4 курс студенті, Каспий Қоғамдық университеті, e-mail: kurbanbaevadi@mail.ru

**Шерзатов Қанат Аманханұлы – магистр, Каспий Қоғамдық Университеті, e-mail: kan411@mail.ru

Сведения об авторах

*Курбанбаева Диана Русланқызы – студент 4 курса специальности «6В04111 Учет и аудит», Каспийский общественный университет, e-mail: kurbanbaevadi@mail.ru

**Шерзатов Канат Аманханович – магистр, Каспийский Общественный Университет, e-mail: kan411@mail.ru

Information about the authors

*Kurbanbaeva Diana Ruslankyzy – 4th year student of the specialty «6В04111 Accounting and Audit», Caspian Public University, e-mail: kurbanbaevadi@mail.ru

**Sherzatov Kanat – master, Caspian Public University, e-mail: kan411@mail.ru

ӘОЖ 657.01

**ҰЙЫМНЫҢ НЕГІЗГІ ҚҰРАЛДАРЫНЫҢ ЕСЕБІ МЕН АУДИТІН
ҰЙЫМДАСТЫРУ**

Құсманбекова А.Е.¹, Шерзатов К.А.²

¹ Студент, Каспий Қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

² Магистр, Каспий Қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

Аңдатпа. Мақалада кәсіпорында негізгі құралдардың есебі мен аудитін ұйымдастырудың мәселелері қарастырылады. Негізгі құралдардың бухгалтерлік есебінің негізгі кезеңдері – бағалау, кіріске алу, есептен шығару, амортизацияны есептеу, жөндеудің есебі және т.б. Негізгі құралдардың аудиті бухгалтерлік есептің дұрыстығы мен толықтығын, қолданыстағы заңнамаға және кәсіпорынның ішкі стандарттарына сәйкестігін тексеруді қамтиды.

Түйін сөздер: ұйым, негізгі құралдар, аудит, бухгалтерлік есеп, аудиторлық процедуралар.

УДК 657.01

ОРГАНИЗАЦИЯ УЧЕТА И АУДИТА ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ ОРГАНИЗАЦИИ

Кусманбекова А.Е.¹, Шерзатов К.А.²

¹ Студент, Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

² Магистр, Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы организации учета и аудита основных средств на предприятии. Основные этапы учета основных средств – оценка, оприходование, выбытие (списание), расчет амортизации, учет ремонта и т.д. Аудит основных средств включает проверку правильности и полноты бухгалтерского учета, соблюдения действующего законодательства и внутренних стандартов предприятия.

Ключевые слова: организация, основные средства, аудит, бухгалтерский учет, аудиторские процедуры.

UDC 657.01

**ORGANIZATION OF ACCOUNTING AND AUDIT OF FIXED ASSETS OF THE
ORGANIZATION**

Kusmanbekova A.E.¹, Sherzatov K.A.²

¹ Student, Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

² Master, Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

Summary. The article examines the issues of organizing accounting and auditing of fixed assets in an enterprise. The main stages of accounting for fixed assets are assessment, capitalization, disposal (write-off), calculation of depreciation, accounting for repairs, etc. An audit of fixed assets includes checking the correctness and completeness of accounting, compliance with current legislation and internal standards of the enterprise.

Keywords: organization, fixed assets, audit, accounting, audit procedures.

Негізгі құралдардың есебі мен аудитін ұйымдастыру кез-келген компания қызметінің маңызды аспектісін білдіреді. Негізгі құралдар өндіріс пен операциялық қажеттіліктерді қамтамасыз ететін кәсіпорын үшін маңызды актив болып табылады. Алайда, оларды есепке алу

мен аудитті тиімді басқару қаржылық тұрақтылықты, бухгалтерлік есептің дәлдігін және заңнамалық талаптарды сақтаудың кілті болып табылады.

Негізгі құралдарды есепке алу активтерді бағалау, амортизациялау және жаңартудың әртүрлі әдістерін қамтиды. Бұл қаржылық есептіліктің дәлдігін ғана емес, сонымен қатар ресурстарды жоспарлау мен инвестициялауға қатысты басқарушылық шешімдер қабылдауға ықпал етеді.

Негізгі құралдардың аудиті, өз кезегінде, бухгалтерлік есептің дұрыстығын және қаржылық деректердің шындыққа сәйкестігін растауда шешуші рөл атқарады. Ол ықтимал тәуекелдерді анықтауға көмектеседі, ішкі стандарттар мен реттеулерге сәйкестікті қамтамасыз етеді және негізгі құралдарды басқару процестерін оңтайландыруға көмектеседі.

Бұл мақалада біз ұйымның негізгі құралдарының есебі мен аудитін ұйымдастырудың негізгі аспектілерін, олардың қаржылық есептілікке және активтерді тиімді басқаруға әсерін, сондай-ақ қазіргі заманғы бизнес пен заңнаманың талаптарына сәйкес олардың дұрыстығы мен дәлдігін қамтамасыз ету әдістерін қарастырамыз.

Жалпы негізгі құралдар – деп өндірісте ұзақ уақыт бойы (бір жылдан артық уақыт) пайдаланылатын, өзінің бастапқы заттай нысанын (пішінін, түрін) сақтай отырып, құнын шығарылған өнімге, орындалған жұмысқа, көрсетілген қызметке біртіндеп бөліп-бөліп есептелген амортизациялық аударым мөлшерінде ауыстыратын еңбек құралдарын яғни материалдық активтерді айтады. Шаруашылық субъектілерінде негізгі құралдардың есебі №6 “Негізгі қорлар (құрал-жабдықтар) есебі” –деп аталатын бухгалтерлік есеп стандартына сәйкес жүргізіледі.

Негізгі құралдарға қозғалмайтын мүлік, жер участкілері, үйлер мен ғимараттар, өткізгіш тетіктер, машиналар мен жабдықтар, өлшеуіш және реттеу аспаптары мен құралдар, есептеуіш машиналар мен техникалары және олардың программалық құралдары, көлік тасымалдау құралдары, аспаптар, өндірістік және шаруашылық құрал-саймандары, өнім және жұмыс малдары, көп жылдық көшеттер, шаруашылықтың ішкі жолы, тағы да басқалар жатқызылады.

Көлемінің үлкенді-кішілігіне, бағасының азды-көптілігіне (арзанды-қымбаттылығына) қарамастан пайдалану мерзімі бір жылдан аспайтын өндіріс құралдары негізгі құралдардың қатарына жатқызылмайды. Сонымен қатар негізгі құралдардың құрамына шаруашылық субъектісінің қоймаларындағы дайын бұйымдар (тауарлар) болып саналатын жабдықтар мен машиналар, күрделі құрылыс құрамында есептелетін монтаждауды (құрастыруды, орнатуды) қажет ететін жабдықтар, жасалынып (салынып) біткен, бірақ әлі пайдалануға берілмей тұрған машиналар мен жабдықтар, сондай-ақ құрылыс-монтаж жұмысының өзіндік құнының құрамында қаралған қосымша шығындардың есебінен салынған титулдық тізімге кірместен ғимараттар мен тетіктер, сонымен бірге жас малдар, яғни мал төлдері де жатқызылмайды.

Негізгі құралдардың есебін ұйымдастыруда оларды бағалаудың маңызы зор болып табылады. Негізгі құралдар бастапқы құнымен, баланстық құнымен, ағымдағы құнымен, қалдық (жойылу) құнымен және келісілген құнымен бағаланады.

Негізгі құралдардың бастапқы құны активті салуға, сатып алуға, әкеліп жеткізуге, орнатуға кеткен (шыққан) шығындардан сондай-ақ сатып алу барысында төленген салық сомаларынан, құрылысты салу кезінде алынған несие үшін төленетін процент (пайыз) сомалары мен бұл құралды белгілі мақсатқа пайдалану үшін жұмыс жағдайына келтірумен тікелей байланысты кез-келген шығындардың жиынтығынан тұрады (құралады). Негізгі құралдарды тасымалдау кезінде болған ақауларды жөндеуге кеткен және қажет болып саналмайтын шығындар активтің бастапқы құнына кіргізілмей, ол ағымдағы кезеңнің шығыны ретінде есепке алынады.

Негізгі құралдардың ағымдағы құны – бұл шаруашылық субъектінің белгілі бір уақыттағы (мерзімдегі), яғни бүгінгі күнгі негізгі құралының нарықтық бағасы болып табылады.

Негізгі құралдардың баланстық құны – бұл шаруашылық субъектісінің бухгалтерлік есебінде немесе қаржылық есеп беру ақпараттарында көрсетілген негізгі құралдардың бастапқы құнынан жинақталған тозу сомасын алып тастағандағы құны болып табылады.

Негізгі құралдардың қалдық (жойылу) құны – негізгі құралдың пайдалану мерзімі аяқталғаннан кейін оны бұзу, жоюдан алынған іске жарамды бөлшектерінің (материал, металл сынығы, отын тағы да басқа пайдалануға болатындарының) құнынан объектіні есептен шығаруға байланысты болатын келешектегі (алдағы уақыттағы) шығындарды алып тастауарқылы анықталады.

Негізгі құралдардың келісілген құны – кез келген екі жақтың, яғни негізгі құралдарды сатушы мен алушы арасындағы келісілген құн болып табылады.

Негізгі құралдардың бухгалтерлік баланста дұрыс есептелініп жазылуының екі түрлі жағдайы қарастырылады:

- 1) Негізгі құралдардың белгіленген түрлерінің сол баптарға қосылып есептелінгендігі;
- 2) Негізгі құралдардың кіріс етілуі, тозуы және шығыс етілуінің дұрыс есептелінуі.

Барлық кәсіпорындардағы негізгі құралдардың түгелділігі мен оларды қолда барлығын тексеру барысында аудитор алдымен ол активтердің инвентарлық карточкаларының бар-жоқтығын тексереді. Осылардың ішінде аудитор мыналарға басты көңіл бөледі:

– негізгі құралдардың жіктелінуіне, олардың дұрыс жіктелінуі тозу сомаларының дұрыс есептелмеуіне әкеліп соқтырады, ал бұл шығынның өндірілген өнімнің өзіндік құнына дұрыс қосылмауына септігін тигізеді;

– негізгі құралдардың өндіріске қатысуы бойынша жіктелінуіне, бұл негізгі құралға амортизациялық аударым сомаларының дұрыс есептелінуіне әсер етеді;

– белгілі бір мақсатқа арналғандығы бойынша негізгі құралдың жіктелінуі, егер бұл тұрғыдан негізгі құрал дұрыс жіктелінбеген жағдайда жоғарыда аталғандай амортизациялық аударым сомалары дұрыс есептелінуі мүмкін;

Сонымен қатар негізгі құралдардың дұрыс жіктелінуі мен олардың дұрыс бөлінбеуі (топталанбауы) бухгалтерлік есепте қателіктердің пайда болуына және негізгі құралдарды қайта бағалағанда қателіктердің жіберілуіне септігін тигізеді.

Негізгі құралдарға аудиторлық тексеру жүргізуші ол активтердің дұрыс бағалануына көңіл бөлуі қажет. Бұл нәтиже қор қайтымының мөлшеріне, бухгалтерлік есеп берудің дұрыстығына өз ықпалын тигізеді. Негізгі құралды бағалаудың әртүрлілігін ескере отырып аудитор кәсіпорынға кіріске алынған, яғни келіп түскен негізгі құралдардың дұрыс бағаланғандығын ескеріп қана қоймай, сонымен қатар мыналарды тексеруі қажет:

– кәсіпорында негізгі құралды кіріске алу үшін және олардың нәтижесін құжаттау үшін арнайы комиссияның тағайындалғандығын;

– кәсіпорынға сатылып алынған негізгі құралдар үшін сатып алу-сату келісім шартының бағасы көрсетілініп жасалынғандығын (егер негізгі құрал заңды тұлғалардан сатылып алынған жағдайда);

– келісілген бағасы бойынша хаттамалардың жасалынғандығын (егер негізгі құрал үлес қосшы, акционерлерден жарғылық қорды арттыру мақсатымен келіп кіріске алынған жағдайда).

– үлгілі түрі НҚ-1 санды қабылдау-тапсыру актісінде негізгі құралдың бастапқы бағасының дұрыс көрсетілгендігін;

– жал бойынша келісім шартта объектінің бағасының көрсетілгендігін (негізгі құралды ұзақ мерзімге жалға алған уақытта);

– негізгі құралды жаңартқаннан, қайта құртқаннан немесе жартылай бұзғаннан кейін бастапқы құнының дұрыс көрсетілгендігін;

– салынып біткен негізгі құралдың кіріске алынған бағасының дұрыстығын;

– пайдалануға берілген негізгі құралдың дұрыс құжатталғандығын және т.б.

Негізгі құралдарды аудиторлық тексерудің негізгі мақсаты бухгалтерлік есептің дұрыс жүргізілуін және есеп берудің дұрыс ұйымдастырылуын бақылау болып табылады. Есеп беруді, есеп регистрларын және алғашқы құжаттарды тексеру келесідей кезек бойынша жүргізіледі:

Бухгалтерлік баланс – номері үшінші бухгалтерлік балансқа қосымша – бас кітап – журналдар – өңдеу кестелері – алғашқы құжаттар (НҚ-1; НҚ-2; НҚ-3; НҚ-4; НҚ-6; НҚ-10; НҚ-12 тағы да басқалары).

Кәсіпорынның негізгі құралын тексеру барысында аудитор алдымен мыналарды ескеруі қажет:

- топтамалық есептің (синтетикалық) жазуларының бас кітап және бухгалтерлік баланс мәліметтерімен сәйкестілігі;

- негізгі құралдардың қолда бары мен қозғалысының бухгалтерлік балансқа дұрыс жазылнуы;

- негізгі құралдардың қозғалысы және тозуы бойынша жиынтық талдамалық есептің жүргізілетіндігі, сондай-ақ жиынтық талдамалық есеп мәліметтерінің бас кітап және бухгалтерлік баланс мәліметтерімен сәйкестілігі;

- негізгі құралдардың есебі бойынша екі жақты жазулардың дұрыс жазылғандығы;

- негізгі құралдар есебінің баланстан тыс шоттарда есептелініп жүргізілетіндігі.

Негізгі құралдарды аудиторлық тексерудің тағы да бір ең негізгі міндеті болып тозу сомасының дұрыс есептелуін және жөндеу жұмыстарының дұрыс құжатталынып көрсетілінуін тексеру саналады. Бұл бойынша аудитор негізгі құралға есептелінетін тозу сомасының мөлшерін анықтап және ол нәтижені құжаттағы мәліметпен салыстыруы керек. Негізгі құралдарға есептелінген тозу сомалары өндірілген өнімнің өзіндік құнына қосылады. Басқа заңды немесе жеке тұлғаларға қысқа мерзімге берілген негізгі құралға есептелінген тозу сомасы шығындар қатарына, ал ол бойынша жалдық ақы кәсіпорынның табыстарына қосылады. Егер кәсіпорын негізгі құралдарға амортизациялық аударым есептеудің жылдамдатылған әдісін қолданатын болса, онда ол субъектінің есеп саясатында көрсетілінуі қажет. Кәсіпорынның негізгі құралдарына есептелінген тозу сомаларын тексеру барысында аудитор жинақталған тозу сомасының қалай қалыптасып жатқандығына басты көңіл аударуы қажет. Себебі бұл ең алғашқы кезектегі қор жинау құралы болып табылады.

Негізгі құралдарды жөндеуге кеткен шығындарды тексеру үшін аудиторға көп күш жұмсау қажет етіледі. Бұл жерде жұмсалынатын құралдар мен қаржыға жасалынған сметалық құжаттар мен олардың дұрыс толтырылынуы тексеріледі.

Осылармен қатар аудитор шаруашылық субъектінің жұмысшы қызметкерлерінің осы кәсіпорынның шаруашылық мақсатына арналған негізгі құралдарын өздерінің жеке шаруасы үшін пайдаланған-пайдаланбағандығын тексереді. Егер ондай жағдай орын алған жағдайда, яғни субъектінің негізгі құралдарын жұмысшылар өз жеке басының мақсаты үшін пайдалануға алған болса ол үшін арендалық қаржы төленген-төленбегендігін анықтауы керек.

Негізгі құралдарды аудиторлық тексеруді аяқтау барысында тексеруші шаруашылық субъектінің негізгі құралдарының тиімді пайдалануына талдау жасап жұмысын қорытындылайды. Сондай-ақ жетіспеушіліктермен заң бұзушылықтар кездескен жағдайда, яғни кәсіпорындағы негізгі құралдардың есебін жүргізуде орын алған кемшіліктерді көрсетіп акт жазады.

Негізгі құралдарды есепке алу және аудит жүйесін енгізу кәсіпорын активтерін табысты басқарудың негізі болып табылады. Бухгалтерлік есеп пен аудит процестерін талдауды қорытындылай келе, бұл жай ғана формалдылық емес, сонымен қатар тиімді басқарудың негізгі құралы екенін көреміз. Активтердің жай-күйін бағалау, ықтимал тәуекелдерді анықтау, сондай-ақ бухгалтерлік есеп процестерін жетілдіру бойынша ұсыныстар қаржылық ашықтық пен деректердің сенімділігіне сенімділікті арттыруда маңызды рөл атқарады.

Негізгі құралдардың дұрыс есебі мен аудитінің ұйымды басқаруға әсері баға жетпес. Бұл ережелер мен заңнаманың сақталуын қамтамасыз етіп қана қоймайды, сонымен қатар компанияға оның активтері туралы нақты және сенімді ақпарат негізінде негізделген шешімдер қабылдауға көмектеседі. Аудит нәтижесінде туындайтын ұсыныстар негізінде компания бухгалтерлік есеп процестерін жетілдіре алады, активтерді пайдалануды оңтайландырады және өз қызметінің тиімділігін арттырады.

Қорытындылай келе, негізгі құралдардың есебі мен аудиті қазіргі заманғы менеджменттің қажетті элементі болып табылады, ол ұйымға өз активтерін бақылауға ғана емес, сонымен бірге стратегиялық мақсаттарға және тұрақты дамуға қол жеткізу үшін оларды тиімді пайдалануға мүмкіндік береді.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Султанова Б.Б. Қаржылық есеп: оқу кұралы. – Алматы: Қазақ университеті, 2019. – 348 б.
2. Никандрова Л.К. Финансовый учет: учебник. – М.: ИНФРА-М, 2019. – 280 с.
3. Нурсейтов Э.О. Бухгалтерский учет в организациях (учебное пособие). – Алматы: ЛЕМ, 2015. – 432 с.
4. Сакенова З.М., Сакенов Н.А. Аудит. Учебное пособие. – НурСултан: Туран-Астана, 2019. – 166 с.
5. Белозерцева И.Б. Учет и аудит в организациях различных видов экономической деятельности: учебное пособие. – М.: Ай Пи Ар Медиа, 2021. – 319 с.

Авторлар туралы мәліметтер

*Құсманбекова Аружан Едилқызы – студент, Каспий Қоғамдық Университеті, e-mail: aruzhankusmanbekova@mail.ru

**Шерзатов Қанат Аманханұлы – магистр, Каспий Қоғамдық Университеті, e-mail: kan411@mail.ru

Сведения об авторах

*Кусманбекова Аружан Едилқызы – студент, Каспийский Общественный Университет, e-mail: aruzhankusmanbekova@mail.ru

**Шерзатов Канат Аманханович – магистр, Каспийский Общественный Университет, e-mail: kan411@mail.ru

Information about the authors

*Kusmanbekova Aruzhan Edilkyzy – student, Caspian Public University, e-mail: aruzhankusmanbekova@mail.ru

**Sherzatov Kanat – Master, Caspian Public University, e-mail: kan411@mail.ru

УЧЕТ ОПЛАТЫ ТРУДА НА ПРЕДПРИЯТИИ

Мирзалиева А.Р.

Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация. Эта статья посвящена важности расчета заработной платы на предприятии. В условиях динамичной деловой среды эффективный учет оплаты труда становится неотъемлемым элементом управления ресурсами компании. В статье рассматриваются основные аспекты учета оплаты труда, включая систему и формы оплаты труда, выплату заработной платы, а также соответствие законодательным нормам. Особое внимание уделяется важности автоматизации учета для повышения эффективности, мотивации персонала и соблюдения требований трудового законодательства. Статья дает рекомендации предпринимателям и кадровым специалистам по оптимизации процессов учета заработной платы в целях обеспечения справедливости и прозрачности.

Андапта. Бұл мақала кәсіпорындағы жалақы есебінің маңыздылығына арналған. Динамикалық іскерлік орта жағдайында еңбекақы төлеудің тиімді есебі компания ресурстарын басқарудың ажырамас элементіне айналады. Мақалада еңбекақы төлеу жүйесі мен нысандарын, жалақы төлеуді, сондай-ақ заңнамалық нормаларға сәйкестікті қоса алғанда, еңбекақы төлеуді есепке алудың негізгі аспектілері қарастырылады. Тиімділікті арттыру, қызметкерлерді ынталандыру және еңбек заңнамасының талаптарын сақтау үшін есепті автоматтандырудың маңыздылығына ерекше назар аударылады. Мақала кәсіпкерлер мен кадр мамандарына әділдік пен ашықтықты қамтамасыз ету мақсатында еңбекақыны есепке алу процестерін оңтайландыру бойынша ұсыныстар береді.

Summary. This article is devoted to the importance of payroll in the enterprise. In a dynamic business environment, effective payroll accounting becomes an integral element of the company's resource management. The article discusses the main aspects of accounting for wages, including the system and forms of remuneration, payment of wages, as well as compliance with legislative norms. Particular attention is paid to the importance of accounting automation to increase efficiency, motivate staff and comply with labor legislation requirements. The article provides recommendations to entrepreneurs and HR specialists on optimizing payroll accounting processes in order to ensure fairness and transparency.

Ключевые слова: Оплата труда, формы и системы оплаты труда, расчет заработной платы, эффективность затрат, мотивация персонала, соблюдение трудового законодательства, улучшение оплаты труда

В современной Республике Казахстан проблема учета оплаты труда на предприятиях становится ключевой в свете постоянно меняющихся социально-экономических условий и стремительного развития бизнес-среды. Актуализация этой проблемы обусловлена не только собственно экономическими факторами, но и социальной составляющей, оказывающей влияние на качество трудовых отношений, социальную стабильность и уровень жизни граждан.

Оплата труда представляет собой систему отношений, связанных с обеспечением установления и осуществление работодателем выплат работникам за их труд в соответствии с трудовым законодательством РК, иными нормативными правовыми актами, коллективными договорами. При этом под заработной платой понимаются вознаграждения за труд в зависимости от квалификации работника, сложности, количества, качества и условий выполняемой работы, а также выплаты компенсационного и стимулирующего характера [1].

Работники, по Трудовому Кодексу РК, имеют право на справедливую и своевременную оплату труда, при этом, работодатели обязаны фиксировать все выплаты в соответствии с действующими нормами.

В Казахстане система оплаты труда регулируется законодательством, и существует разнообразие форм, видов и систем оплаты труда. Давайте рассмотрим основные аспекты оплаты труда в Республике Казахстан (таблица 1).

Таблица 1 – Основные аспекты оплаты труда

Формы оплаты труда	
Окладная оплата	Работник получает фиксированную сумму за определенный период, чаще всего за месяц. Это может быть месячная, еженедельная или ежедневная ставка.
Сдельная оплата	Оплата зависит от выполненного объема работы или произведенной продукции. Эта форма распространена, например, в сфере производства.
Почасовая оплата	Работник получает оплату за каждый отработанный час. Эта форма часто используется в сфере услуг, где сложно предварительно определить объем работы.
Премияльная оплата	Включает в себя дополнительные выплаты (премии) за достижение определенных целей, превышение плановых показателей или выдающиеся результаты.
Смешанная (комбинированная) оплата	Использует комбинацию различных форм оплаты, например, окладной основы и премиальных вознаграждений.
Виды оплаты труда	
Трудовой договор	Оплата труда осуществляется в соответствии с условиями, установленными трудовым договором между работником и работодателем.
Гражданско-правовой договор	Используется при наличии гражданско-правовых отношений между сторонами (например, при найме на временную работу).
Системы оплаты труда	
Тарифная система	Оплата труда определяется на основе установленных тарифов, которые зависят от квалификации, сложности выполняемой работы и других факторов.
Премияльная система	Применяется для стимулирования работников к достижению высоких результатов и выполнению дополнительных задач.
Единая система	Нацелена на создание справедливой и единообразной системы оплаты труда в организации, учитывая разные факторы.
Смешанная система	Комбинируют элементы различных систем оплаты для учета специфики предприятия и стимулирования разнообразных аспектов труда.
Примечание: составлена на основе источника [2].	

Учет заработной платы представляет собой комплексный процесс, включающий в себя не только базовые заработные платы, но и различные дополнительные пособия, премии, отпускные и социальные выплаты.

Для правильного начисления заработной платы сотрудников на предприятии требуется наличие системы учета рабочего времени, согласно требованиям [3. Статья 79]. Система учета рабочего времени составляется работодателем, который является табелем учета рабочего времени. Табель представляет собой сводную таблицу, в которой отражены все сотрудники компании. Таблица ведется ежедневно, и в конце рабочего месяца передается в бухгалтерию для расчета заработной платы. В табель заносится фактическое количество отработанных часов сотрудником и отдельно вносится количество неотработанных часов. Также учету подлежат время сверхурочных работ, работы в выходные и праздничные дни, командировочные, отпуска, периоды временной нетрудоспособности и т.д. [4].

Чтобы определить размер заработной платы, выплачиваемой "на руки" сотруднику, бухгалтер должен правильно рассчитать налоги и взносы. Некоторые из них взаимосвязаны. Например, при расчете подоходного налога с него вычитаются пенсионные взносы и взносы на медицинское страхование. Таким образом, небольшая ошибка может полностью повлиять на весь расчет и привести к неправильной сумме, которую получает сотрудник.

Расчет заработной платы в 2023 году за работников с окладом 200 000 тг (таблица 2).

Доход работника Ундашевой Э.Д. в январе 2023 года составил 200 000 тенге. Это совокупный доход работника за месяц. Работник имеет право на вычет в размере 14 МРП – 48 300 тенге, вычет по ОПВ, вычет по ВОСМС.

Таблица 2 – Расчет заработной платы.

Размер дохода	Предел дохода	Расчет
ОПВ	Min предела по доходу работника нет. Мах предел - 50 МЗП (3 500 000 тенге).	$200\ 000 * 10\% = 20\ 000$ тенге.
ИПН	Min предела по доходу работника нет. Мах предела по доходам работника нет.	$200\ 000 - 20\ 000$ (ОПВ) – 3 000 (ВОСМС) – 48 300 (14МРП) = 127 700 тенге; $127\ 700 * 10\% = 12\ 770$ тенге
СО	Min предел - 1 МЗП (70 000 тенге). Мах предел - 7 МЗП (490 000 тенге).	$200\ 000 - 20\ 000$ (ОПВ) = 180 000 тенге; $180\ 000 * 3,5\% = 6\ 300$ тенге.
СН	Min предел - 14 МРП (48 300 тенге). Мах предела по доходам работника нет.	$200\ 000 - 20\ 000$ (ОПВ) – 4 000 (ВОСМС) = 176 000 тенге; $176\ 000 * 9,5\% = 16\ 720$ тенге; $16\ 720 - 6\ 300$ (СО) = 10 420 тенге.
ВОСМС	Min предела по доходу работника нет. Мах предел - 10 МЗП (700 000 тенге).	$200\ 000 * 2\% = 4\ 000$ тенге.
ООСМС	Min предела по доходам работника нет. Мах предел - 10 МЗП (700 000 тенге).	$200\ 000 * 3\% = 6\ 000$ тенге.
Сумма «на руки»		$200\ 000 - 12\ 770$ (ИПН) – 20 000 (ОПВ) – 4 000 (ВОСМС) = 163 230 тенге.
Примечание: составлена на основе источника [5].		

Оплата труда может существенно влиять на финансовое состояние компании. Затраты по оплате труда имеют тенденцию роста, т.к. внедрение технологий требует привлечение высококвалифицированных сотрудников. Большую роль необходимо выделять развитию и обучению сотрудников с целью повышения профессиональных навыков. Также, компания должна учитывать ежегодное изменение суммы месячного расчетного показателя (МРП), минимальной заработной платы (МЗП) и процента инфляции. Исходя из информации выше, компании необходимо регулярно проводить анализ оплаты труда и сравнивать ставки с рыночными.

Неотъемлемая часть в учете оплаты труда на предприятии является эффективность затрат. Важность эффективности затрат на оплату труда в том, что позволяет определить, насколько существенно используются ресурсы предприятия. Если не удастся достичь необходимых результатов для эффективного функционирования системы или их уровень остается недостаточным, даже при максимальном использовании доступных ресурсов предприятия, это приведет к нарушению работы системы и, в конечном итоге, к ее разрушению.

Именно поэтому на постоянной основе необходимо проводить оценку эффективности затрат на персонал. Исследование эффективности использования затрат на заработную плату направлено на решение задач таких, как [6]:

- Определить оптимальные формы оплаты труда;
 - На предприятии проводится анализ различных систем оплаты труда, таких как почасовая оплата, оклады, премии и т.д. С целью оптимизации структуры оплаты труда выбирается наиболее эффективная и мотивирующая форма оплаты для различных категорий работников. На практике, в компании используется окладная форма оплаты труда.
- Рационализировать численность персонала и организационную структуру для сокращения трудовых затрат;
 - Проводится анализ рабочих процессов на предприятии, чтобы определить оптимальное количество сотрудников в каждом отделе. В результате может быть решено о реорганизации структуры предприятия для более эффективного использования трудовых ресурсов. На практике, в аутсорсинговой компании есть четыре департамента под которым находится три главных бухгалтера, шесть старших бухгалтеров и семь бухгалтеров-операционистов. В среднем, в компании рассчитано, что на одного бухгалтера в обслуживании должно находиться десять клиентов.
- Провести анализ всех расходов на содержание персонала;
 - Осуществляется детальный анализ всех затрат на оплату труда, включая социальные отчисления, поощрительные выплаты и другие дополнительные расходы. Это позволяет предприятию лучше понять структуру своих расходов на персонал.
- Исследовать динамику роста заработной платы в сравнении с производительностью труда;
 - Путем сравнения данных о росте заработной платы с повышением производительности труда анализируется эффективность использования средств на оплату труда. На практике, у сотрудника при повышении должности, заработная плата увеличивается на 20-35%, но также в его обязанности добавляется больше ответственности и задач.
- Выявить потенциальные резервы для повышения эффективности использования средств на управление трудовыми ресурсами;
 - Исследуется возможность оптимизации процессов, внедрения новых технологий или обучения персонала для повышения эффективности использования средств на трудовые ресурсы. На практике, у каждого сотрудника есть доступ к различным сайтам для развития в профессии и раз в полгода курсы для повышения квалификации.
- Осуществлять контроль за использованием средств на оплату труда сотрудников и правильностью их учета в расходах организации.
 - На предприятии вводится система, которая автоматически отслеживает и анализирует, как используются средства на оплату труда. Это позволяет управляющим

устанавливать цели, следить за расходами, выявлять отклонения и, при необходимости, корректировать стратегии для эффективного использования ресурсов и соблюдения бюджета.

Часто в компании встречается такое, что сотрудник очень сильно выгорает и находится в депрессивном состоянии, в этом может помочь система мотивации персонала. Мотивация и удовлетворенность сотрудников по оплате труда важная часть для достижения целей и обеспечения эффективности работы.

Функции системы мотивации персонала [7].

К функциям системы мотивации персонала можно отнести следующие мероприятия по:

- стимулированию повышения квалификации персонала;
- проведению «естественного отбора» наиболее трудолюбивых и способных сотрудников предприятия;
- стимулированию сотрудников фирмы действовать, в первую очередь, в интересах компании;
- стимулированию работников компании трудиться с наибольшей отдачей и эффективностью;
- созданию и поддержке системы обратной связи между всеми подразделениями фирмы.

Анализ на предприятии показал, что мотивированные сотрудники более тенденциозны к выполнению своих обязанностей на высоком уровне и стремятся к достижению высоких стандартов качества в своей работе. Удовлетворенные сотрудники лучше сотрудничают в команде, имея общую цель, эффективно решая задачи и преодолевают трудности. Мотивация способствует более положительному и поддерживающему рабочему климату, создавая благоприятные условия работоспособности.

На практике выделяют два основных вида мотивации персонала:

1. Материальная мотивация персонала;
2. Нематериальная мотивация персонала.

Нематериальная мотивация персонала, в свою очередь, делится еще на два вида мотивации персонала:

1. Социальная мотивация персонала;
2. Психологическая мотивация персонала.

В мотивации персонала способствует высокая оплата труда, премирование, транспортировка до работы и обратно, тимбилдинг, страхование здоровья, повышение квалификации за счет компании, заграничная командировка, пользование услугами партнеров компании со скидками, культурные и спортивные мероприятия внутри компании и др.

В компании может быть разработана система штрафов и включать в себя следующие элементы:

1. Взыскание денежных средств с работника компании за невыполнение нормативов и стандартов:

1.1. Штрафы могут быть наложены в случае несоблюдения рабочих стандартов, не выполнения поставленных задач, либо нарушения других корпоративных норм.

2. Взыскание денег с сотрудника за его низкую производительность:

2.1. В зависимости от результатов работы сотрудника, ему может быть начислен штраф за неудовлетворительные показатели эффективности и качества труда.

3. Дополнительные рабочие часы за плохую работу:

3.1. Как форма дисциплинарного воздействия, сотруднику может быть назначено выполнение дополнительных рабочих часов в качестве компенсации за недостаточную эффективность или нарушение рабочих стандартов.

Важно подчеркнуть, что система штрафов должна быть прозрачной и справедливой. Также следует учесть, что применение штрафов должно соответствовать законодательству и трудовым правилам. Введение системы поощрений и обратной связи также может стать эффективным инструментом для мотивации сотрудников к более эффективной работе.

В заключение, улучшение системы оплаты труда на предприятии представляет собой ключевой момент для достижения нескольких важных целей. Анализ рыночной оплаты является необходимым шагом для обеспечения конкурентоспособности и привлечения высококвалифицированных специалистов. Внедрение прозрачности в систему оплаты создает условия для понимания сотрудниками принципов формирования заработной платы, что способствует повышению их удовлетворенности.

Мотивационные программы, такие как премии за достижения и бонусы за производительность, вносят элементы стимулирования в трудовые отношения, способствуя более эффективной работе коллектива. Предоставление возможностей для обучения и развития поднимает квалификацию персонала, что в свою очередь открывает новые перспективы для карьерного роста и повышения заработной платы.

Введение гибких форм оплаты, а также сбалансированной структуры компенсации, учитывающей дополнительные бонусы и льготы, способствует более справедливому распределению вознаграждений. Регулярная оценка результатов сотрудников и предоставление обратной связи создают условия для основания решений по повышению заработной платы на конкретных достижениях и вкладе в общий успех компании.

Наконец, вовлечение сотрудников в процессы принятия решений относительно оплаты труда способствует формированию более справедливой и удовлетворительной системы вознаграждений. Улучшение оплаты труда становится неотъемлемой частью комплексного подхода к управлению персоналом, направленного на создание благоприятной рабочей среды и обеспечение сотрудников возможностями для профессионального роста.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Оплата труда – <https://uchet.kz/tags/o/oplata-truda-.html>
2. Формы и системы оплаты труда – https://egov.kz/cms/ru/articles/employment_relations/forma_sistema_oplati_truda
3. Трудовой Кодекс РК – https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=30103567&pos=97;-84#pos=97;-84
4. Учет зарплаты на предприятии – https://pro1c.kz/articles/trud-zarplata-kadry/uchet-zarabotnoy-platy-na-predpriyatii/#header_3
5. Как изменился расчет заработной платы в 2023 году? – https://pro1c.kz/articles/trud-zarplata-kadry/kak-izmenilsya-raschet-zarabotnoy-platy-v-2023-godu/#header_3
6. Показатели оценки эффективности затрат на заработную плату – <https://cyberleninka.ru/article/n/pokazateli-otsenki-effektivnosti-zatrat-na-zarabotnuyu-platu>
7. Мотивация персонала - https://www.audit-it.ru/terms/trud/motivatsiya_personala.html

Сведения об авторах

*Мирзалиева Асия Руслановна - студент, Каспийский Общественный Университет, G-mail: asentai4@gmail.com

УДК 658.8.011.1

АЛГОРИТМ РАЗРАБОТКИ АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Мусина А.Е.¹, Ащеулова Н.А.²

^{1,2}Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация. Цель статьи состоит в определении эффективного алгоритма разработки ассортиментной политики торгового предприятия. Ключевым методом исследования является метод дедуктивного анализа, в соответствии с которым исследование проводится в движении от общих предпосылок в определении сущности и особенностей ассортиментной политики к частным рекомендациям, релевантным для торговых предприятий. В ходе написания статьи авторами сформулирован алгоритм построения ассортиментной политики для торговых предприятий, базирующийся на оптимальном распределении рекламного бюджета на определенные товарные категории.

Ключевые слова: ассортиментная политика, товарные категории, метод Парето, маркетинг торговых предприятий.

ЕСІРТІЛІКТІҢ ЗАҢСЫЗ АЙНАЛЫМЫНА БАЙЛАНЫСТЫ ҚЫЛМЫСТАРДЫ АШУДА БАҚЫЛАУ САТЫП АЛУДЫҢ МАҢЫЗЫ

Мусина А.Е.¹, Ащеулова Н.А.²

^{1,2} Каспий Қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

Аңдатпа. Мақаланың мақсаты - сауда кәсіпорнының ассортименттік саясатын әзірлеудің тиімді алгоритмін анықтау. Негізгі зерттеу әдісі дедуктивті талдау әдісі болып табылады, оған сәйкес зерттеу ассортименттік саясаттың мәні мен ерекшеліктерін анықтауда жалпы алғышарттардан сауда кәсіпорындарына қатысты нақты ұсыныстарға көшу арқылы жүзеге асырылады. Мақаланы жазу барысында авторлар белгілі бір тауар санаттары үшін жарнамалық бюджетті оңтайлы бөлуге негізделген бөлшек сауда кәсіпорындары үшін ассортимент саясатын құру алгоритмін тұжырымдады.

Түйін сөздер: ассортимент саясаты, өнім санаттары, Парето әдісі, коммерциялық кәсіпорындардың маркетингі.

ALGORITHM OF DEVELOPING AN ENTERPRISE ASSORTMENT POLICY

Musina A.E.¹, Ashcheulova N.A.²

^{1,2} Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

Summary. The purpose of the article is to determine an effective algorithm for developing the assortment policy of a trading enterprise. The key research method is the deductive analysis, according to which the research carried out in movement from general premises in determining the essence and features of assortment policy to specific recommendations relevant to trading enterprises. In the process of the article's writing, the authors formulate an algorithm for constructing an assortment policy for retail enterprises, based on the optimal distribution of the advertising budget for certain product categories.

Keywords: assortment policy, product categories, Pareto method, marketing of commercial enterprises.

Для торгового предприятия в современных условиях чрезвычайно актуальным вопросом остается выбор товарного ассортимента, и разработка ассортиментной политики. Цель настоящей статьи состоит в определении эффективного алгоритма разработки ассортиментной политики торгового предприятия.

Ключевым методом исследования является метод дедуктивного анализа, в соответствии с которым исследование проводится в движении от общих предпосылок в определении сущности и особенностей ассортиментной политики к частным рекомендациям, релевантным для торговых предприятий.

Сущность ассортиментной политики предприятия заключается в определении и управлении ассортиментом продукции или услуг, и включает стратегическое планирование, разработку, внедрение и контроль ассортимента, с целью удовлетворить потребности и ожидания целевой аудитории [1].

Эффективная ассортиментная политика должна отвечать ряду ключевых требований [2]:

1. Удовлетворение потребностей клиентов: целью ассортиментной политики является предоставление широкого выбора продукции или услуг, которые соответствуют потребностям и предпочтениям клиентов, что позволяет предприятию не только привлекать, но и удерживать клиентов, повышать их уровень удовлетворенности и лояльности.

2. Конкурентоспособность: правильно разработанная ассортиментная политика позволяет предприятию отличаться от конкурентов и создавать конкурентные преимущества через предложения инновационных продуктов, продуктов, обладающих уникальными характеристиками и находящихся в приемлемом для потребителя ценовом диапазоне.

3. Максимизация прибыли: ассортиментная политика должна быть направлена на максимизацию прибыли предприятия, что может быть достигнуто за счет оптимизации товарного ассортимента, управления ценами, контроля затрат и увеличения объема продаж.

4. Управление рисками: ассортиментная политика помогает предприятию управлять рисками, связанными с волатильностью рынка, изменчивостью спроса, растущей конкуренцией и другими негативными факторами. Диверсификация позволяет предприятию структурировать свой ассортимент таким образом, чтобы минимизировать зависимость от одного продукта, расширить каналы сбыта или освоить новые товарные рынки.

5. Устойчивое развитие: одной из ключевых задач разработки ассортиментной политики является достижение устойчивого развития предприятия, за счет реализации экологической повестки, посредством предоставления экологически чистых продуктов или услуг, использования устойчивых и возобновляемых материалов, снижения энергопотребления и материалоемкости производства.

Задачи ассортиментной политики могут варьироваться в зависимости от отрасли, рынка и стратегических приоритетов предприятия, однако, она всегда направлена на удовлетворение потребностей клиентов, повышение конкурентоспособности и максимизацию прибыли.

Существуют различные виды классификации ассортимента, из которых наиболее важными считаются три вида классификации: с точки зрения категории, по широте охвата и с позиции удовлетворения потребителей. Например, с точки зрения категории ассортимент классифицируется на ассортимент товаров, ассортимент продукции и ассортимент услуг. С точки зрения классификации по широте охвата ассортимент принято классифицировать на марочный ассортимент, который включает в себя группу товаров одной марки; на простой ассортимент товаров, собранных в рамках одного вида товаров или продукции, например, магазин хлебобулочных изделий либо бакалейный магазин; и на сложный ассортимент, который включает в себя ассортимент нескольких видов товарных категорий. С позиции удовлетворения потребителей ассортимент принято классифицировать на оптимальный ассортимент, который включает в себя список товаров, максимально удовлетворяющий потребности клиентов, и рациональный ассортимент, включающий товары, удовлетворяющие главные потребности конкретной целевой аудитории.

Известны множество подходов к формированию торгового ассортимента, в западной школе маркетинга принято выделять пять таких подходов: матрица БКГ, матрица Герфанда, матрица Ансоффа, сегментация рынка.

Матрица БКГ (Boston Consulting Group) классифицирует товары или услуги предприятия на основе их доли рынка и темпов роста. Товары или услуги могут быть классифицированы как «звезды», «деньги», «призраки» или «собаки», что помогает предприятию определить, на какие товары или услуги следует уделять особое внимание и инвестиции.

Сатарова И.В. считает, что матрица БКГ является эффективным инструментом для формирования товарного ассортимента. Он считает, что использование этой матрицы помогает определить стратегическую позицию каждого товара или услуги и принять решение о том, какие из них следует развивать, а какие убрать из ассортимента [3].

Петрова А.В. считает, что матрица БКГ имеет свои ограничения и не может быть использована в качестве единственного инструмента для формирования товарного ассортимента. Он предлагает использовать также другие подходы, такие как анализ потребностей рынка и конкурентная аналитика, чтобы получить более полную картину и принять более обоснованные решения [4].

Левина А.Б. считает, что матрица БКГ является полезным инструментом, но необходимо также учитывать другие факторы, такие как сезонность и тенденции. Он предлагает использовать комбинацию различных подходов, чтобы получить максимальную информацию и принять наиболее эффективные решения по формированию товарного ассортимента [5].

Матрица Герфанда классифицирует товары или услуги на основе их конкурентоспособности и привлекательности рынка. Товары или услуги могут быть классифицированы как «звезды», «вопросительные знаки», «коровы» или «собаки», что помогает предприятию определить, какие товары или услуги следует развивать, поддерживать, избегать или выходить из данных товарных категорий.

Как отмечает Гончарова К.В., матрица Герфанда является полезным инструментом для формирования товарного ассортимента. Она позволяет классифицировать товары на основе их спроса и конкурентоспособности. Это помогает компаниям определить, какие товары следует продвигать и развивать, а какие лучше исключить из ассортимента. Матрица Герфанда также помогает выявить возможности для создания новых товаров и развития новых рынков [6].

Захарченко Е.В. полагает, что матрица Герфанда имеет свои ограничения и не всегда является эффективным инструментом для формирования товарного ассортимента. Она основывается на предположении, что спрос и конкурентоспособность товаров можно измерить и сравнить с помощью числовых значений. Однако это может быть сложно в реальной жизни, особенно когда речь идет о новых или инновационных товарах [7].

Полыгалина Н.Б. считает, что матрица Герфанда является полезным инструментом для формирования товарного ассортимента, но ее применение должно быть осознанным и основываться на дополнительных исследованиях и анализе. Она может помочь компаниям определить, какие товары имеют высокий спрос и конкурентоспособность, и сосредоточить свои усилия на них. Однако важно учитывать, что матрица Герфанда не является единственным критерием для принятия решений о товарном ассортименте, и другие факторы, такие как стратегия компании и потребности клиентов, также должны быть учтены [8].

Третьим подходом является матрица Ансоффа, которая классифицирует товары или услуги на основе существующих и новых рынков и существующих и новых продуктов. Мнение первого ученого

Баранова Л.С. считает, что матрица Ансоффа является очень полезным инструментом для формирования товарного ассортимента. Она позволяет компаниям определить, какие стратегии развития использовать: рыночную или продуктовую. Рыночная стратегия предполагает вход на новые рынки с существующими товарами, а продуктовая стратегия - разработку новых товаров для существующих рынков. Матрица Ансоффа помогает компаниям принять решение о том, какие стратегии будут наиболее эффективными для их бизнеса [9].

Батычко К.С. полагает, что матрица Ансоффа имеет свои ограничения и не всегда является эффективным инструментом для формирования товарного ассортимента. Она основывается на предположении, что рост можно достичь только через вход на новые рынки или разработку новых товаров. Однако это может быть непрактично или невозможно для некоторых компаний, особенно если они уже находятся на насыщенных рынках или имеют ограниченные ресурсы для разработки новых товаров. Кроме того, матрица Ансоффа не учитывает другие факторы, такие как конкуренция или изменения в потребительском спросе [10].

Сегментация рынка предполагает разделение рынка на различные сегменты потребителей и разработку ассортимента продукции или услуг, которые наиболее соответствуют потребностям и предпочтениям каждого сегмента. Использование механизмов сегментации помогает предприятию более точно нацелиться на свою целевую аудиторию и повысить эффективность маркетинговых усилий.

Аристов В.М. и Ким В.В. считают, что сегментация рынка является важным инструментом при формировании товарного ассортимента. Она позволяет компаниям лучше понять своих клиентов и их потребности, а также определить наиболее перспективные сегменты рынка, на которые следует ориентироваться, а также разработать продукты и услуги, которые наиболее точно соответствуют потребностям каждого сегмента, что способствует увеличению продаж и удовлетворению клиентов [11].

Эргардт О.И. отмечает, что сегментация рынка не всегда является эффективным инструментом для формирования товарного ассортимента. В некоторых случаях, особенно на насыщенных рынках, сегментация может быть сложной или невозможной из-за высокой конкуренции и ограниченных возможностей для дифференциации продуктов. Кроме того, сегментация может быть затратной и требовать значительных ресурсов для проведения исследований и анализа. Вместо этого, компании могут предпочесть использовать другие подходы, такие как массовый маркетинг или ориентация на определенные группы клиентов на основе их поведения или предпочтений [12].

Мы полагаем, что при подборе товаров в состав ассортиментной политики необходимо ориентироваться на две ключевые группы: товары основного ассортимента, которые удовлетворяют спрос большинства потребителей, и товары импульсивной покупки, которые имеют высокую добавочную стоимость, и не предназначены для удовлетворения основного спроса, но продажа которых наиболее выгодна для предприятия. Сторонниками такой концепции являются современные специалисты в области маркетинга, например, Игорь Манн [13], Максим Батырев [14], а также известные казахстанские маркетологи Ботагоз Альмухамбетова [15], Александр Савельев (автор бестселлера «Крутые продажи») [16].

Далее целесообразно решить, каким образом, из всего ассортимента выбирать товары, на которые следует в большей степени потратить рекламный бюджет. В классической школе маркетинга для выбора таких товаров предлагается множество вариантов: можно использовать математические методы расчета глубины ассортимента, ABC – анализ, и другие методы. Мы полагаем, что для указанных целей вполне подходит алгоритм, озвученный такими практиками маркетинга, как Игорь Манн [13] и Александр Савельевым [16]:

1) следует проанализировать товарный ассортимент и выяснить какие товары больше всего покупают;

2) используя метод Парето «80/20» (80% прибыли при 20% затрат) из товарного ассортимента выделить товары, которые приносят компании наибольшую прибыль при наименьших затратах. На указанные группы товаров компании следует преимущественно тратить свой маркетинговый бюджет.

Предложим следующую структуру алгоритма построения ассортиментной политики предприятия (см. рис.1).



Рисунок 1 - Алгоритм построения ассортиментной политики предприятия

Примечание: рисунок составлен на основе источников [14-16].

В соответствии с представленной схемой, сформулируем алгоритм построения ассортиментной политики предприятия:

1. Для подбора ассортиментной политики предприятию следует сфокусироваться на нескольких группах товаров основного ассортимента, которые способны удовлетворить все категории потребителей, относящихся к целевой аудитории компании. Товары основного ассортимента следует ранжировать по широте и глубине, сбалансированности, устойчивости и обновляемости. Также следует представить несколько групп товаров импульсивной покупки с высокой маржинальностью и сравнительно низкой себестоимостью, например, детские товары.

2. Для выбора товаров, которые компании следует рекламировать, их следует ранжировать по критерию «20/80», выделить условно 20% товаров, которые приносят 80% прибыли, и распределить на них 80% рекламного бюджета.

Рассмотрим, каким образом происходит реализация указанного алгоритма на практике, на примере продвижения премиальной косметики бренда Letique в г. Алматы Республики Казахстан на площадке магазина Kaspi.kz [17]. В магазине представлено 143 позиции указанного бренда, при этом в спонсируемом топе находятся всего 18 позиций (12,5% товарного ассортимента). Ключевыми критериями выбора указанных товаров для рекламного продвижения являются:

- сравнительно недорогая ценовая категория для указанного бренда (стоимость товаров не превышает 5000 тенге за товарную единицу);

- популярные позиции, востребованные у всех девушек и женщин независимо от возраста (увлажняющий крем – баттер для тела, увлажняющая сыворотка, обертывания).

Ассортиментная политика помогает предприятию в формировании ассортимента продукции в зависимости от потребностей рынка, финансового состояния предприятия и его стратегических целей. Она необходима любому предприятию, вне зависимости от товаров или услуг, которые оно производит или предоставляет, так как является одной из основ поддержания конкурентоспособности компании. В ходе написания статьи нами был сформулирован алгоритм построения ассортиментной политики для торговых предприятий, базирующийся на оптимальном распределении рекламного бюджета на определенные товарные категории.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Оськина В.С. Теоретические основы ассортиментной политики предприятия // Вестник науки. - 2023. - №3 (60). - С.42-46.
2. Малышев А.А., Салмова А.В. Совершенствование ассортиментной политики // Форум молодых ученых. - 2019. - №2 (30). - С.988-993.
3. Сатарова И.В., Луканова Е.А. Формирование ассортиментной политики предприятия // Скиф. - 2022. - №3 (67). - С.169-176.
4. Петрова А.В. Матричные методы анализа товарного ассортимента и их сравнительная характеристика // Kant. - 2021. - №3 (40). - С.62-67.
5. Левина А.Б., Якунина Ю.С., Глинчикова Е.А. Аудит ассортимента как инструмент управления ассортиментной политикой предприятия // Вестник ЮУрГУ. Серия: Экономика и менеджмент. - 2021. - №3. - С. 163-174.
6. Гончарова К.В., Ковалева М.С. Управление ассортиментом товаров на современных торговых предприятиях // Форум молодёжной науки. - 2021. - №2. - С.23-28.
7. Захарченко Е.В. Ассортиментная политика на сервисных предприятиях // Торгово-экономический журнал. - 2017. - №2. - С.73-80.
8. Польшгалына Н.Б., Жуковская С.Л. Использование сегментного анализа в управлении товарным ассортиментом // Практический маркетинг. - 2018. - №12 (262). - С.25-29.
9. Баранова Л.С. Управление продажами промышленного предприятия: методы и инструменты // Петербургский экономический журнал. - 2018. - №3. - С.142-152.
10. Батычко К.С. Анализ жизненного цикла товара как средство ведения эффективной маркетинговой деятельности // Экономика и социум. - 2019. - №12 (67). - С.254-257.
11. Аристов В.М., Ким В.В. Концепция инновационного маркетинга для продвижения нового продукта на рынок // Экономический Вектор. - 2018. - №3 (14). - С.22-25.
12. Эргардт О.И., Герман О.И. Методы анализа ассортиментной политики предприятия // Экономика и бизнес: теория и практика. - 2017. - №9. - С.6-11.
13. Манн И., Турусина А., Уколова Е. Инструменты маркетинга для отдела продаж. - М.: Манн, Иванов и Фербер (МИФ). - 2017. - 130 с.
14. Батырев М. 45 татуировок менеджера. Правила для тех, кто продает и управляет продажами. - М.: Манн, Иванов и Фербер (МИФ). - 2013. - 230 с.
15. Альмухамбетова Б.Ж., Ерманкулова Р.И. Перспективы развития электронной коммерции в Казахстане // European journal of economics and management sciences. - 2019. - №1. - С.9-11.
16. Савельев А. Крутые продажи. Как договариваться с людьми и зарабатывать деньги. - А.: Книжный клуб. - 2018. - 325 с.
17. Интернет – магазин Letique Cosmetics – Доступ: <https://kaspi.kz/shop/p/letique-cosmetics-obertyvanie-lymphatic-drainage-200-ml-101496234/> (Дата обращения 11.11.2023).

Сведения об авторах

*Мусина Алина Ерболовна - Студент специальности «Маркетинг», Каспийский
Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан
e-mail: alina.musina02@mail.ru

**Ащеулова Наталья Андреевна, сеньор-лектор, Каспийский
Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

Авторлар туралы мәліметтер

*Мусина Алина Ерболовна - «Маркетинг» мамандығының студенті
Каспий Қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы, e-mail:
alina.musina02@mail.ru

**Ащеулова Наталья Андреевна, сеньор-лектор, Каспий Қоғамдық университеті,
Алматы қ., Қазақстан Республикасы

Information about the authors

*Musina Alina - Student of the «Marketing» education program
Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

** Ashcheulova Natalya, senior – lecturer, Caspian Public University, Almaty, Republic of
Kazakhstan

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ И АУДИТ ДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ В ТОРГОВЛЕ

Мухтарова Г.Р.

Каспийский общественный университет, г. Алматы,
Республика Казахстан

Аннотация. Учет и аудит движения товаров в торговле являются важнейшими аспектами хозяйственной деятельности, обеспечивая достоверную финансовую отчетность, соблюдение нормативных требований и эффективное управление товарными запасами. Регулярные и тщательные процессы бухгалтерского учета и аудита помогают предприятиям вести точную финансовую отчетность, принимать обоснованные решения и демонстрировать прозрачность для заинтересованных сторон. Очень важно быть в курсе изменений в стандартах и правилах бухгалтерского учета, чтобы обеспечить их соответствие и лучшие практики.

При написании статьи объектом исследования стало ТОО «Delta Doors».

Ключевые слова: Оценка, себестоимость, амортизация, учет покупок и продаж запасов.

САУДА ТАУАРЛАРДЫҢ ҚОЗҒАЛЫСЫНЫҢ ЕСЕБІ МЕН АУДИТІ

Мұхтарова Г.Р.

Каспий Қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

Аңдатпа. Саудадағы тауар қозғалысын есепке алу және аудит жүргізу кәсіпкерлік қызметтің маңызды аспектілері болып табылады, сенімді қаржылық есептілікті, нормативтік талаптардың сақталуын және қорларды тиімді басқаруды қамтамасыз етеді. Тұрақты және мұқият есеп және аудит процестері бизнеске нақты қаржылық есептерді жүргізуге, негізделген шешімдер қабылдауға және мүдделі тараптарға ашықтық көрсетуге көмектеседі. Сәйкестікті және озық тәжірибелерді қамтамасыз ету үшін бухгалтерлік есеп стандарттары мен ережелеріндегі өзгерістерден хабардар болу маңызды.

Түйін сөздер: Тауарлы-материалдық қорларды бағалау, өзіндік құн, амортизация, сатып алу және сату есебі.

ACCOUNTING AND AUDIT OF THE MOVEMENT OF GOOD IN TRADE

Mukhtarova G.R.

Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

Summary. Accounting and auditing of the movement of goods in trade are critical aspects of business activity, ensuring reliable financial reporting, compliance with regulatory requirements and effective inventory management. Regular and thorough accounting and auditing processes help businesses maintain accurate financial records, make informed decisions, and demonstrate transparency to stakeholders. It is important to stay abreast of changes in accounting standards and regulations to ensure compliance and best practices.

Key words: Valuation, cost, depreciation, accounting for purchases and sales of invent

Современное развитие торговли обусловлено совершенствованием технических процессов, появлением новых направлений продаж, формированием крупных торговых площадок, что приводит к качественным изменениям в этой сфере. Сегодняшняя торговая

отрасль является важнейшим связующим звеном между производителями товаров и их конечными потребителями.

Деятельность торговых организаций тесно связана с различными товарами. Прием товаров от поставщиков, хранение и реализация сопровождаются учетом и обязательной документацией. Движение товаров имеет множество особенностей в бухгалтерском учете.

В любой организации, занимающейся торговлей, главным объектом для осуществления своей деятельности является товар. Рассмотрим, как трактует данное понятие законодательство РК.

Определение товара можно найти в пункте 40, статья 1, главы 1 Закон Республики Казахстан от 12 апреля 2004 года № 544-ІІ О регулировании торговой деятельности. Товар - любой, не изъятый из оборота продукт труда, предназначенный для продажи или обмена.

Возможные способы поступления товаров в организацию:

- Приобретение за плату, в основе которого лежит договор поставки (Поступление от продавцов РК, Импорт);

- Внесение в счет вклада в уставный капитал организации (учредителями компании);

- Получение организацией безвозмездно;

- Путем обмена товаров;

- В результате выявленных излишков товара при инвентаризации.

Одними из важных факторов правильного учета товаров являются учет и аудит движения товаров. Рассмотрим каждый из данных факторов глубже.

Учет движения товаров включает в себя одни из следующих важных критериев:

а) Оценка запасов - Оценка себестоимости товарно-материальных запасов осуществляется следующими методами: средневзвешенной стоимости, ФИФО, специфической идентификации. Метод оценки по средневзвешенной стоимости наиболее распространен в учетной практике казахстанских предприятий. Организация должна использовать одну и ту же формулу расчета себестоимости для всех запасов, имеющих сходные свойства и характер использования организацией. Применительно к запасам с несходными свойствами или характером использования может быть оправданно применение разных формул расчета себестоимости.

б) Учет поступлений и реализаций - Учет доходов от обычной деятельности (выручки) регламентируется [МСФО \(IAS\) 18 «Выручка»](#). Операции по поступлению и реализации товаров должны быть верно зафиксированы и внесены в учетную систему компании. Первичная документация должна быть в полном объеме: накладная на отпуск запасов на сторону, счет-фактура (электронная счет фактура), товарно-транспортная накладная (сопроводительная накладная на товары), фискальный чек и другие.

в) Себестоимость проданных товаров. Себестоимость товара — это сумма расходов, которые продавец понес перед продажей товара. Сюда можно отнести затраты на производство и инструменты продвижения, оплату склада и зарплату сотрудникам.

г) Инвентаризация товарно-материальных запасов - это один из элементов метода бухгалтерского учета, предполагающий проверку основных средств, нематериальных активов, товарно-материальных ценностей, незавершенного производства, денежных средств, расчетов и их сопоставление с данными учета. [с. 45].

Аудит - проверка в целях выражения независимого мнения о финансовой отчетности и прочей информации, связанной с финансовой отчетностью, в соответствии с законодательством Республики Казахстан [с. 5]

Аудит движения товаров заключается в следующем:

а) Аудит внутреннего контроля – Установить и оценить систему внутреннего контроля для обеспечения точности и надежности инвентарных записей. Это включает разделение обязанностей, соответствующее делегирование полномочий и меры физической безопасности.

б) Инвентаризация - Физические инвентаризации должны проводиться на регулярной основе для проверки точности зарегистрированных количеств. Любые расхождения между фактическими подсчетами и зарегистрированными суммами должны быть расследованы и сверены.

в) Обзор документации - Аудиторы проверяют подтверждающую документацию, такую как заказы на покупку, заказы на продажу, счета-фактуры и документы о продаже либо поступлении, чтобы проверить наличие транзакций и точность зарегистрированных сумм.

г) Соблюдение процедур - Аудиторы могут наблюдать за процедурами инвентаризации компании от покупки до продажи, чтобы обеспечить соблюдение учетной политики и отраслевых стандартов.

д) Сверка инвентарных записей - Сверить постоянные записи о запасах (хранящиеся в системе бухгалтерского учета) с фактическими запасами для выявления и устранения любых несоответствий.

е) Соблюдение правил - Обеспечивать соблюдение соответствующих стандартов бухгалтерского учета (например, Международных стандартов финансовой отчетности – МСФО, Общепринятых принципов бухгалтерского учета – GAAP) и любых отраслевых правил.

ж) Тестирование методов расчета затрат - Если компания использует определенные методы учета запасов (ФИФО, средневзвешенной стоимости, специфической идентификации), аудиторы могут протестировать применение этих методов, чтобы обеспечить последовательность и соответствие требованиям.

з) Требования к раскрытию информации - Убедиться, что финансовая отчетность содержит соответствующую информацию о политике управления запасами и любых существенных рисках или неопределенностях.

К видам внутренней торговли в Республике Казахстан относятся оптовая и розничная торговля, общественное питание, аукционная, комиссионная, приграничная, выездная, выставочно - ярмарочная, электронная, биржевая торговля и торговля по заказам [с. 1].

Основная деятельность рассматриваемого объекта исследования - ТОО «Delta Doors» это оптовая и розничная торговля; ремонт автомобилей и мотоциклов.

Разберем оптовую и розничные виды торговли.

Оптовая торговля — это предпринимательская деятельность по реализации товаров, предназначенных для последующей продажи или иных целей, не связанных с личным, семейным, домашним и иным подобным использованием.

Розничная торговля — это предпринимательская деятельность по продаже покупателю товаров, предназначенных для личного, семейного, домашнего или иного использования, не связанного с предпринимательской деятельностью.

Оптовая и розничная торговля, общественное питание и иные, установленные настоящим Законом виды торговли относятся к видам внутренней торговли. Порядок и требования к осуществлению оптовой, розничной торговли и общественного питания, а также к объектам внутренней торговли устанавливаются в соответствии с законодательством Республики Казахстан.

Рассмотрим ведение бухгалтерского учета на примере организации ТОО «Delta Doors». Организация является плательщиком НДС, на общеустановленном режиме. Действует данная организация в Республике Казахстан на основании Устава. ОКЭД вида деятельности - 46909 - Оптовая торговля широким ассортиментом товаров без какой-либо конкретизации.

Основная деятельность организации Импорт товаров из ЕАЭС (Евразийский экономический союз) и реализация товара на территории Республика Казахстан.

Далее, рассмотрим корреспонденции счетов бухгалтерского учета, используемые в работе ТОО «Delta Doors», при операциях, связанных с товарами.

Поступление товаров по Импорту

Дт	Кт	
3310	1710	Зачет аванса поставщику, при предоплате
7430	3310	Переоценка валютных средств (БУ), при курсовых разнице, последующая оплата
3310	6250	Переоценка валютных средств (БУ), при курсовых разнице, последующая оплата
1330	3310	Оприходованы ТМЗ

Также имеются дополнительные расходы организации, на приобретение товаров, такие как например доставка товаров со склада поставщика, до нашего склада. Эти расходы считаются дополнительными расходами и увеличивают себестоимость приобретенного товара.

Импортированный товар требуется задекларировать, сдав в налоговый орган Заявление о ввозе товаров и уплате косвенных налогов, которое образует следующую корреспонденцию:

Дт	Кт	
1750	3130	НДС на товары таможенного союза, ввозимые с территории ЕАЭС

НДС по приобретенному товару по импорту идет в зачет НДС, по следующим корреспонденциям счетов

Дт	Кт
1421	1750

Также товары могут быть приобретены у поставщиков-резидентов в Республике Казахстан. В таком случае корреспонденции счетов будут следующими:

Дт	Кт	
3310	1710	Зачет аванса поставщику, при предоплате
1310	3310	Оприходованы ТМЗ
1421	3310	НДС в зачет

После проведения всех вышеперечисленных действий в учетной системе бухгалтерского учета организации, приобретенные товары могут быть реализованы в республике Казахстан и за ее пределами. При реализации на территории Республики Казахстан ставка НДС будет равна 12%, а при экспорте 0%.

Корреспонденции счетов при реализации товара

Дт	Кт	
7010	1330	Списаны ТМЗ
1210	6010	Выручка от реализации, при полученном авансе
1210	3130	Начислен НДС, при полученном авансе (при ставке НДС 12%)

В учете товарно-материальных запасов могут быть ошибки, которые возможно выявить при инвентаризации.

В результате инвентаризации ТМЦ могут быть выявлены:

- недостача или излишек ТМЦ;
- порча или потеря ТМЦ своих качеств;
- ошибочное отнесение имущества к ТМЦ;
- ошибки при формировании стоимости ТМЦ;
- ошибки при списании ТМЦ с учета.

Причинами недостачи материальных ценностей может быть хищение и естественная убыль. Причиной излишка - не оприходование во время ТМЦ или пересортица.

Порядок учета недостачи зависит от наличия норм естественной убыли по данному типу ТМЦ, а также от того, установлены ли по факту недостачи виновные лица. Недостача или порча ТМЦ в пределах утвержденных норм естественной убыли в бухгалтерском учете относится на издержки производства или обращения, сверх норм - на виновных лиц. Для целей налогового учета потери от недостачи и (или) порчи ТМЦ в пределах норм естественной убыли приравниваются к материальным расходам. [с. 3].

Роль внутреннего аудита ТОО «Delta Doors» заключается в том, что он:

Во-первых, является действенным механизмом оценки эффективности деятельности менеджмента. Внутренний аудит становится мощным инструментом контроля происходящих в организации процессов во всей полноте.

Во-вторых, является механизмом совершенствования системы внутреннего контроля. Внутренний аудит не только проверяет и оценивает систему внутреннего контроля на предмет ее соответствия поставленным целям и заданным критериям, но и предоставляет рекомендации по ее совершенствованию.

В-третьих, является объективным источником информации. Внутренний же аудит обладает информацией по всем аспектам деятельности организации и инструментарием для обобщения и анализа данных, поэтому тесное взаимодействие с внутренним аудитом повышает эффективность принятия решений менеджментом. В данной ситуации внутренний аудит становится источником информации, помогающим менеджеру по-новому посмотреть на вещи и оценить качество выполнения принятых управленческих решений.

В-четвертых, является механизмом совершенствования системы управления.

В-пятых, предоставляет гарантии. Учредителям и менеджменту компании необходимо получить гарантии того, что система внутреннего контроля эффективна, сотрудники соблюдают правила и процедуры, руководство получает надежную информацию, активы защищены, риски оцениваются и определены мероприятия по управлению ими, задачи, стоящие перед организацией, успешно выполняются.

В-шестых, нацелен на решение проблем. Внутренний аудит – это, по сути, специально созданный механизм, основной целью которого является поиск и решение проблем, а, следовательно, он служит стимулом к внедрению перемен.

В-седьмых, ориентирован на предоставление консультаций [с. 48-49].

Результаты финансового анализа позволяют выявить уязвимые места, требующего особого внимания и разработать мероприятия по их ликвидации. Анализ финансовых результатов организации представляет собой экономическую науку, деятельность торговой организации и точку зрения оценки имущественного и финансового состояния. Главной и основной задачей анализа является выявление неиспользованных резервов в повышении эффективности работы хозяйствующего субъекта.

Финансовый результат является завершением цикла товарооборотов и результатов всей динамики бизнеса. Важными показателями являются: показатели рентабельности, показатели рыночной устойчивости, платежеспособности. Экономическая сущность рентабельности заключается как отношение одного показателя к другому.

Наиболее важным показателем эффективности торговли является рентабельность. Являясь одним из основных комплексных показателей, он позволяет оценить деятельность не только за период, но и выявляет перспективные резервы для повышения эффективности. Рентабельность – это величина, которая рассчитывается как отношения полученного финансового результата к источнику средств. Финансовый результат торговой деятельности выражается различными показателями: выручка от прибыли, валовая прибыль, прибыль до налогообложения и другими.

Эффективная деятельность торговли невозможна без платежеспособности. Ликвидность предприятия может быть обеспечена четким построением управлением денежных потоков. В торговых организациях часть капитала выражена в денежных средствах: дебиторской и кредиторской задолженности. Коэффициент ликвидности отражает возможную торговлю организации, погашать свои задолженности, за счет своих оборотных активов.

Значение учета товарных операций для торговых организаций трудно переоценить. Именно информация, формируемая в системе бухгалтерского учета, служит основой для принятия основных управленческих решений, организации планирования и контроля.

Бухгалтерский учет товарных операций позволяет получать информацию о ходе поступления товаров, о выполнении договорных обязательств поставщиками и покупателями продукции, о состоянии товарных запасов, о ходе отгрузки и реализации ценностей и контроле за их сохранностью.

В практике бухгалтерского учета нередко возникают ситуации, когда специалисты допускают недочеты и ошибки в учете товарных операций, что приводит к искажению бухгалтерской отчетности и неправильному исчислению финансовых результатов деятельности предприятия. Вследствие этого особую актуальность приобретает проведение аудиторской проверки товарных операций торговой организации.

При анализе товарооборота большое внимание уделяется товарообороту и товарным позициям. Запасы товаров, необходимые для текущей торговли, называются текущими запасами. В торговой организации текущие запасы должны находиться в оптимальном количестве. Их недостаток может привести к отклонениям в планах оборота, тем самым мешая организации достичь максимальной прибыли. Если запасов окажется больше, чем необходимо, организация понесет дополнительные затраты на их обеспечение, что приведет к нехватке свободных денежных средств и ухудшению качества товара, что негативно отразится на прибыли.

Список использованных источников

1. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 2 «Запасы»
2. [МСФО \(IAS\) 18](#) «Выручка»
3. «Расчет себестоимости товара в торговле» Т. Вепрева
4. «Себестоимость продукции» М. П. Саков, Н. М. Студенкова
5. Википедия. «Бухгалтерский и налоговый учет в коммерческих организациях» Томшинская И.Н.
6. Учебное пособие по основам бухгалтерского учета для студентов экономических специальностей, Л. Лашун, кандидат э.н., профессор, университет «Туран» с. 45
7. Аудит, Учебное пособие. Сакенова З.М., Сакенов Н.А. . [Электронный ресурс ресурс с. 45. URL: <http://lib.tau-edu.kz/wp-content/uploads/2020/04/%D0%A1%D0%B0%D0%BA%D0%B5%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0-%D0%90%D1%83%D0%B4%D0%B8%D1%82-%D1%83%D1%87%D0%B5%D0%B1%D0%BD%D0%BE%D0%B5-%D0%BF%D0%BE%D1%81%D0%BE%D0%B1%D0%B8%D0%B5.pdf>]

8. Правила внутренней торговли РК Приказ и.о. Министра национальной экономики Республики Казахстан от 27 марта 2015 года № 264. с. 1

8. Интернет ресурс Параграф https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=30036102&pos=32;-25#pos=32;-25 с.3

9. О регулировании торговой деятельности. Закон РК от 12.04.2004 г. № 554

Интернет ресурс Информационно-правовая системанормативных правовых актовРеспублики Казахстан Әділет [URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z040000544>]

10. Аудит, Учебное пособие. Сакенова З.М., Сакенов Н.А. [Электронный ресурс ресурс с. 48-49. URL: <http://lib.tau-edu.kz/wp-content/uploads/2020/04/%D0%A1%D0%B0%D0%BA%D0%B5%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0-%D0%90%D1%83%D0%B4%D0%B8%D1%82-%D1%83%D1%87%D0%B5%D0%B1%D0%BD%D0%BE%D0%B5-%D0%BF%D0%BE%D1%81%D0%BE%D0%B1%D0%B8%D0%B5.pdf>]

Сведения об авторе

*Мухтарова Гозьяль Рахимжановна - Главный бухгалтер, ТОО Delta Doors, e-mail: guzelyam0810@icloud.com

Автор туралы мәліметтер

*Мұхтарова Гозьял Рахымжанқызы - Бас есепші, ТОО Delta Doors, e-mail: guzelyam0810@icloud.com

Information about the authors

*Mukhtarova Gozyal Rakhimzhanovna - Chief Accountant, TOO Delta Doors, e-mail: guzelyam0810@icloud.com

ӘОЖ 658.8.012.25

КӘСІПКЕРЛЕРГЕ АРНАЛҒАН СТРАТЕГИЯЛАРДЫ ӘЗІРЛЕУДІҢ ИННОВАЦИЯЛЫҚ ТӘСІЛДЕРІ: КЕШЕНДІ ТАЛДАУ ЖӘНЕ ҚОЛДАНУ ЖОЛДАРЫ

Нетаев М. А.¹, Куандыкова М.Б.²

¹ «Менеджмент» мамандығының 4-ші курс студенті, Каспий қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

² «Экономика және менеджмент» кафедрасының оқытушысы, э.ғ.м., Каспий қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

Аңдатпа

Мақала кәсіпкерліктің дамуына қажетті инновациялық стратегияларды әзірлеу тәсілдеріне кешенді талдауды ұсынады. Зерттеуде, нарықтың өзгермелі сипаты мен

технологиялық прогрестің жылдамдығына бейімделе отырып, кәсіпкерлердің табыстылығын арттыру жолдары қарастырылады. Сонымен қатар, жаңа стратегияларды қалыптастырудағы басты факторлар мен олардың тиімділігіне ықпал ететін элементтер талданады. Мақала кәсіпкерлерге нарықтық талаптарға жауап бере алатын және бәсекеге қабілеттілігін арттыра алатын инновациялық стратегияларды құру мен енгізу бойынша практикалық ұсыныстар береді.

Кілтті сөздер: Кәсіпкерлік стратегия, инновация, нарықтық бейімделу, технологиялық прогресс, табыстылық арттыру, стратегиялық жоспарлау, бәсекеге қабілеттілік.

Аннотация

В статье предлагается комплексный анализ путей разработки инновационных стратегий, необходимых для развития предпринимательства. В исследовании рассматриваются пути повышения прибыльности предпринимателей, адаптируясь к меняющейся природе рынка и скорости технологического прогресса. Кроме того, анализируются основные факторы формирования новых стратегий и элементы, способствующие их эффективности. В статье предпринимателям даны практические рекомендации по созданию и реализации инновационных стратегий, способных реагировать на запросы рынка и повысить их конкурентоспособность.

Ключевые слова: Стратегия бизнеса, инновации, адаптация к рынку, технологический прогресс, повышение прибыльности, стратегическое планирование, конкурентоспособность.

Abstract

The article offers a comprehensive analysis of ways of developing innovative strategies necessary for the development of entrepreneurship. The study examines ways to increase the profitability of entrepreneurs, adapting to the changing nature of the market and the speed of technological progress. In addition, the main factors in the formation of new strategies and the elements contributing to their effectiveness are analyzed. The article provides entrepreneurs with practical recommendations for creating and implementing innovative strategies that can respond to market demands and increase their competitiveness.

Key words: Business strategy, innovation, market adaptation, technological progress, increasing profitability, strategic planning, competitiveness.

Қазіргі әлемде кәсіпкерлік экономикалық дамудың негізгі қозғалтқыштарының біріне айналды. Дегенмен, серпінді және үнемі өзгеріп отыратын бизнес ортасында сәтті бәсекелесу үшін кәсіпкерлер инновациялық тәсілдерді ескеретін және жаңа шындықтарға белсенді түрде бейімделетін стратегияларды әзірлеуі керек. Бұл мақалада біз кәсіпкерлерге бизнесті табысты жүргізу үшін кешенді стратегияларды әзірлеуге көмектесетін заманауи инновациялық әдістер мен құралдарды қарастырамыз. Біз сондай-ақ осы тәсілдерді қолдану жолдарын және олардың қазіргі кәсіпкерлік әлеміндегі маңыздылығын талқылаймыз. Инновация бизнестің ажырамас бөлігіне айналды және олардың стратегияларды әзірлеудегі рөлін түсіну қазіргі кәсіпкерлер үшін сәттіліктің негізгі факторы болуы мүмкін [1,35б.]

Стратегиялық жоспарлау - бұл ұйымның ұзақ мерзімді мақсаттарын және осы мақсаттарға жету жолдарын анықтайтын процесс. Ол ұйымның миссиясына, көрегендік болжамдарына, бағдарламаларына, мақсаттарына және стратегияларына басшылық етеді. Келесі абзацтарда стратегиялық жоспарлаудың теориялық негіздерін қарастырамыз.

Стратегиялық жоспарлаудың мақсаты: Стратегиялық жоспарлау ұйымның болашаққа бағдарлануын, қоршаған ортаның өзгерістеріне икемделуін және ішкі ресурстарын тиімді басқаруын қамтамасыз етеді.

Сыртқы және ішкі талдау: Стратегиялық жоспарлау процесі сыртқы және ішкі талдауларды қамтиды. Сыртқы талдау нарықтық тенденцияларды, бәсекелестік ортаны және макроэкономикалық факторларды зерттейді. Ішкі талдау ұйымның қабілеттерін, процестерін және мәдениетін бағалайды.

SWOT талдауы: SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) талдауы - бұл ұйымның ішкі күштері мен әлсіз жақтарын, сондай-ақ сыртқы мүмкіндіктер мен қауіптерді анықтауға арналған аспап.

Портердің бес күш моделі: Майкл Портердің бес күш моделі бәсекелестік ортаның күшін және ұйымның стратегиясын қалай құру керектігін анықтайды.

Ансоффың өсу матрицасы: Игорь Ансоффың өсу матрицасы бизнестің өсу стратегияларын - нарықтың дамуы, өнімнің дамуы, диверсификация және нарықты тереңдету стратегияларын қарастырады.

SMART мақсаттар: SMART (Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Time-bound) мақсаттар - бұл ұйымның нақты, өлшенетін, жетістікке жетуі мүмкін, тиісті және уақыт шеңбері бар мақсаттарын айқындауға көмектеседі.

Баланстық көрсеткіштер тақтасы (BSC): Баланстық көрсеткіштер тақтасы ұйымның әр түрлі перспективаларынан (қаржылық, клиенттер, ішкі бизнес процестері, үйрену және өсу) көрсеткіштерді қарастырады.

Стратегиялық жоспарлау циклі: Стратегиялық жоспарлау циклі мақсаттарды белгілеу, стратегияны жоспарлау, іске асыру және бақылауды қамтиды.

Жалпы стратегиялық бағыттар: Ұйымның жалпы стратегиялық бағыттары (мысалы, баға басымдылығы, дифференциация және шоғырландыру) оның нарықтағы позициясын анықтайды [2,976.]

Стратегиялық жоспарлаудың теориялық негіздері ұйымдарға олардың болашағын анықтау және жоспарлау үшін бірқатар құралдар мен үлгілерді ұсынады. Бұл процесс ұйымдарға өздерінің стратегиялық мақсаттарына сәйкес іс-қимылдарын бағыттауға көмектеседі.

Стратегиялық жоспарлаудың теориялық негіздері бекітілгеннен кейін, кәсіпкерлер үшін инновациялық стратегиялардың құрылымын және қолданылуын анықтау маңызды болып табылады. Инновациялық стратегиялар бизнестің бәсекелестік артықшылықтарын арттыру және нарықтағы өзгерістерге жылдам жауап беру үшін көмектеседі. Мұндай стратегиялар кәсіпкерлердің бизнес модельдерін жаңартуға және жаңа өнімдер мен қызметтерді жасауға бағытталған [3,1356.]

Нақты стратегиялардың құрылымы:

1. Инновациялық бағыттарды анықтау:

- Технологиялық трендтерді бақылау және олардың бизнеске ықпалын түсіну.
- Нарықтық сұраныстарды және тұтынушылардың өзгеріп отыратын талаптарын анализдеу.

2. Жаңашылдыққа бағытталған мәдениетті дамыту:

- Ішкі кәсіпкерлікті ынталандыру және қолдау.
- Креативті идеялар мен инновацияларды бағалау және жүзеге асыру.

3. Жаңа идеяларды жасау және тестілеу:

- Өнімнің минималды жұмыс істейтін нұсқасын (MVP) әзірлеу және нарыққа шығару.
- Бизнес-модельдердің инновациялық прототиптерін жасау.

4. Инновациялық стратегияларды жүйелік тәсілмен жоспарлау:

- Стратегиялардың құрылымын анықтау және оларды іске асырудың жоспарын жасау.

- Жаңашылдық жобаларына ресурстарды бөлу және тәуекелдерді басқару.

Стратегиялардың қолданылуы:

1. Ішкі процестерге интеграция:

- Инновациялық идеяларды жүзеге асыру үшін ішкі процестерді қайта құру.

- Жаңашылдықтарды стандартты жұмыс процедураларына енгізу.

2. Нарыққа шығу стратегиясы:

- Жаңа өнімдер мен қызметтерді нарыққа таныстыру жоспарын әзірлеу.
- Маркетингтік және сату стратегияларын жетілдіру.

3. Өлшемдер мен көрсеткіштерді қадағалау:

- Жаңа стратегиялардың әсерін өлшеу және бағалау.
- Өнімділікті және рентабельділікті жақсарту мақсатында жетілдірулер енгізу.

4. Тұрақты жаңару және үйрену:

- Маркетплейстегі өзгерістерге бейімделу.
- Білім беру және дамыту бағдарламалары арқылы ұжымдық біліктілікті арттыру.

Нақты стратегияларды құру және қолдану кезінде бұл аспектілердің барлығы ескерілуі тиіс. Инновациялық стратегиялардың сәттілігі көп жағдайда олардың жүйелі және өлшенген тәсілмен қолданылуына байланысты. Кәсіпкерлер үшін бұл процестер кәсіпорынды нарықтағы өзгерістерге икемделуге мәжбүр етеді және жаңа мүмкіндіктерді жүзеге асырудың негізін қалайды.

Кешенді талдау - бұл кәсіпкерлердің шешім қабылдау процесінде пайдаланатын күрделі және көпқырлы әдіс. Ол кәсіпкерлік ортаның әр түрлі аспектілерін, оның ішінде экономикалық, құқықтық, технологиялық және мәдени факторларды қамтиды. Кешенді талдау арқылы кәсіпкерлер өз бизнестерінің нақты жағдайын толыққанды түсіне алады және олардың стратегиялық шешімдері нақты деректерге негізделеді.

Кешенді талдау компоненттері:

1. Нарықтық талдау:

- Нарықтың өлшемі, өсу қарқыны және трендтері.
- Тұтынушылардың сұранысы, қажеттіліктері және әдеттері.

2. Өнеркәсіптік талдау:

- Сектордың құрылымы, бәсекелестік күштері және барьерлері.
- Бәсекелестердің стратегиясы және орын алып отырған өзгерістер.

Ішкі ресурстарды талдау:

– Компанияның қаржылық жағдайы, операциялық тиімділігі және капитал құрылымы.

- Адам ресурстары, корпоративтік мәдениет және инновацияға дайындық.

4. Технологиялық талдау:

- Жаңа технологиялардың пайда болуы және олардың бизнеске әсері.
- Технологиялық жаңалықтарды қабылдау және интеграциялау мүмкіндіктері.

Стратегиялық шешімдерге қолданылуы:

• Стратегиялық бағдарды анықтау:

– Кешенді талдау нәтижелеріне сүйене отырып, ұзақ мерзімді стратегиялық мақсаттарды белгілеу.

- Нарыққа ену стратегиялары, өнімді дамыту және нарықтың бөліктеріне өзгерту.

2. Ресурстарды бөлу:

- Ішкі ресурстарды және капиталды стратегиялық басымдықтарға бағыттау.
- Инвестицияларды тиімділігі жоғары аймақтарға жұмылдыру.

3. Жаңашылдық стратегияларын жасау:

- Технологиялық мүмкіндіктерді пайдалану және инновациялық процестерді құру.
- Жаңа бизнес модельдерін әзірлеу және жүзеге асыру.

4. Өзгерістерді басқару:

- Жаңа стратегияларды енгізу кезінде өзгерістерді басқару жоспарларын құру.
- Адам ресурстарын дамыту және оқыту бағдарламаларын жүргізу [4, 123б.]

Кешенді талдауды жүргізу және оның нәтижелерін стратегиялық шешімдер қабылдауда қолдану кәсіпкерлерге бизнес ортасындағы мүмкіндіктерді бағалап, тәуекелдерді басқаруға және бәсекелестік артықшылықтарды анықтауға мүмкіндік береді. Бұл стратегиялық ойлаудың

негізін қалап, кәсіпкерлердің нарықта сәтті болуы үшін қажетті шешімдерді қабылдауға көмектеседі.

Инновациялық стратегияларды іске асыруда кестелік құралдар маңызды роль атқарады. Олар стратегиялық жоспарлаудың барлық кезеңдерінде қажетті ақпаратты ұйымдастыруға, бақылауға және басқаруға көмектеседі. Мұндай құралдар стратегиялық мақсаттарды анықтаудан бастап, нақты іс-шаралардың орындалуына дейінгі процестерді қамтиды.

Инновациялық стратегияларды іске асырудағы кестелік құралдардың бір мысалы - бұл өнімді дамыту кестесі. Мұндай кесте өнімнің жоспарланған даму барысын, бастапқы идеядан нарыққа шығаруға дейінгі кезеңдерді көрсетеді. Келесі кесте өнімді дамытуға арналған типтік процестің бір мысалын ұсынады:

1-кесте – Өнімді дамыту

Кезең	Қызмет	Жауапты	Мерзім	Көрсеткіштер	Статус
Идея қалыптастыру	Идеялар жинақтау және бағалау	Инновация тобы	Қаңтар	Идеялар саны, бағалау критерийлері	Аяқталды
Талдау	Нарықтық зерттеулер жүргізу	Маркетинг тобы	Ақпан	Зерттеу есептері, талдау нәтижелері	Жүріп жатыр
Жоспарлау	Өнім жоспарын құру	Өнім менеджері	Наурыз	Жоспарлау құжаттары, бюджет	Жоспарланған
Прототиптеу	Прототип жасау және тестілеу	Зерттеу және Даму тобы	Сәуір-Мамыр	Прототиптер, тест нәтижелері	Жоспарланған
Өндіріске дайындық	Өндіріс процестерін жобалау	Өндіріс тобы	Маусым-Шілде	Өндіріс жоспары, шығын сметасы	Жоспарланған
Маркетинг және сатылым	Маркетинг стратегиясын және сату жоспарын әзірлеу	Маркетинг және Сату тобы	Тамыз-Қыркүйек	Маркетинг материалдары, сату каналдары	Жоспарланған
Ескерту: зерттеулер негізінде автормен құрастырылған					

Инновациялық стратегияларды іске асыруда кестелік құралдардың рөлі өте маңызды. Олар көмегімен кәсіпкерлер стратегияларды нақты және ұйымдастырылған түрде жоспарлай алады, іске асыру процесін бақылай алады және нәтижелерді талдай алады. Бұл құралдардың арқасында кәсіпорындар өз стратегияларын тиімді жүзеге асырудың және өзгерістерге бейімделудің маңызды аспектілеріне назар аудара алады. [4, 1236.]

Тәуекелдерді басқару кестесі сияқты кестелік құралдар іске асыру процесінде туындайтын тәуекелдерді анықтауға, бағалауға және оларға жауап беруге мүмкіндік береді. Өлшеу және бақылау кестелері жобаның қалай жүріп жатқанын және стратегиялық мақсаттарға жету деңгейін көрсетеді. Жоба жоспарының кестесі мен ресурстарды басқару кестесі жоспарлаудың, ресурстарды бөлудің және уақытты басқарудың негізін қалайды.

Кешенді және жүйелі кестелік құралдарды пайдалану арқылы кәсіпкерлер бизнесінде инновациялық өзгерістерді жүргізу кезінде жан-жақты және сақтандырулы бола алады. Бұл құралдар жоба басқару, стратегиялық жоспарлау және өзгеріс басқару процестерінде баға жетпес көмекші болып табылады және кәсіпкерлерге тұрақты және табысты бизнес құруда көмектеседі.

Бұл мақалада талқыланған "Кәсіпкерлерге арналған стратегияларды әзірлеудің инновациялық тәсілдері: кешенді талдау және қолдану жолдары" тақырыбы, кәсіпкерлік әлеміндегі стратегиялық жоспарлаудың маңыздылығын айқындайды. Инновациялық

тәсілдердің қолданылуы кәсіпкерлерге нарықтық өзгерістерге икемді реакция жасауға, өз бәсекелестерінен озуға және тұрақты өсу стратегиясын құруға мүмкіндік береді. Кешенді талдау арқылы біз кәсіпкерлік ортадағы әртүрлі стратегиялардың тиімділігін бағалап, олардың нақты қолданысқа бейімделуін тереңірек түсіндік. Мақалада көрсетілген аналитикалық құралдар мен әдістемелер, кәсіпкерлерге олардың іскерлік қызметінде пайдалы болуы тиіс. Болашақта, бұл стратегияларды қолдану арқылы кәсіпкерлер экономикалық дамуын жеделдете алады және жаңа нарықтарға сәтті енуге қабілетті болады. Сонымен қатар, мақалада ұсынылған білім мен тәжірибе кәсіпкерліктің жаңа қырларын ашуға және жаһандық экономикалық аренада табысты әрекет етуге негіз болуы тиіс.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Созинова А. А. Формирование инновационной системы управления предприятием в современных условиях / Созинова А. А, Е. С. Гурова // Журнал прикладных исследований. – 2020.
2. Материалы московского международного форума инновационного развития 2020. 19-21 октября 2020. URL: openinnovations.ru .
3. Сметанина А. И. Инновации в организациях непроизводственной сферы / А. И. Сметанина.- Текст непосредственный // Вопросы устойчивого развития общества. —2022г.
4. Спиридонова, Е.А. Управление инновациями: учебник и практикум для вузов / Е.А. Спиридонова. – М. : Издательство Юрайт,2020.— 298 с. – ISBN 978-5-538-06608-1.
5. Гончаренко Л. П. Инновационный менеджмент: учебник для вузов / под общей редакцией Л. П. Гончаренко. — 2-е изд., перераб. И доп. — Москва: Юрайт, 2022 — 487 с.

Авторлар туралы мәліметтер

***Нетаев Мейрам Амантайұлы** – Каспий Қоғамдық университетінің «Менеджмент» мамандығының 4-ші курс студенті, e-mail: netaevmeiram@gmail.com

****Куандыкова Маржан Болатбековна**- Каспий Қоғамдық университетінің «Экономика және менеджмент» кафедрасының оқытушысы, экономика ғылымдарының магистрі, e-mail: marchan1402@mail.ru

Сведения об авторах

* Нетаев Мейрам Амантаевич-студент 4 курса Каспийского общественного университета по специальности «Менеджмент", e-mail: netaevmeiram@gmail.com

** Куандыкова Маржан Болатбековна-преподаватель кафедры «Экономика и менеджмент " Каспийского общественного университета, магистр экономических наук, e-mail: marchan1402@mail.ru

Information about the authors

* **Netaev Meiram Amantaevich**-4th year student of the Caspian Public University, specialty "Management", e-mail: netaevmeiram@gmail.com

** **Kuandykova Marzhan Bolatbekovna**-Lecturer of the department of Economics and Management of the Caspian Public University, master of economics, e-mail: marchan1402@mail.ru

УДК 657.632.4

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ АУДИТА РАСЧЕТОВ С ПОКУПАТЕЛЯМИ

Плоткина Е. А., студентка бакалавриата
Каспийский общественный университет, г. Алматы,
Республика Казахстан

Аннотация. Тема актуальна, так как в условиях рыночных отношений увеличение или уменьшение дебиторской задолженности расчетов с покупателями оказывает большое влияние на оборачиваемость капитала, вложенного в текущие активы, а, следовательно, и на результаты финансово-хозяйственной деятельности, платежеспособность и ликвидность организации. Особое внимание уделяется разнообразию современных форм и средств расчетов с покупателями. Автором отмечается необходимость постоянного отслеживания своевременности проведения расчетов.

Ключевые слова: дебиторская задолженность, учет расчетов с покупателями, аудит расчетов с покупателями, ошибки учета расчетов с покупателями, формы расчетов с покупателями.

ТҰТЫНУШЫЛАР МЕНЕН ТӨЛЕМДЕР АУДИТІНІҢ АҒЫЗДЫ МӘСЕЛЕЛЕРІ

Плоткина Е. А., бакалавриат студенті
Каспий Қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

Аңдатпа. Тақырып өзекті, өйткені нарықтық қатынастар жағдайында сатып алушылармен есеп айырысудың дебиторлық берешегінің ұлғаюы немесе төмендеуі ағымдағы активтерге салынған капиталдың айналымына, демек, ұйымның қаржылық-экономикалық қызметінің нәтижелеріне, төлем қабілеттілігі мен өтімділігіне үлкен әсер етеді. Сатып алушылармен есеп айырысудың заманауи нысандары мен құралдарының әртүрлілігіне ерекше назар аударылады. Автор есептеулердің уактылы жүргізілуін үнемі қадағалап отыру қажеттілігін атап өтеді.

Түйін сөздер: дебиторлық берешек, сатып алушылармен есеп айырысуды есепке алу, сатып алушылармен есеп айырысу аудиті, сатып алушылармен есеп айырысуды есепке алу қателері, сатып алушылармен есеп айырысу нысандары.

CURRENT ISSUES IN AUDITING PAYMENTS WITH CUSTOMERS

Plotkina Y. A., bachelor student
Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

Summary. The topic is relevant, since in the conditions of market relations, an increase or decrease in accounts receivable settlements with customers has a great impact on the turnover of capital invested in current assets, and, consequently, on the results of financial and economic activities, solvency and liquidity of the organization. Special attention is paid to the variety of modern forms and means of settlements with customers. The author notes the need for constant monitoring of the timeliness of calculations.

Keywords: accounts receivable, accounting of settlements with buyers, audit of settlements with buyers, accounting errors of settlements with buyers, forms of settlements with buyers.

В последние годы в Казахстане наблюдается увеличение видов и форм расчетов с покупателями и, соответственно, увеличение количества транзакций.

Однако, вместе с ростом экономической активности возникают и новые проблемы в области учета и аудита дебиторской задолженности покупателей.

Дебиторская задолженность (от лат. *debitum*-долг, обязанность) - сумма долгов, причитающихся компании, от юридических или физических лиц в итоге хозяйственных взаимоотношений с ней. Обычно долги образуются от продаж в кредит [1, с. 58].

Расчеты с покупателями и заказчиками ведутся с последующей или предварительной оплатой договорных обязательств в соответствии с условиями заключенных договоров. Договор с покупателями должен быть оформлен в соответствии с требованиями Гражданского кодекса РК [2]. На основании договоров, вместе с отгрузкой продукции (товаров, работ, услуг) должны составляться другие сопроводительные документы: акт выполненных работ, в случае с работами и услугами; товарная накладная, оформляемая при отгрузке товара; на ее основании подтверждают факт передачи товарно-материальных ценностей покупателю; сопроводительная товарно-транспортная накладная – документ, оформляемый в электронной форме для отдельных категорий товаров, предназначенный для учета движения товарно-материальных ценностей к покупателю и подтверждению расчетов за их перевозку; счет на оплату, в котором указываются банковские реквизиты поставщика, цена единицы товара или услуги, общая стоимость товаров или услуг, а также сумма налога, включенного в стоимость товаров; счет-фактура – документ, выписываемый покупателю, чаще всего в электронной форме (ЭСФ), для правильного расчета и платежа налога на добавленную стоимость; другие сопроводительные документы [3, с. 31]. В Казахстане учет расчетов с покупателями ведется с применением двух счетов: один из которых краткосрочный, а другой долгосрочный: 1210 и 2110 соответственно [4].

Аудит, как новое явление, пришел в Казахстан вместе с рыночной экономикой и прочно утвердился в повседневной практике. Термин «аудит» происходит от латинского «*audit*» - слушание.

Доктора экономических наук Шеремет А.Д и Суйц В.П., глубоко исследовав данную проблему, пришли к выводу что «аудит – это независимая проверка бухгалтерской (финансовой) отчетности с целью выражения мнения о степени достоверности этой отчетности» [5, с. 22].

В ходе аудита расчетов с покупателями должны быть получены достаточные и уместные аудиторские доказательства, позволяющие аудиторской организации с приемлемой уверенностью сделать выводы относительно соответствия учета расчетов с покупателями документам и требованиям нормативных актов, регулирующих порядок ведения бухгалтерского учета в Республике Казахстан, а также соответствия данных учета тем сведениям, которыми располагает аудиторская организация о деятельности компании.

В Казахстане существует несколько актуальных проблем, связанных с учетом и аудитом расчетов с покупателями. Ниже представлены некоторые из них:

1. Сложности в учете электронных платежей: с развитием электронной коммерции и онлайн-платежей, возникают сложности в правильном учете и аудите таких транзакций. Это связано с необходимостью учета и контроля за электронными платежами и соблюдением соответствующих правил и нормативов.

2. Недостаточность контроля за своевременностью проведения расчетов. Возникают случаи, когда покупатели не оплачивают своевременно товары или услуги. Это может привести к убыткам для компании. Так же, если у компании может возникнуть дефицит средств для погашения собственных обязательств перед поставщиками, это может замедлить развитие компании, снизить ее конкурентоспособность и даже привести к финансовым проблемам.

3. Изменения в законодательстве: как и во всех странах, в Казахстане существуют постоянные изменения в налоговом и финансовом законодательстве. Это может повлиять на учет и аудит расчетов с покупателями, требуя обновления процедур и методик учета и аудита. Один из ярких примеров – внедрение сопроводительной накладной на товары (СНТ), порядок

выставления которой, неоднократно претерпевал изменения и сопровождается постоянными спорами в медийном поле. Вопрос внедрения СНТ особо остро стоит в последний год в Казахстане. Это связано с тем, что многие предприятия не готовы к внедрению столь обширного и требовательного проекта, адаптация которого требует особых усилий как со стороны руководства, так и со стороны сотрудников, а также требует внедрения новых технологий и программного обеспечения. В связи с этим, внедрение данного проекта может вызвать непредвиденные финансовые последствия.

4. Автоматизация и цифровизация процессов: современные технологии, такие как автоматизация бухгалтерии, перенос сопроводительных документов в электронный формат на государственные порталы, меняют способы ведения учета и аудита расчетов с покупателями. Необходимость адаптации к новым технологиям может быть вызовом для компаний, требующим дополнительного обучения сотрудников, внедрения новых программ и технологий и разработки новых процедур [6].

С другой стороны, недостаточное внимание к аудиту расчетов с покупателями также становится серьезной проблемой. Большинство компаний не проводят достаточно глубокий и системный анализ данных операций с покупателями, что может привести к утрате доходов или неправильному представлению о финансовом положении предприятия. Поэтому важно разработать эффективные методы аудита расчетов, которые позволят определить возможные риски и ошибки в системе учета. В свете этих проблем, особенно актуальной видится наблюдаемое стремление в развитии законодательства в сторону международных стандартов финансовой отчетности (далее – МСФО).

Не смотря на большую нормативно-правовую базу, регулирующую учет расчетов с покупателями и заказчиками, в практической деятельности у организации существует такая проблема как несвоевременный контроль за объемами дебиторской задолженности. В следствии этого у организации появляется просроченная дебиторская задолженность. Несвоевременность получения задолженности от покупателя может привести к недостатку свободных денежных средств, в связи с чем, у организации возникнет риск потери ликвидности, т.е. риск того, что фирма не сможет в необходимый момент погасить свои имеющиеся обязательства. Одним из основных методов по решению данной проблемы является создание комиссии по контролю дебиторской задолженности. Данная комиссия должна проверять сроки наступления момента оплаты от покупателей и напоминать им о необходимости погашения задолженности. В случае если оплата от покупателя не поступила в срок, данная комиссия должна начислять пени и штрафы за неисполнение обязательств [7, с. 36].

Подводя итог, можно сделать вывод, что правильная организация учета расчетов с покупателями и заказчиками является неотъемлемой и важной частью всей системы бухгалтерского учета экономического субъекта. Правильная организация расчетных отношений с покупателями и заказчиками приводит к быстрому выполнению обязательств по продажам, своевременности осуществления расчетов, в связи с чем, происходит укрепление экономической связи с покупателем.

В целом, учет и аудит расчетов с покупателями в Казахстане является важным аспектом финансового управления компанией. Решению рассмотренных проблем способствует наблюдаемое в Казахстане на настоящий момент усиление законодательного регулирования: государством разрабатываются и внедряются новые законы и нормативные акты, регулирующие учет и аудит электронных платежей. Это позволит постепенно установить четкие правила и требования для организаций, осуществляющих такие платежные операции, а также упростить контроль и надзор за их деятельностью. Так же, решение этих проблем внутри компаний требует внимания к деталям, обновления знаний и навыков бухгалтеров и аудиторов, т.е. развитие и обучение кадров: эффективная работа в сфере учета и аудита электронных платежей требует наличия высококвалифицированных специалистов. Для их подготовки можно организовать специальные образовательные программы и курсы, а также центры компетенции, где будут проводиться обучающие мероприятия и тренинги. Также, внедрение и использование

современных технологий для эффективного контроля и поддержки учета и аудита расчетов с покупателями поможет избежать допущения ошибок в учете организаций. Необходимость обучения кадров обусловлена, по большей части, быстрым развитием и цифровизацией банковских процессов. Банки активно применяют передовые технологии искусственного интеллекта и роботизации для оптимизации бизнес-процессов. Эти инновационные подходы находят своё применение в различных сферах, включая маркетинг и рекламу, взаимодействие с клиентами, системы документооборота, а также при решении аналитических задач, специфичных для банковской сферы деятельности. За счет использования искусственного интеллекта, банки становятся более эффективными и точными, а также способны быстро обрабатывать огромные объемы информации, что обеспечивает более продуктивную и надежную работу во всех сферах банковской деятельности. Часто, взаимодействие с банками сводится к проведению видеозвонков, перепиской с ботами в мессенджерах и т.п. [8, с. 85].

При проведении аудита расчетов с покупателями следует уделить внимание следующим аспектам: проверить наличие договоров с партнерами на продажу товаров, выполнение работ и оказание услуг, а также убедиться в законности совершения сделки согласно Гражданскому кодексу РК. Важно также проверить согласованность цен на товары, указанные в расчетных документах, с ценами, указанными в договорах. При анализе проведенной инвентаризации расчетов необходимо выяснить, проводились ли встречные проверки, особенно, если имеется неподтвержденная дебиторская задолженность, по которой истекли сроки исковой давности. Так же необходимо проанализировать соответствие оформления счетов-фактур установленным законодательно правилам, а также убедиться, что ведется их регистрация в соответствующем журнале программы 1С: Предприятие, или ином программном обеспечении, а также корректность нумерации. Предъявление штрафных санкций покупателям при нарушении договорных обязательств так же является одним из аспектов, подлежащим проверке при аудите расчетов с покупателями и заказчиками. Прочими аспектами аудиторской проверки являются: законность и документальное оформление списания задолженности с истекшим сроком исковой давности и причины ее возникновения; законность осуществления расчетов по задолженности через третьих лиц; правильность корреспонденции счетов и соответствие данных синтетического и аналитического учета с соответствующими показателями отчетности [9, с. 103].

На основании вышеизложенного можно заключить, что на данный момент вся финансовая сфера в Казахстане проходит активную трансформацию своих принципов и подходов к работе. Большую роль в этом играет цифровизация, которая существенно меняет представление об осуществлении расчетов. С одной стороны, это позволяет организациям расширить свою клиентскую базу и увеличить прибыль, однако множество инновационных решений, основанных на цифровых технологиях, требуют введения новых технологий и в учет организаций и требуют особого внимания к деталям при проведении аудита расчетов с покупателями и заказчиками. При проведении аудиторской проверки расчетов с клиентами особое внимание следует уделять нескольким важным аспектам. Например, необходимо убедиться в наличии заключенных договоров с партнерами, описывающих условия продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг. Важно также проверить корректность цен, указанных в документах расчетов, и соответствие их с ценами, предусмотренными в соответствующих договорах. При анализе произведенной инвентаризации дебиторской задолженности рекомендуется выяснить, проводились ли перекрестные проверки, особенно в случаях, когда имеется неподтвержденная долговая задолженность, по которой истекли сроки исковой давности. Такие проверки помогут предотвратить возникновение нежелательных последствий, таких как финансовые трудности, потеря контроля над ситуацией и необходимость обращения за кредитными ресурсами в банке или других финансовых учреждениях. [10, с. 1033].

Таким образом, устойчивое финансовое состояние организаций напрямую зависит от правильно организованного учета и аудита расчетов с покупателями.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Путеводитель бухгалтера. – Алматы: Центральный дом бухгалтера, 2020.
2. Гражданский кодекс Республики Казахстан (Общая часть) от 27 декабря 1994 г. (с изменениями и дополнениями по состоянию на 12.09.2023 г.)
3. Гринавцева Е.В., Федотова Л.В. Понятие и бухгалтерский учет расчетов с покупателями и заказчиками // Ученые записки Тамбовского отделения РСОМУ. - 2019. - №15. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-i-buhgalterskiy-uchet-raschetov-s-pokupatelyami-i-zakazchikami> (дата обращения: 14.11.2023).
4. Приказ Министра финансов Республики Казахстан от 23 мая 2007 года № 185 «Об утверждении Типового плана счетов бухгалтерского учета» (с изменениями по состоянию на 03.06.2019 г.)
5. Шеремет А.Д., Суйц В.П. Аудит: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2006. – 448 с.
6. Кулумбетова Д. Б., Маулина Н. Х., Асанова А. Б. ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ КАЗАХСТАНСКОГО БАНКОВСКОГО СЕКТОРА НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ // Научный вестник: финансы, банки, инвестиции. 2021. №3 (56). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-transformatsiya-kazahstanskogo-bankovskogo-sektora-na-sovremennom-etape-razvitiya> (дата обращения: 18.11.2023).
7. Назмутдинова К.Р. Актуальность аудита учета расчетов с покупателями // Экономика и социум. 2017. №5-1 (36). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/aktualnost-audita-ucheta-raschetov-s-pokupatelyami> (дата обращения: 14.11.2023).
8. Новикова Е.А. Учет расчетов с покупателями и заказчиками: Форум молодых ученых. 2018. №5-2 (21). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/uchet-raschetov-s-pokupatelyami-i-zakazchikami> (дата обращения: 14.11.2023).
9. Кнауб М. А., Новиков Ю. И. Бухгалтерский учет и аудит расчетов с покупателями и заказчиками: Электронный научно-методический журнал Омского ГАУ. 2017. №3 (10). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/buhgalterskiy-uchet-i-audit-raschetov-s-pokupatelyami-i-zakazchikami> (дата обращения: 14.11.2023).
10. Механизмы бухгалтерского учета, аудита и анализа, в условиях цифровизации экономики: Материалы Международной научно-практической конференции, посвященной 70-летию д.э.н., профессора Назаровой Веры Леонидовны 23 февраля 2022 г. – Алматы: Алматинский гуманитарно-экономический университет, 2022.

Сведения об авторе

*Плоткина Елизавета Александровна – специалист по делопроизводству, ИП «ПрофитУчет», e-mail: plotkina_liza@bk.ru

Автор туралы мәліметтер

* Плоткина Елизавета Александровна – іс жүргізу жөніндегі маман, ЖК «ПрофитУчет», e-mail: plotkina_liza@bk.ru

Information about the authors

*Plotkina Yelizaveta Alexandrovna – record keeping specialist IE «ProfitUchet», e-mail: plotkina_liza@bk.ru

ҰЙЫМНЫҢ ҚАРЖЫЛЫҚ ЕСЕПТІЛІГІ ЖӘНЕ ОНЫҢ КӨРСЕТКІШТЕРІН ТАЛДАУ

Оралбай А.О.¹, Дәулетқызы Д.², Умитбаева Ж.А.³.

¹ Каспий Қоғамдық Университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

² Кенжеғали Сағадиев атындағы Халықаралық Бизнес Университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

³ Каспий Қоғамдық Университеті, Экономика ғылымдарының магистрі, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

Аңдатпа

Бұл мақала компанияның қаржылық есептілігін және оның негізгі көрсеткіштерін бағалаудың маңыздылығын талдауға арналған. Ол кірістер мен шығыстар есебі, ақша қаражаттарының қозғалысы туралы есебі, қаржылық есептіліктің негізгі компоненттерін қарастырады. Мақалада қаржылық көрсеткіштерді талдау әдістері, өтімділік коэффициенттері, рентабельділік, активтер айналымы келтірілген.

Қаржылық есептіліктің сапасы мен дұрыс бағалануы ұйымның қаржылық жағдайына тікелей әсер етеді, және бұл оның құрастырылуы мен талдауының бизнес және басқару саласындағы маңыздылығын арттыра түседі. Мақала қаржы мамандарына, инвесторларға қаржылық деректерді түсінуге, ұйымның қаржылық жағдайы туралы ақпараттың маңыздылығын атап өтуге және стратегиялық басқару үшін талдауды сәтті пайдалану мысалдарын ұсынуға арналған.

Түйін сөздер: Қаржылық көрсеткіштер, есептілік, қаржылық талдау, рентабельділік, өтімділік, іскерлік белсенділік коэффициенттері

ФИНАНСОВАЯ ОТЧЕТНОСТЬ КОМПАНИИ И АНАЛИЗ ЕЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ

Оралбай А.О.¹, Даулетқызы Д.² Умитбаева Ж.А.³.

¹ Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

² Университет Международного Бизнеса имени Кенжеғали Сағадиева, г. Алматы, Республика Казахстан

³ Каспийский общественный университет, Магистр экономических наук, г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация. Настоящая статья посвящена анализу финансовой отчетности компании и важности оценки ее ключевых показателей. Он рассматривает основные компоненты отчета о прибылях и убытках, отчета о движении денежных средств, финансовой отчетности. В статье приведены методы анализа финансовых показателей, коэффициенты ликвидности, рентабельности, оборачиваемости активов.

Качество и правильная оценка финансовой отчетности непосредственно влияют на финансовое положение организации, подчеркивая значимость ее составления и анализа в сфере бизнеса и управления. Статья призвана помочь специалистам в финансах, инвесторам разобраться в финансовых данных, подчеркнуть важность информации для финансового состояния организации и предоставить примеры успешного использования анализа для стратегического управления.

Ключевые слова: Финансовые показатели, отчетность, финансовый анализ, коэффициенты рентабельности, ликвидности, деловой активности

FINANCIAL REPORTING OF THE COMPANY AND ANALYSIS OF ITS INDICATORS

Oralbay A.O.¹, Dauletkyzy D.², Umitbaeva Zh.A.³.

¹ Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

² University of International Business named after Kenzhegali Sagadiev, Almaty, Republic of Kazakhstan

³ Caspian Public University, Master of Economics, Almaty, Republic of Kazakhstan

Summary

This article is devoted to the analysis of the company's financial statements and the importance of assessing its key indicators. It examines the main components of income statement, and cash flow statement, and financial statements. The article presents methods for analyzing financial indicators, liquidity ratios, profitability, asset turnover.

The quality and correct assessment of financial statements directly affect the financial position of the organization, emphasizing the importance of its preparation and analysis in business and management. The article is intended to help finance professionals, investors understand financial data, highlight the importance of information to the financial health of an organization, and provide examples of the successful use of analysis for strategic management.

Keywords: Financial indicators, reporting, financial analysis, profitability ratios, liquidity, economic activity.

Финансовая отчетность компании – это не только зеркало её финансового состояния, но и ключевой источник информации для анализа её здоровья и устойчивости на рынке [1]. В работе Шишовой Любови Ивановны, кандидата экономических наук, доцента, и Ислановой Дарьи Алексеевны рассматривается понятие бухгалтерской (финансовой) отчетности, выделяя основные признаки, характерные для данного вида отчетности. В частности, финансовая отчетность представляет структурированное отображение финансового положения и операций, выполненных предприятием, систему показателей, отражающих результаты хозяйственной деятельности за отчетный период, а также различные формы отчетов, содержащих информацию о различных аспектах деятельности организации [2].

Кроме того, авторы выделяют два основных типа отчетности – внешнюю (или "публичную"), предназначенную для информирования внешних пользователей (собственники компании, инвесторы, финансово-кредитные организации и поставщики товаров и услуг), и внутреннюю отчетность, которая служит внутренним потребностям предприятия, связанным преимущественно с управленческим процессом (руководство организации, бухгалтеры, менеджеры и др.).

В работе Камайкиной И.С. и Зайцевой А.М. подчеркивается, что финансовая отчетность организации представляет интерес не только для внешних и внутренних, а в том числе и, прямо или косвенно связанных с деятельностью предприятия [3]. Косвенный финансовый интерес, в свою очередь, проявляется со стороны органов, контролирующих деятельность предприятия. Например, налоговые органы, заинтересованные в полноте и своевременности уплаты налоговых платежей в бюджет.

Автор Рубцов И., резюмируя подходы упомянутых авторов, в своей статье упоминает, что в современных экономических условиях деятельность каждого хозяйствующего субъекта становится объектом внимания различных участников рыночных отношений [4].

Авторы Коркин Л.В., Рознина Н.В. и Карпов М.В. выделяют в своей работе основные принципы финансового анализа, основанные на расчете и сопоставлении различных абсолютных показателей финансовой деятельности организации [5]. Они отмечают, что при

финансовом анализе широко используются различные коэффициенты, которые позволяют оценить различные аспекты функционирования предприятия. Особое внимание уделяется следующим группам аналитических финансовых коэффициентов: коэффициенты платежеспособности (ликвидности); коэффициенты деловой активности (оборачиваемости); коэффициенты рентабельности; коэффициенты финансовой устойчивости (структуры капитала). Эти группы коэффициентов играют важную роль в процессе анализа финансового состояния компании, позволяя сформировать более объективное представление о финансовом положении организации и определить стратегию для дальнейшего развития и управления.

Компания АО "Tansar Capital", выбранная в качестве объекта исследования, является ведущей инвестиционной компанией в Казахстане, имеющей многолетний опыт работы на финансовых и фондовых рынках. Компания предоставляет клиентам широкий спектр надежных инвестиционных продуктов и высококачественное обслуживание, сохраняя при этом свою репутацию одной из ведущих брокерских компаний в стране. АО "Tansar Capital" специализируется на брокерском обслуживании, включающем полный спектр операций с ценными бумагами и финансовыми инструментами. Компания также оказывает услуги по управлению активами физических и юридических лиц, а также инвестиционных фондов. В рамках данного исследования будет изучено ее положение и эффективность на рынке, оценена финансовая устойчивость и перспективы роста. Начнем с вертикального или же структурного анализа бухгалтерского баланса.

Таблица 1. Структурный анализ Отчета о финансовом положении АО «Tansar Capital» за 2020 – 2022 годы

Активы	2020 год, %	2021 год, %	2022 год, %
Денежные средства	2.16	8.04	33.88
Финансовые активы, оцениваемые по справедливой стоимости через прибыль или убыток	31.00	9.16	8.05
Финансовые активы, оцениваемые по справедливой стоимости через прочий совокупный доход	1.15	0.00	0.00
Комиссионный доход к получению	1.58	0.28	0.89
Текущие налоговые активы	0.39	0.43	0.84
Прочие активы	1.02	2.56	3.07
Инвестиционная недвижимость	54.56	61.64	44.21
Основные средства	8.13	7.89	8.96
Нематериальные активы	0.00	0.00	0.09
Итого активов	100.00	100.00	100.00
Обязательства			
Оценочные обязательства	0.35	0.51	0.46
Обязательства перед бюджетом по налогам	0.39	0.41	0.00
Прочие обязательства	1.13	1.23	33.91
Итого обязательств	1.87	2.16	34.37
Капитал			
Акционерный капитал	58.58	57.35	48.24
Резерв переоценки основных средств	7.50	7.43	7.61
Резерв переоценки финансовых активов, оцениваемых по справедливой стоимости через совокупный доход	0.22	0.00	0.00
Нераспределенная прибыль	31.84	33.07	9.78
Итого капитал	98.13	97.84	65.63
Итого обязательств и капитала	100.00	100.00	100.00

Исходя из проведенного структурного анализа бухгалтерской отчетности АО "Tansar Capital" за три года, в первую очередь мы можем отметить значительный рост денежных средств с 2.16% в 2020 году до 33.88% в 2022 году, который, в свою очередь, свидетельствует о повышенной ликвидности компании. Данное изменение может указывать на стремление компании улучшить свою финансовую устойчивость или на изменения в плане стратегии управления средствами.

Также наблюдается снижение доли финансовых активов, оцениваемых через прибыль или убыток, с 31.00% в 2020 году до 8.05% в 2022 году, что может подразумевать изменение в портфеле инвестиций компании или изменение в способах оценки активов.

Снижение доли инвестиционной недвижимости с 54.56% в 2020 году до 44.21% в 2022 году может свидетельствовать о реорганизации портфеля активов компании, возможно, в связи с продажей или переоценкой имущества.

Доля прочих обязательств значительно возросла с 1.13% в 2020 году до 33.91% в 2022 году, что может говорить об изменении структуры обязательств компании или о наличии новых финансовых обязательств.

Общая доля капитала снизилась с 98.13% в 2020 году до 65.63% в 2022 году. Данное изменение является следствием увеличения обязательств компании, вызвавших изменение в структуре капитала. Подробнее это будет выяснено при расчете коэффициентов финансовой зависимости и финансовой устойчивости.

Существенное снижение доли нераспределенной прибыли компании за период с 31.84% в 2020 году до 9.78% в 2022 году может быть обусловлено несколькими факторами. Возможно, компания принимала решение о выплатах дивидендов акционерам, что снизило объем нераспределенной прибыли. Также возможно, что компания активно инвестировала в развитие бизнеса или новые проекты, что отразилось на уровне нераспределенной прибыли. Изменения в финансовой стратегии, реорганизация капитала или финансовые решения также могли повлиять на это сокращение.

Рассмотрим теперь горизонтальный анализ, или же анализ динамики, где изменения приведены в абсолютном и процентном соотношениях.

Таблица 2. Анализ динамики Отчета о финансовом положении АО «Tansar Capital» за 2020 – 2022 годы

Активы	2021/2020, %	Отклонение	2022/2021, %	Отклонение
Денежные средства	380.87	73137.00	551.72	448002.00
Финансовые активы, оцениваемые по справедливой стоимости через прибыль или убыток	63.13	-137954.00	55.01	-106286.00
Финансовые активы, оцениваемые по справедливой стоимости через прочий совокупный доход	-	-13907.00	-	0.00
Комиссионный доход к получению	18.31	-15619.00	410.62	10878.00
Текущие налоговые активы	110.74	512.00	255.81	8225.00
Прочие активы	255.60	19192.00	157.51	18131.00
Инвестиционная недвижимость	115.40	101449.00	93.95	-45979.00
Основные средства	99.14	-847.00	148.76	47442.00
Нематериальные активы	-	0.00	-	1516.00

Итого активов	102.15	25,963.00	130.97	381,929.00
Обязательства				0.00
Оценочные обязательства	148.34	2,055.00	117.00	1,072.00
Обязательства перед бюджетом по налогам	108.83	413.00	0.00	-5,089.00
Прочие обязательства	111.71	1,592.00	3606.46	532,491.00
Итого обязательств	118.03	4,060.00	2088.16	528,474.00
Капитал				0.00
Акционерный капитал	100.00	0.00	110.18	71,967.00
Резерв переоценки основных средств	101.15	1,040.00	134.25	31,360.00
Резерв переоценки финансовых активов, оцениваемых по справедливой стоимости через совокупный доход	0.00	-2,611.00		0.00
Нераспределенная прибыль	106.11	23,474.00	38.72	-249,872.00
Итого капитал	101.85	21,903.00	87.85	-146,545.00
Итого обязательств и капитала	102.15	25,963.00	130.97	381,929.00
Примечание – составлено авторами по данным финансовой отчетности [6]				

Из проведенного выше горизонтального анализа бухгалтерского баланса АО "Tansar Capital" видно значительное увеличение некоторых показателей активов по сравнению с предыдущим периодом. Денежные средства увеличились в 2022 году на 451.72%, но при этом финансовые активы, оцениваемые по справедливой стоимости через прибыль или убыток, снизились на 44.99%. Инвестиционная недвижимость также уменьшилась на 6.05%. Однако, инвестиционные активы, такие как текущие налоговые активы и основные средства, показали увеличение. В капитале наблюдается уменьшение нераспределенной прибыли на 61.28% и уменьшение итогового капитала на 12.15%. Следует обратить внимание на резкое увеличение прочих обязательств на 3506.46%, что может сигнализировать о значительных изменениях в обязательствах компании за отчетный период. Данная динамика требует более детального анализа для понимания финансового состояния компании, и для этого далее мы перейдем к расчету коэффициентов.

Анализ ликвидности

Коэффициенты ликвидности отражают способность компании выполнять свои финансовые обязательства. Анализ этих показателей направлен на сравнение текущих обязательств компании с ее оборотными активами, которые должны быть достаточными для покрытия этих обязательств. Для оценки уровня ликвидности АО «Tansar Capital» были вычислены показатели текущей, срочной и абсолютной ликвидности

Таблица 3. Анализ ликвидности АО «Tansar Capital» за 2020 – 2022 годы

	2020 год	2021 год	2022 год
Денежные средства (A1)	26,039.00	99,176.00	547,178.00
Быстрореализуемые активы (A2)	411,992.00	245,024.00	157,841.00
Медленно реализуемые активы (A3)	670,899.00	791,540.00	763,692.00
Труднореализуемые активы (A4)	98,138.00	97,291.00	146,249.00
Текущие обязательства	22,521.00	26,581.00	555,055.00
Коэффициент абсолютной ликвидности	1.16	3.73	0.99
Коэффициент срочной ликвидности	19.45	12.95	1.27
Коэффициент текущей ликвидности	53.60	46.39	2.91

Коэффициент абсолютной ликвидности показывает, насколько компания способна оплатить свои текущие обязательства за счет имеющихся денежных средств и краткосрочных финансовых вложений. Нормальным и достаточным показателем считается значение коэффициента выше 0,2. Как мы можем видеть из таблицы 3, этот показатель значительно превышает норму во все рассматриваемые периоды, что говорит о высоком уровне платежеспособности компании и низкой доле обязательств в структуре капитала.

Отличие коэффициента срочной ликвидности заключается в том, что в числитель, кроме высоколиквидных активов, включаются средне ликвидные активы. Обычно оптимальным считается значение этого показателя, превышающее 0,8. В данном случае коэффициент также превышает норму во всех трех годах, что свидетельствует о том, что компания обладает достаточным уровнем ликвидности и может погасить свои обязательства за счет быстрой реализации активов.

Коэффициент текущей ликвидности отражает способность компании использовать свои оборотные активы для погашения текущих обязательств. Обычно нормальными считаются значения этого показателя в диапазоне от 1,5 до 2,5, хотя они могут изменяться в зависимости от сферы деятельности компании. Этот показатель отражает уровень платежеспособности компании в текущий момент времени и в случае возникновения чрезвычайных обстоятельств. Коэффициент текущей ликвидности, опять же, превышает норму во всех годах, что говорит об устойчивом финансовом положении компании и способности своевременно выполнять свои текущие обязательства.

В целом, ликвидность компании можно оценить как крайне хорошую, однако такие показатели могут говорить о не совсем оптимальной структуре капитала.

Анализ оборачиваемости дебиторской задолженности (деловой активности)

Анализ оборачиваемости дебиторской задолженности позволяет оценить эффективность работы с клиентами и своевременность получения платежей от них. Он помогает определить, насколько быстро покупатели оплачивают свои счета, и выявить просроченные задолженности. В среднем, хорошим показателем считается оборачиваемость от 4 до 6 раз в год, а в днях – около 30-60 дней. На основе этого анализа можно принять меры для улучшения платежной дисциплины и снижения риска неплатежей.

Таблица 4. Анализ оборачиваемости дебиторской задолженности АО «Tansar Capital» за 2020 – 2022 годы

	2020 год	2021 год	2022 год
Доход от операционной деятельности	215,232.00	153,056.00	231,711.00
Дебиторская Задолженность	19,121.00	3,502.00	14,380.00
Коэффициент оборачиваемости, в разгах	11.26	43.71	16.11
Срок погашения ДЗ, в днях	32.43	8.35	22.65
Примечание – составлено авторами по данным финансовой отчетности [6]			

В 2021 году показатель оборачиваемости значительно улучшается, превышая норму в среднем в 6-7 раз. Это свидетельствует о высокой эффективности управления дебиторской задолженностью и ускорении платежей от клиентов. Однако в 2022 году оборачиваемость снижается, приближаясь к нижней границе нормы (4-6 раз). Это может говорить о замедлении темпов работы с дебиторами или увеличении продаж товаров с более длительным сроком оплаты.

Что касается срока погашения дебиторской задолженности, то все годы он остается ниже нормативного значения (30-60 дней). В 2021 году он составляет всего 8,35 дня, что является

очень хорошим показателем. Но в 2022 году срок увеличивается до 22,65 дня, что может быть связано как с изменением условий оплаты, так и с увеличением доли долгосрочных продаж.

В целом, компания продолжает работать над улучшением платежной дисциплины и снижением риска неплатежей, что видно из положительной динамики коэффициента оборачиваемости и срока погашения дебиторской задолженности.

У финансовых организаций нет выручки в традиционном смысле этого слова, так как они не продают физические товары, и вместо этого они получают доход от комиссий, процентов и других платежей, связанных с их услугами. Поэтому мы рассчитали коэффициенты ROA (рентабельность активов) и ROE (рентабельность капитала).

Таблица 5. Анализ рентабельности АО «Tansar Capital» за 2020 – 2022 годы

	2020 год	2021 год	2022 год
Чистая прибыль	39,819.00	18,860.00	-252,913.00
Активы	1,207,068.00	1,233,031.00	1,614,960.00
Капитал	1,184,547.00	1,206,450.00	1,059,905.00
ROA	0.03	0.02	-0.16
ROE	0.03	0.02	-0.24
Примечание - Составлено авторами на основе финансовой отчетности [6]			

ROA – это показатель, который демонстрирует, сколько денег зарабатывает компания на каждый тенге своих активов. Чем выше этот показатель, тем более эффективно компания использует свои активы. К сожалению, ROA в случае АО «Tansar Capital» показывает отрицательную динамику в 2022 году, снижаясь с 0.02 до -0.16.

ROE – это показатель, который измеряет эффективность использования компанией своего капитала. Он показывает, какую прибыль компания получает на каждую единицу вложенного капитала. Чем выше ROE, тем лучше для компании. В 2020 году рентабельность акционерного капитала (ROE) составила 0.03, что соответствует норме для большинства отраслей.

В 2021 году ROE снижается до 0.02, что также является приемлемым показателем. Однако в 2022 году ROE падает до -0.24, что говорит о том, что компания была в этот год в убытке. Это может быть связано с различными факторами, в частности, геополитическими, экономическими и т.д., в особенности, учитывая специфику деятельности компании. Рентабельность активов (ROA) также показывает отрицательную динамику в 2022 году, снижаясь с 0.02 до -0.16.

Таким образом, компания АО «Tansar Capital» столкнулась с некоторыми проблемами в 2022 году, связанными с рентабельностью. Однако, учитывая стабильность показателей в предыдущие годы и устойчивость бизнеса, можно предположить, что компания сможет преодолеть эти трудности и вернуться к росту в будущем.

Анализ финансовой устойчивости

Анализ финансовой устойчивости важен для оценки стабильности и надежности компании. Он помогает определить, насколько компания способна выполнять свои обязательства перед кредиторами и инвесторами, а также позволяет оценить ее риски и возможности для роста. Кроме того, анализ финансовой устойчивости может использоваться для принятия решений о выдаче кредитов и инвестиций, а также для оценки возможных рисков при сотрудничестве с компанией.

Таблица 6. Анализ финансовой устойчивости АО «Tansar Capital» за 2020 – 2022 годы

	2020 год	2021 год	2022 год

Валюта баланса	1,207,068.00	1,233,031.00	1,614,960.00
Собственный капитал	1,184,547.00	1,206,450.00	1,059,905.00
Заемный капитал	22,521.00	26,581.00	555,055.00
Коэффициент автономии	0.98	0.98	0.66
Коэффициент финансовой зависимости	0.02	0.02	0.34
Коэффициент финансовой устойчивости	52.60	45.39	1.91
Коэффициент финансового рычага (левериджа)	0.02	0.02	0.52
Примечание - Составлено авторами на основе финансовой отчетности [6]			

Исходя из таблицы 6, мы можем прийти к выводу, что АО «Tansar Capital» в 2020 и 2021 годы имела достаточно осторожный подход к привлечению заемного капитала, о чем говорят низкие значения коэффициента зависимости, равные 0,02, и очень высокие значения по коэффициенту автономии, составляющие 0,98 для обоих периодов. Кроме того, это указывает на упущенные возможности повышения рентабельности собственного капитала, путем использования эффекта финансового рычага. Эффект финансового рычага проявляется в увеличении рентабельности собственного капитала за счет увеличения доли заемного капитала в допустимых пределах. При использовании заемных средств, предприятие может повышать доходность каждой единицы собственного капитала за счет налогового корректора и относительной дешевизны данного источника финансирования, в отличие от собственных, считающихся наиболее дорогими.

Однако в 2022 году ситуация изменилась: коэффициент автономии снизился до 0.66, а коэффициент финансовой устойчивости – до 1.91. Это свидетельствует о том, что компания повысила долю заемных средств, и ее финансовая устойчивость, по сравнению с предыдущими годами, значительно снизилась, однако это, в то же время, повысило рентабельность собственного капитала, что является относительно положительным изменением.

При этом коэффициенты финансового рычага и финансовой зависимости также выросли, что подтверждает снижение финансовой устойчивости компании.

Несмотря на эти изменения, важно отметить, что значения показателей все еще остаются в пределах допустимых норм для большинства компаний. Это означает, что АО «Tansar Capital» все еще остается финансово устойчивой и надежной компанией, способной выполнять свои обязательства перед кредиторами и инвесторами.

Таким образом, был проведен финансовый анализ инвестиционной компании АО «Tansar Capital», в ходе которого были выявлены некоторые ее проблемы, связанные с негативными тенденциями коэффициентов рентабельности, относительным увеличением обязательств, наличием убытков и уменьшением ликвидности, по сравнению с предыдущими годами. Согласно результатам всех проведенных анализов, компания на данный момент сталкивается с некоторыми вызовами, однако, учитывая геополитические обстоятельства, которые достаточно сильно влияют на ее деятельность и текущую нестабильную экономическую среду, можно сказать, что предприятие еще держится на плаву. Она все еще достаточно ликвидна и финансово устойчива в разрезе общепринятых нормативных значений по этим показателям, а оборачиваемость дебиторской задолженности все еще в рамках оптимального значения, хоть она и чуть хуже, если сравнивать с 2021 годом. В целом, компания отлично выстояла, и вероятно, уже начиная со следующего года, будет демонстрировать восстановительный рост.

Перейдем к разработке рекомендаций.

Оптимизация расходов: В этом направлении компания может провести глубокий анализ своих текущих затрат и выявить те из них, которые являются излишними или неэффективными. К примеру, это может касаться аренды офиса или склада, коммунальных услуг,

представительских расходов и т.д. Выявив такие статьи расходов, компания может оптимизировать их, заключив более выгодные контракты или сократив их длительность. Также можно рассмотреть возможность оптимизации рабочего процесса, что может привести к снижению затрат на оплату труда сотрудников.

Увеличение доходов: В данном случае компания должна сосредоточиться на привлечении новых клиентов и расширении своей клиентской базы. Это можно сделать путем предложения новых продуктов или услуг, улучшения качества уже существующих продуктов, а также проведения маркетинговых кампаний. Также компания может рассмотреть возможности партнерства с другими компаниями для расширения своего бизнеса.

Управление рисками: в условиях нестабильной экономической ситуации, управление рисками становится особенно важным для поддержания финансовой стабильности компании. Компания должна разработать систему управления рисками, которая бы учитывала различные виды рисков, такие как рыночные, кредитные, операционные и другие. Для минимизации этих рисков компания может использовать различные инструменты, такие как диверсификация портфеля, хеджирование и страхование.

Долгосрочное планирование: Разработка стратегии долгосрочного развития компании позволяет учесть изменения в экономических условиях и рыночных тенденциях.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Хорольская Т. Е., Набок Д. И. Бухгалтерская финансовая отчетность как информационная база анализа финансовой устойчивости сельскохозяйственных организаций //Естественно-гуманитарные исследования. – 2021. – №. 2 (34). – С. 321-326.

2. Шишова, Л. И. Бухгалтерская отчетность и анализ её показателей / Л. И. Шишова, Д. А. Исланова // Инновационное развитие. – 2018. – № 5(22). – С. 175-176. – EDN XTUPGP.

3. Камайкина, И. С. Методические основы содержания бухгалтерской (финансовой) отчетности и анализа ее основных показателей / И. С. Камайкина, А. М. Зайцева // Актуальные вопросы экономики и бухгалтерского учета в сельском хозяйстве : Материалы научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых, Балашиха, 21 ноября 2019 года / Редколлегия: Е.И. Степаненко, Н.В. Быковская. – Балашиха: Российский государственный аграрный заочный университет, 2020. – С. 60-64. – EDN HQLJDM.

4. Рубцов И. Анализ финансовой отчетности. – Litres, 2022.

5. Коркина Л.В., Рознина Н.В., Карпова М.В. Общая оценка финансового состояния организации // Актуальные вопросы современной экономики, 2019. - №5.

6. Финансовые отчеты АО «Tansar Capital» [электронный ресурс] //URL: <https://kase.kz/ru/membership/CAIFC>

Сведения об авторах

*Оралбай Акниет Оралбайқызы – студентка 2 курса специальности «Учет и Аудит», Каспийский Общественный Университет, e-mail: akniet-2011@mail.ru

**Даулетқызы Дана – студентка 4 курса специальности «Корпоративные финансы», Университет Международного Бизнеса имени Кенжеғали Сағадиева? e-mail: dauletkyzydana365@gmail.com

***Умитбаева Жазира Айтқурмашевна - Магистр экономических наук, Преподаватель Каспийского Общественного Университета кафедры Финансовый учет 1, e-mail: zhazka1973@mail.ru

Авторлар туралы мәліметтер

*Оралбай Ақниет Оралбайқызы – «Есеп және Аудит» мамандығының 2 курс студенті, Каспий қоғамдық университеті, e-mail: akniet-2011@mail.ru

**Даулетқызы Дана – «Корпоративтік қаржы» мамандығының студенті, Кенжеғали Сағадиев атындағы Халықаралық Бизнес Университеті, e-mail: dauletkyzydana365@gmail.com

*** Умитбаева Жазира Айткурмашевна - Экономика ғылымдарының магистрі, Каспий Қоғамдық Университетінің Қаржы есебі 1 кафедрасының оқытушысы, e-mail: zhazka1973@mail.ru

Information about the authors

* Oralbay Akniet Oralbaykyzy - 2nd year student of the specialty "Accounting and Auditing", Caspian Public University

** Dauletkyzy Dana – 4th year student of the specialty “Corporate Finance”, University of International Business named after Kenzhegali Sagadiev, e-mail: dauletkyzydana365@gmail.com

*** Umitbaeva Zhazira Aitkurmashевна - Master of Economics, Lecturer at the Caspian Public University of the Department of Financial Accounting 1, e-mail: zhazka1973@mail.ru

УДК 331.236

ПРОМЕЖУТОЧНЫЕ ФОРМЫ ОПЛАТЫ ТРУДА. КОЛЛЕКТИВНАЯ (БРИГАДНАЯ) СДЕЛЬНАЯ ОПЛАТА

Рассказова Валерия Юрьевна¹, Бакалавр специальности «Учёт и аудит», Каспийский
Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан.

Руководитель - Нургалиева Алия Мияжденова, Доктор (PhD), доцент, Каспийский
Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан.

Аннотация:

Коллективная (бригадная) сдельная оплата труда-это заработок рабочим который начисляется по результатам труда коллектива (бригады) рабочих в целом. В статье рассматриваются недостатки и преимущества этого метода оплаты труда, налоги и удержания с заработной платы, особенности договоров, область применения и отличие от других методов.

Ключевые слова:

Коллективная сдельная оплата труда, производительность, формирование команды, обеспечение качества, справедливость, экономическая эффективность, удовлетворенность сотрудников, организационные цели.

INTERMEDIATE FORMS OF LABOR REMUNERATION. COLLECTIVE (TEAM) PIECEWORK PAYMENT.

Nurgaliyeva Aliya Miyazdenova, Doctor (PhD), Associate Professor, Caspian Public
University, Almaty City, Republic of Kazakhstan.

Rasskazova Valeria Yurievna, Bachelor of «Accounting and Audit» specialty, Caspian Public
University, Almaty City, Republic of Kazakhstan.

Abstract:

Collective (brigade) piecework remuneration is the earnings of workers that are accrued based on the results of the work of the collective (brigade) of workers as a whole. The article discusses the disadvantages and advantages of this method of payment of labor, taxes and withholding from wages, features of contracts, scope of application and difference from other methods.

Keywords:

Collective piecework payment, productivity, team formation, quality assurance, fairness, economic efficiency, employee satisfaction, organizational goals.

ЖҰМЫС ТӨЛЕМДЕРІНІҢ АРАСЫНДАҒЫ ҚОСЫМША ӨТІНІШТЕР. КӨЛІКТІ (БРИГАДАЛЫ) БАҒАЛАУ ТӨЛЕМІ.

Нұрғалиева Алия Мияжденова, Доктор (PhD), доцент, Каспий Облысы Қоғамдық
Университеті, Алматы қаласы, Қазақстан Республикасы.

Рассказова Валерия Юрьевна, «Менеджмент және бухгалтерия» мамандығы бакалавры,
Каспий Облысы Қоғамдық Университеті, Алматы қаласы, Қазақстан Республикасы.

Аннотация:

Ұжымдық (бригадалық) жалақы-бұл жалпы жұмысшылар ұжымының (бригадасының) еңбек нәтижелері бойынша есептелетін жұмысшылардың жалақысы. Мақалада осы жалақы әдісінің кемшіліктері мен артықшылықтары, салықтар мен жалақыны ұстап қалу, келісімшарттардың ерекшеліктері, қолдану аясы және басқа әдістерден айырмашылығы қарастырылады.

ПРОМЕЖУТОЧНЫЕ ФОРМЫ ОПЛАТЫ ТРУДА. КОЛЛЕКТИВНАЯ (БРИГАДНАЯ) СДЕЛЬНАЯ ОПЛАТА.

Оплата труда в Республике Казахстан представляет собой многогранную область, формирующуюся под воздействием различных факторов, включая законодательную базу и развивающуюся экономическую среду. Одним из ключевых аспектов в этой системе являются переходные формы оплаты труда, среди которых выделяется коллективная (сдельная) оплата. Коллективная (бригадная) сдельная система предусматривает учет результатов труда по группе работников (бригаде, участку, звену и т.п.).[5] При применении сдельных систем оплаты труда важнейшим элементом организации заработной платы рабочих является сдельная расценка. При расчете сдельных расценок необходимо соблюдать соответствие единиц времени, за которые берутся тарифные ставки, единицам времени, относительно которых устанавливаются нормы. Если установлена сменная норма выработки, то при расчете расценки используется дневная (сменная) тарифная ставка; если установлена часовая норма выработки, то для определения расценки используется часовая тарифная ставка.[1]

Оплата труда по своей сути является проявлением отношений между работодателями и работниками. В Казахстане эти отношения четко определены и защищены трудовым законодательством, которое в основном содержится в Трудовом кодексе.[2] Эта нормативная база устанавливает правила и рекомендации, регулирующие различные аспекты трудовой деятельности, включая системы оплаты труда, продолжительность рабочего дня и социальную защиту. Она служит справедливой и честной практикой найма и обеспечивает защиту прав и интересов как работодателей, так и работников. Законодательная база коллективной (бригадной) оплаты труда основана на признании коллективного характера некоторых видов работ.

В отличие от индивидуальной бригадной оплаты труда, при которой оценка и вознаграждение работников производится по результатам индивидуальной работы, при коллективной бригадной оплате труда вознаграждение производится по результатам совместной работы группы или бригады. Кроме того, коллективная форма оплаты труда способствует овладению смежными профессиями для взаимозаменяемости рабочих в бригаде, способствует внедрению опыта передовиков и новаторов производства. Это различие имеет принципиальное значение, так как смещает акцент с индивидуальной работы на коллективную работу команды.

Однако наряду с положительными сторонами коллективная сдельная оплата труда имеет и свои недостатки. Главным из них является то, что заработная плата рабочих, рассчитанная на основании бригадного наряда, не отражает индивидуальную выработку и зависит от количества фактически отработанного времени каждым членом бригады и от присвоенного квалификационного разряда.[4]

Рассмотрим сравнение индивидуальной и коллективной бригадной оплаты труда на примере рисунка 1:

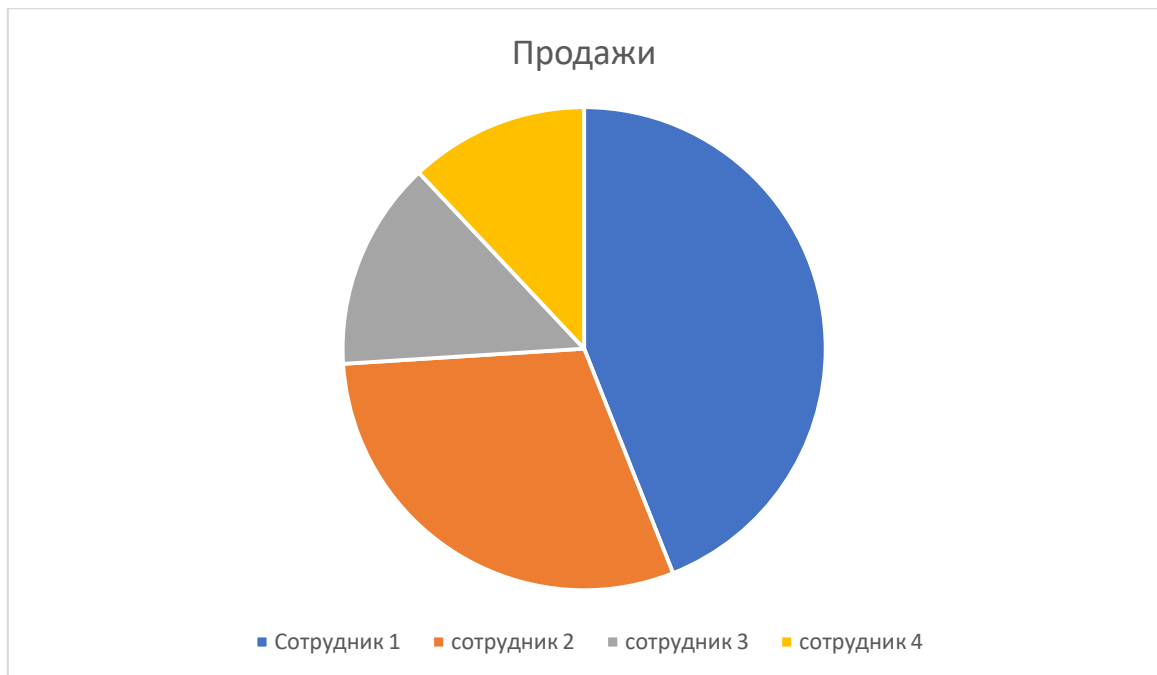


Рис.1 Пример выполнения работы каждым сотрудником

На рисунке мы видим что:

Сотрудник 1 выполнил 40% от общей работы

Сотрудник 2 выполнил 30% от общей работы

Сотрудник 3 выполнил 14% от общей работы

Сотрудник 4 выполнил 12% от общей работы

В случае расчета коллективной бригадной оплатой труда все сотрудники вне зависимости от того кто сколько выполнил процентов работы, получают одинаковую сумму заработной платы. А при расчете индивидуальной бригадной оплаты труда каждый сотрудник бы получил ровно такую сумму от общей суммы на которую он сделал свою работу.

Сдельная форма оплаты труда применяется тогда, когда можно учитывать количественные показатели результата труда и нормировать его путем установления норм выработки, норм времени, нормированного производственного задания.

Согласно статье [30](#) Трудового кодекса РК:

1. Трудовой договор может быть заключен:

- 1) на неопределенный срок;
- 2) на определенный срок не менее одного года, кроме случаев, установленных подпунктами 3), 4), 5) и 6) настоящего пункта.
- 3) на время выполнения определенной работы;
- 4) на время замещения временно отсутствующего работника;
- 5) на время выполнения сезонной работы;[3]

Пример расчета зарплаты при прямой сдельной системе оплаты труда

В ТОО установлена прямая сдельная система оплаты труда. Сдельная расценка за обработку одной детали – 6 тг./шт., за сборку станка – 1200 тг./шт.

За месяц рабочий обработал 3000 деталей и собрал 30 станков. Его зарплата составит:
 $3000 \text{ шт.} \times 6 \text{ тг./шт.} + 30 \text{ шт.} \times 1200 \text{ тг./шт.} = 90\,000 \text{ тг.}$

Вычеты с зарплаты

С оклада (фиксированной суммы, приписываемой в трудовом договоре) производят все необходимые вычеты. В итоге, вы получаете так называемую «чистую» зарплату или зарплату «на руки».

Для большинства работников с оклада ежемесячно производятся два вычета: обязательные пенсионные взносы (ОПВ) и индивидуальный подоходный налог (ИПН).

Согласно [ст. 25 Закона РК «О пенсионном обеспечении в Республике Казахстан»](#) работники обязаны производить отчисления в единый накопительный пенсионный фонд в размере 10% от дохода (оклада). Однако, существуют ограничения в виде максимально возможного дохода для исчисления обязательных пенсионных взносов, который равен 50-ти минимальным размерам заработной платы 50 МЗП (3500000 тнг на 2023 год).

По ИПН установлена такая же ставка, которая используется при исчислении ОПВ, в 10% от дохода, но с некоторыми отличиями в пользу работника. Налоговым кодексом предусмотрена сумма, не облагающаяся подоходным налогом, в размере 1 МЗП (70000 тнг на 2023 год), который ежегодно меняется в большую сторону. ВОСМС на 2023 год составляет 2%, ООСМС на 2023 год составляет 3% от оклада.

Порядок расчета

Возьмем заработную плату работника которую мы посчитали выше:

ОПВ=10% от 90000=9000

ИПН= ИПН =10% от (Оклад-ОПВ-14МРПвычет-ВОСМС)=(90000-9000-48300-1800) ×0.1=3090

ВОСМС=2% от 90000=1800

СН = 9.5% от (Оклад-ОПВ-ВОСМС)-СО= (90000-9000-1800)×0.095-2835 = 4689

СО= 3.5% от (Оклад-ОПВ)=(90000-9000)×0.035=2835

ООСМС=3% от 90000=2700

Заработная плата на руки составляет =76110 тенге

Таким образом, трудовым законодательством РК предусмотрено заключение трудовых договоров на время выполнения определенной работы и на время выполнения сезонной работы.[3]

Ограничений по его срокам нет в трудовом законодательстве, в том числе по заключению с одним и тем же работником. Важно, чтобы данный вид трудового договора не был уклонением работодателя от заключения трудового договора на определенный срок не менее 1 года, чтобы он действительно предусматривал определенную работу. Поэтому в сроках трудового договора помимо указания наименования срока – на время выполнения определенной работы – рекомендуется указать конкретно, что это за работы, и либо срок окончания данных видов работ, либо событие, которое будет означать завершение срока трудового договора. Т.к. статья [13](#) ТК РК разрешает указывать не конкретную дату, а событие. При приеме на работу сотрудников со сдельной оплатой труда посезонно либо на время выполнения определенной работы вы заключаете трудовой договор и в договоре прописываете условия оплаты труда и срок действия договора.[3]

Сдельная оплата труда, как и любой другой способ оплаты, прописывается в Трудовом договоре. Для эффективного осуществления своей рабочей миссии сотрудникам и работодателям рекомендуется заключать трудовой договор (сдельная оплата труда). В соответствии с подпунктом 7 пункта 1 статьи [28](#) Трудового кодекса РК размер и иные условия оплаты труда наряду с другими обязательными условиями должны оговариваться в трудовом договоре.

Если оплата сдельная, то прописываются все условия оплаты самым подробным образом:

- размер сдельной тарифной ставки;
- доплаты;
- надбавки;
- коэффициенты.

Таким образом, работодатели стремятся создать справедливую и прозрачную систему, учитывающую сложность выполняемых задач. В целом внедрение переходных форм оплаты труда, а именно коллективной (бригадной) оплаты, в Республике Казахстан отражает динамичное взаимодействие законодательной базы и меняющихся потребностей рынка труда. Такой подход делает акцент на сотрудничестве, командной работе и общей ответственности,

создавая условия для формирования рабочей среды, в которой коллективные достижения отмечаются, а вознаграждение становится отражением коллективного успеха.

Законодательная база: основой коллективной (бригадной) оплаты труда в Казахстане является Трудовой кодекс — комплексный правовой документ, создающий условия для справедливой и честной практики найма.[2] В нем закреплены основные принципы, регулирующие отношения между работодателем и работником, включая системы оплаты труда, продолжительность рабочего времени и социальную защиту.

Принципы ведения коллективных переговоров, порядок ведения коллективных переговоров, разработки и заключения коллективного договора, содержание и структура коллективного договора, сроки, сфера действия коллективного договора и ответственность сторон отражены в [статьях 156-158](#) Кодекса.[2]

Учитывая, что коллективный договор зачастую является основным документом, регулирующим трудовые отношения в организации, необходимо соблюдение всех требований указанных статей Кодекса.[2]

Необходимо отметить, что коллективный договор не должен ухудшать положение работников по сравнению с трудовым законодательством Республики Казахстан, генеральным, отраслевым, региональным соглашениями. Такие положения признаются недействительными и не подлежат применению.

При выполнении физическим лицом трудовых обязанностей на основании трудового договора работодатель обязан из доходов работника удерживать ИПН, ОПВ, а также нести за счет собственных средств расходы, связанные с уплатой СН и СО. При выполнении работ по договору ГПХ работодатель не несет расходов по уплате СН и СО, а из доходов работника удерживает и перечисляет только ИПН.

Также можно отметить, что при трудовом договоре работник обязан выполнять работу по определенной специальности, квалификации или должности, подчиняясь при этом правилам внутреннего трудового распорядка. Преимущества для работника в том, что Трудовой кодекс устанавливает продолжительность рабочего времени, выходные и праздничные дни, а также отпуск.[6]

Коллективная (сдельная) оплата труда в Республике Казахстан характеризуется рядом ключевых особенностей, определяющих ее применение и влияние на трудовую среду. Понимание этих особенностей необходимо как работодателям, так и работникам для того, чтобы сориентироваться в нюансах этой модели коллективной оплаты труда.

1. Групповая производительность как главная цель: в отличие от моделей индивидуальной бригадной оплаты труда, в которых акцент делается на результатах работы и выработке отдельных сотрудников, при коллективной бригадной оплате внимание уделяется коллективным усилиям группы или бригады. Эта принципиальная особенность смещает парадигму с индивидуальной производительности на коллективную и воспитывает у членов коллектива чувство общей ответственности. Успех коллектива имеет первостепенное значение, что способствует развитию командной работы и взаимной поддержки внутри группы.

2. Оплата труда на основе результатов: суть коллективной бригадной оплаты труда заключается в прямой связи оплаты с общим объемом производства или результатами, достигнутыми бригадой. Оплата труда определяется не на основе индивидуального вклада, а на основе совокупной эффективности и результативности работы всей бригады. Такой подход позволяет увязать финансовые интересы сотрудников с общими целями организации и создать симбиотические отношения, в которых успех отдельного сотрудника связан с успехом всей бригады.

3. Разделение ответственности за результаты: при коллективной системе оплаты труда каждый член бригады несет ответственность за результаты коллективной работы. Такая общая ответственность воспитывает чувство единства и сотрудничества, поскольку человек осознает, что его вклад напрямую влияет на общий успех группы. В результате сотрудники мотивируются не только личными достижениями, но и коллективным чувством выполненного

долга, что способствует формированию позитивной рабочей атмосферы, располагающей к сотрудничеству.

4. Акцент на коллективной работе и сотрудничестве: В основе коллективной оплаты сдельного труда лежит сотрудничество. Работодатели, использующие эту модель оплаты, поощряют командную работу и коллективное решение проблем. Успех бригады зависит от эффективной коммуникации, сотрудничества и способности членов команды дополнять сильные стороны друг друга. Такой акцент на взаимодействии способствует формированию на рабочем месте культуры, которая ценит взаимную поддержку и общий успех.

5. Гибкость в распределении заданий: характер коллективной бригадной оплаты труда часто позволяет гибко подходить к распределению заданий внутри бригады. Члены бригады могут обладать различными навыками и опытом, и работодатель может использовать это разнообразие для оптимизации работы. Такая гибкость позволяет группе адаптироваться к различным задачам и проблемам, способствуя повышению общей эффективности и производительности.

6. Взаимная подотчетность: коллективная оплата бригадной работы создает систему взаимной подотчетности между членами бригады. Поскольку оплата труда зависит от коллективных результатов, члены бригады несут ответственность за соблюдение стандартов производства и качества. Такая подотчетность укрепляет связи в коллективе и гарантирует, что каждый член бригады стремится внести свой вклад в успех коллективной работы.

7. Баланс между индивидуальными и коллективными целями: несмотря на то, что особое внимание уделяется коллективным достижениям, эффективная реализация системы коллективной оплаты труда требует тонкого баланса между индивидуальными и групповыми целями. Важно признавать и поощрять индивидуальные усилия в контексте общих результатов работы коллектива и обеспечивать, чтобы каждый член коллектива чувствовал, что его уникальный вклад оценен по достоинству. В заключение следует отметить, что особенности коллективной бригадной оплаты труда в Казахстане подчеркивают важность командной работы, общей ответственности и нацеленности на коллективный успех. Такая модель оплаты труда выходит за рамки индивидуального стимулирования и создает атмосферу сотрудничества, в которой работники мотивированы не только личной выгодой, но и чувством достижения, которое возникает в результате вклада в успех группы. По мере того, как работодатели будут ориентироваться в сложностях коллективной бригадной оплаты труда, понимание и принятие этих особенностей будет иметь большое значение для полного использования потенциала этой уникальной модели оплаты труда в казахстанской рабочей среде.

Коллективная (сдельная) оплата труда в Республике Казахстан зависит от ряда важнейших факторов, которые играют ключевую роль в формировании структуры оплаты труда. Сложный характер этой модели оплаты труда предполагает установление норм выработки, обеспечение справедливости и создание условий для развития сотрудничества.

Изучение определяющих факторов позволяет понять, как работодатели справляются со сложностями коллективной бригадной оплаты труда и создают систему, которая одновременно является справедливой и способствует оптимальной групповой работе.

1. Определение норм выработки: Одним из основных элементов коллективной оплаты сдельного труда является установление норм выработки или нормативов. Эти нормы служат основой для расчета вознаграждения и необходимы для обеспечения измеримых рамок, отражающих сложность, объем и качество работы, выполняемой бригадой. Установление точных и справедливых норм выработки — ответственный шаг, требующий глубокого понимания поставленных задач и возможностей коллектива.

2. Справедливость и равенство: Обеспечение справедливости и равенства в коллективной оплате труда при бригадной работе имеет первостепенное значение. Различия в оплате труда членов бригады могут привести к неудовлетворенности, помешать сотрудничеству и подорвать целостность системы оплаты труда. Достижение справедливости требует многостороннего подхода:

3. Адаптация к сложности задачи: коллективная оплата бригадной работы признает, что не все задачи одинаково сложны. Некоторые проекты или задачи могут быть по своей сути более сложными или трудными, чем другие, что требует дифференцированного подхода к оплате труда:

Список литературы:

1. «Статья 107 ТК РК. Система оплаты труда»
2. «Трудовой Кодекс Республики Казахстан»
3. <https://buhta.com/kz/library/article/kak-nachislyat-zarplatu-51>
4. <https://economy-ru.info/info/143760/>
5. <https://cdb.kz/sistema/pravovaya-baza/metodicheskie-rekomendatsii-po-razrabotke-sistemy-oplaty-truda-rabotnikov-organizatsiy-chastnoy-form/>
6. https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=31624041

Сведения об авторах:

Рассказова Валерия Юрьевна — студент, бакалавр специальности «Учёт и аудит», Каспийский Общественный Университет, Email: cactus_120903@mail.ru

Information about the author:

Rasskazova Valeria Yurievna — Student, Bachelor of «Accounting and Audit» specialty, Caspian Public University, Email: cactus_120903@mail.ru

Автор туралы мәлімет:

Рассказова Валерия Юрьевна — Студент, «Менеджмент және бухгалтерия» мамандығы бакалавры, Каспий Облысы Қоғамдық Университеті, Email: cactus_120903@mail.ru

ТОРГОВЛЯ, ОСУЩЕСТВЛЯЕМАЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЯМИ ТОВАРОВ. ПРЯМЫЕ ПОСТАВКИ. НЕПОСРЕДСТВЕННЫЙ ОБОРОТ МЕЖДУ ПРОИЗВОДИТЕЛЯМИ И РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕЙ.

Роденко А.В.¹, Бакалавр специальности «Учёт и аудит»,
Нургалиева А.М.², Доктор (PhD), доцент,
^{1,2}Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация:

В Республике Казахстан производители, занимающиеся торговлей, ориентируются в сложном правовом поле, регулируемом таможенными и торговыми нормами. Соблюдение этих правил имеет решающее значение для беспрепятственных и законных сделок, охватывающих такие аспекты, как импортные пошлины, тарифы и требования к документации. Интеграция прямых поставок и повышение эффективности цепочки поставок становится ключевой стратегией, сводящей к минимуму логистические сложности и снижающей затраты за счет оптимизации процессов.

Ключевые слова: Торговля Казахстана, таможенное регулирование, экономическое партнерство, прямые поставки, эффективность цепочки поставок, международное сотрудничество, логистическая инфраструктура.

TRADE CONDUCTED BY MANUFACTURERS OF GOODS. DIRECT SUPPLY. DIRECT DEALINGS BETWEEN MANUFACTURERS AND RETAIL TRADE.

Rodenko A.V.¹, Bachelor of «Accounting and Audit»
Nurgaliyeva A.M.², Doctor (PhD), Associate Professor,
^{1,2}Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan.

Abstract:

In the Republic of Kazakhstan, manufacturers involved in trade navigate a complex legal landscape regulated by customs and trade norms. Adherence to these rules is crucial for seamless and lawful transactions, encompassing aspects such as import duties, tariffs, and documentation requirements. The integration of direct supplies and the enhancement of supply chain efficiency emerge as a key strategy, minimizing logistical complexities and reducing costs through process optimization.

Keywords:

Trade in Kazakhstan, customs regulation, economic partnership, direct supplies, supply chain efficiency, international collaboration, logistical infrastructure.

ТОВАРЛАРДЫ ШАРЫҒАЙДЫ ЖАСАУШЫЛАР ТАРАМЫНДА ЖҰМЫС ЖАТАЙЫМ САТУ. ТІРКЕЛГЕН ЖАСАУШЫЛАРДЫ МЕН РОЗНИЧНЫ ТОРГОВЛЯ АРАСЫНДАДЫ ТІРКЕЛУ.

Роденко А.В.¹, «Қаржы мен аудит» мамандығы бакалавры
Нургалиева А.М.² Доктор (PhD), Доцент,
^{1,2}Каспий қоғамдық университеті, Алматы, Қазақстан Республикасы

Аннотация:

Қазақстан Республикасында сауда жасаушылар, таможендік және сауда нормаларымен басқарылатын қиын заңды тізімде болжаймыз. Бұл қауіпсіз және заңды сауда іс-шаралары үшін бұл ережелерге сілтеме көтеру маңызды. Олардың ортақ арнайы талаптары арасында импорттандыру мөлшері, тарифтер мен құжаттардың талаптары туралы аспектер қамтылады. Тікелей посталарды интеграциялау және тапсырма жаттығу бағалау бойынша негізгі стратегия болып табылады, бұл логистикалық кесігулерді азайту мен процестерді оптималдау арқылы қауіпсіздікті жою мен қаржыны көмеге келтіру.

Кілтсөздер:

Қазақстан саудасы, таможендік бағдарлама, экономикалық ынтымақтау, тіркелген тапсырыстар, тапсырыс жатасының әмиянсыздығы, әлемдік көмекшілік, логистикалық инфраструктура.

ТОРГОВЛЯ, ОСУЩЕСТВЛЯЕМАЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЯМИ ТОВАРОВ. ПРЯМЫЕ ПОСТАВКИ. НЕПОСРЕДСТВЕННЫЙ ОБОРОТ МЕЖДУ ПРОИЗВОДИТЕЛЯМИ И РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕЙ.

Стратегическое географическое положение Казахстана на стыке Европы и Азии делает его одним из центральных игроков в динамике региональной торговли. Производители, стремящиеся расширить свое присутствие на рынке, часто используют стратегическое положение Казахстана для прямых поставок.

Каспийское море, являющееся определяющей чертой географии Казахстана, придает динамике торговли еще один уровень значимости. Развитие морских путей через Каспийское море связывает Казахстан с мировыми водными артериями, облегчает морскую торговлю и повышает общую доступность страны. Производители, перевозящие товары по этим маршрутам, получают преимущества мультимодальной транспортной системы, объединяющей морские и сухопутные пути и обеспечивающей комплексное решение проблемы перемещения товаров. Стратегическое положение Казахстана также играет ключевую роль в развитии экономического партнерства и сотрудничества. Его близость к таким странам, как Россия, Китай и государства Центральной Азии, создает естественную платформу для заключения двусторонних и многосторонних торговых соглашений. [1].

Производители, осуществляющие прямые поставки в Казахстан, могут воспользоваться этими соглашениями для создания благоприятных условий для трансграничной торговли и экономического сотрудничества. Кроме того, геополитическое значение Казахстана как связующего звена между Европой и Азией делает его одним из ключевых участников инициативы «Пояс и путь»¹. Этот амбициозный инфраструктурный проект, осуществляемый под руководством Китая, направлен на улучшение торговых связей между Азией, Европой и Африкой. Производители, используя стратегическое положение Казахстана, могут активно участвовать в разработке проектов, связанных с БРИ, открывая новые возможности для торговли и сотрудничества. В заключение следует отметить, что стратегическое географическое положение Казахстана является краеугольным камнем для производителей, занимающихся торговой деятельностью. Оно обеспечивает выход на различные рынки, способствует эффективному управлению цепочками поставок и позиционирует страну, как центр экономического сотрудничества. [9].

Одним из основных преимуществ прямых поставок является снижение логистической сложности. Минуя посредников и заключая сделки непосредственно с конечным рынком в Казахстане, производители могут оптимизировать цепочку поставок, что приводит к созданию более эффективной и оперативной системы. Это не только снижает риск задержек и перебоев в

¹ «Пояс и Путь» (BRI) — это глобальная инициатива с участием более 70 стран, ориентированная на обеспечение коммуникаций и развитие инфраструктуры, была впервые предложена президентом Китая Си Цзиньпином во время его визита в Казахстан в 2013 году.

поставках, но и позволяет производителям лучше видеть и контролировать движение своей продукции.

Для облегчения прямых поставок производители часто инвестируют в современную логистическую и транспортную инфраструктуру. Это включает в себя эффективные складские помещения, современные системы слежения и оптимизированные транспортные маршруты.

Однако для успешного осуществления прямых поставок необходимо глубокое понимание местных таможенных правил, динамики рынка и логистических проблем. Производителям необходимо ориентироваться в сложностях трансграничной торговли, обеспечивать соблюдение казахстанских правил импорта и налаживать позитивные отношения с местными властями. В заключение следует отметить, что прямые поставки играют ключевую роль в повышении эффективности цепочки поставок для производителей, участвующих в торговле с Казахстаном. Такой подход не только оптимизирует логистику и снижает затраты, но и соответствует меняющимся предпочтениям современных потребителей. Поскольку производители продолжают уделять первостепенное внимание оперативности и скорости реагирования на потребности своих предприятий, тенденция к использованию прямых поставок, скорее всего, будет расти и определять будущую структуру торговли в Республике Казахстан. [2].

В Казахстане, как и во многих других странах, существует ряд правил и процедур, регулирующих импорт и экспорт товаров, и производители должны придерживаться этих правил, чтобы обеспечить беспрепятственный ввоз своей продукции в страну.

Таможенное регулирование в Казахстане охватывает целый ряд аспектов, включая импортные пошлины, тарифы и требования к документации. Производителям необходимо тщательно изучить и понять эти нормы, чтобы рассчитать и учесть связанные с ними затраты. Такое понимание крайне важно для выработки ценовой стратегии и определения общей целесообразности прямых поставок на казахстанский рынок. Кроме того, соблюдение правил торговли обеспечивает выполнение производителями законодательных требований, установленных казахстанскими властями. Несоблюдение этих требований может привести к задержкам, штрафам или даже конфискации товаров. Чтобы снизить эти риски, производители часто сотрудничают с таможенными брокерами или юристами, хорошо знающими торговое законодательство Казахстана. Такое сотрудничество позволяет упростить процесс таможенного оформления и обеспечить соблюдение всех требований законодательства. [3].

Участие Казахстана в таких организациях, как Евразийский экономический союз (ЕАЭС) и Шанхайская организация сотрудничества (ШОС), открывает производителям доступ к более широкому рынку и создает основу для гармонизации торговой практики. Эти соглашения упрощают процедуры, создают стандартизированные правила и способствуют формированию более целостной и интегрированной экономической среды. Производители могут стратегически использовать эти экономические партнерства для диверсификации своего рынка, выхода на новых потребителей и изучения возможностей сотрудничества.

Соглашения не только способствуют импорту и экспорту товаров, но и открывают возможности для создания совместных предприятий, инвестиций и передачи технологий. Такой подход к сотрудничеству укрепляет экономические связи и способствует общему росту и развитию торговли в Республике Казахстан.

Кроме того, СЭП² обеспечивают производителям определенную предсказуемость и стабильность условий ведения бизнеса. Устанавливая четкие правила и рамки, эти соглашения снижают неопределенность, связанную с торговой политикой, и создают более безопасные условия для деятельности производителей. Такая предсказуемость особенно ценна для долгосрочного стратегического планирования и принятия инвестиционных решений. В заключение следует отметить, что ориентирование в правовой среде торговли в Казахстане

² Совет по экономической политике (СЭП) является консультативно-совещательным органом при Правительстве Республики Казахстан, рассматривает предложения по основным направлениям социально-экономической политики Республики Казахстан, определению стратегии и мер ее реализации, механизмов, обеспечивающих устойчивое развитие экономики.

требует глубокого знания таможенного и торгового законодательства. Соблюдение этих норм является не только юридическим, но и стратегическим требованием для производителей, желающих добиться успеха на казахстанском рынке. В то же время СЭП играют ключевую роль в формировании динамики казахстанской торговли, предоставляя производителям возможности для сотрудничества, роста и создания более предсказуемой деловой среды. Решая юридические и экономические аспекты торговли в Казахстане, производители вносят свой вклад в позиционирование страны как динамичного и привлекательного центра международной торговли. [5].

Проникновение на рынок Республики Казахстан требует глубокого понимания местной розничной среды. Производители, желающие добиться успеха на этом динамичном рынке, используют многогранные стратегии, чтобы занять прочные позиции и эффективно удовлетворять запросы местных потребителей.

Взаимодействие в цепочке поставок – важнейший элемент, обеспечивающий успех прямых поставок и торговли между производителями и розничным сектором в Казахстане. Производители активно сотрудничают с логистическими и дистрибьюторскими компаниями для повышения эффективности своей деятельности.

Эффективный транспорт и логистика являются залогом своевременного и экономически выгодного перемещения товаров. Производители часто устанавливают стратегические партнерские отношения с логистическими компаниями, которые широко представлены в Казахстане. Такие партнерства могут включать в себя соглашения о транспортных услугах, складском хранении и дистрибуции. Сотрудничество с надежными логистическими партнерами позволяет производителям оптимизировать цепочки поставок и обеспечить своевременное поступление продукции в розничные магазины.

Технологии играют ключевую роль в организации взаимодействия в цепочке поставок. Производители используют современные системы отслеживания, программное обеспечение для управления запасами и коммуникационные инструменты для улучшения видимости и координации всей цепочки поставок. Отслеживание поставок, уровня запасов и обработки заказов в режиме реального времени повышает общую эффективность и позволяет быстро принимать решения. [8].

Прохождение таможенных процедур является одним из ключевых аспектов международной торговли. Для обеспечения беспрепятственного прохождения таможенных процедур производители сотрудничают с таможенными брокерами и агентствами, специализирующимися на казахстанском законодательстве. Такое партнерство позволяет ускорить ввоз товаров в страну, минимизировать задержки и избежать осложнений, связанных с соблюдением требований законодательства.

Управление запасами по принципу «точно в срок»: еще одна стратегия взаимодействия, используемая производителями, – это управление запасами по принципу «точно в срок» (JIT). Она предполагает поддержание минимального уровня запасов и тесное взаимодействие с поставщиками и дистрибьюторами для обеспечения поставок продукции именно тогда, когда она необходима. Практика JIT позволяет снизить затраты на хранение и сократить избыточные запасы, что способствует экономичности и эффективности цепочки поставок. [7].

В Республике Казахстан развитие инфраструктуры играет ключевую роль в обеспечении эффективной предпринимательской деятельности. Адекватная и современная инфраструктура имеет решающее значение для производителей, осуществляющих прямые поставки, а также для общего успеха торговли между производителями и розничным сектором в стране. Стратегическое развитие транспорта, связи и складских помещений способствует созданию прочной торговой экосистемы и позиционирует Казахстан как благоприятное направление для международной торговли.

Обширное географическое положение Казахстана требует наличия хорошо развитой и взаимосвязанной транспортной сети, облегчающей перемещение товаров. Инвестиции в инфраструктуру автомобильного, железнодорожного и воздушного транспорта необходимы производителям для обеспечения своевременных и экономически эффективных прямых

поставок. Совершенствование транспортной сети позволяет не только соединить крупные города, но и охватить отдаленные районы, способствуя тем самым всеохватывающей деловой активности. [10].

Устойчивое управление цепочками поставок – это целостный подход, учитывающий экологические, социальные и этические факторы на всех этапах цепочки поставок. Производители в Казахстане активно применяют методы, минимизирующие воздействие на окружающую среду, например, выбирают экологически чистые материалы, оптимизируют транспортные маршруты для снижения выбросов углекислого газа, реализуют меры по сокращению отходов. Внедряя практику устойчивого развития цепочки поставок, производители способствуют общему экологическому благополучию и привлекают внимание экологически сознательных потребителей.

Устойчивое развитие выходит за рамки экологических аспектов и включает в себя социально ответственные методы работы. Производители в Казахстане уделяют все больше внимания созданию справедливых и этических условий труда. Это включает в себя обеспечение безопасных рабочих мест, справедливой заработной платы и соблюдение прав работников. Социально ответственная трудовая практика способствует удовлетворенности и благополучию сотрудников и формированию позитивной рабочей среды.

Производители признают важность активного участия в жизни местных сообществ, в которых они работают. Инициативы по развитию местных сообществ, такие как поддержка местных проектов в области образования, здравоохранения или инфраструктуры, демонстрируют приверженность обществу в целом. Это не только способствует социальной устойчивости, но и улучшает репутацию производителя как ответственного корпоративного гражданина.

Прозрачная коммуникация – основа устойчивой практики. Производители активно информируют потребителей, заинтересованные стороны и общественность о своих инициативах, достижениях и целях в области устойчивого развития. Прозрачная отчетность об экологических и социальных результатах деятельности укрепляет доверие и позволяет потребителям делать осознанный выбор и поддерживать компании, соответствующие их ценностям.

Несмотря на то, что производители в Казахстане добились значительных успехов в внедрении экологически безопасных технологий, проблемы остаются. К ним относятся необходимость инвестирования в экологически безопасные технологии, преодоление сопротивления изменениям и навигация по сложной нормативно–правовой базе. Однако переход к устойчивому развитию открывает и широкие возможности. Предприятия, активно внедряющие практику устойчивого развития, могут получить конкурентные преимущества, привлечь экологически сознательных потребителей и внести свой вклад в достижение более широких целей по созданию более устойчивой и жизнеспособной экономики. [4].

В заключение следует отметить, что внедрение устойчивых практик производителями, занимающимися торговлей в Казахстане, отражает приверженность принципам экологической и социальной ответственности. Активно внедряя системы управления цепочками поставок, возобновляемые источники энергии, инициативы по сокращению отходов и социально ответственную трудовую практику, компании вносят свой вклад не только в благополучие планеты, но и в долгосрочную жизнеспособность и успех своей деятельности. Поскольку устойчивое развитие продолжает определять глобальную практику ведения бизнеса, производители в Казахстане играют ключевую роль в формировании более устойчивой и ответственной бизнес-среды.

Производители в Казахстане внедряют практику устойчивого развития, используют возобновляемые источники энергии, сокращают количество отходов и пропагандируют социально ответственный труд. Это соответствует мировым тенденциям, повышает экологическую ответственность и обеспечивает долгосрочный успех предприятий в условиях развивающейся деловой среды

Торговля в Республике Казахстан предполагает, что производители осуществляют прямые поставки и налаживают прямой товарооборот с розничной торговлей. Ориентируясь в сложном правовом поле, производители соблюдают таможенные правила для обеспечения беспрепятственных транзакций. Стратегическое географическое положение Казахстана расширяет охват мирового рынка, способствуя экономическому партнерству и торговым соглашениям. Эффективность цепочки поставок, стратегии проникновения на рынок и устойчивые методы способствуют динамичному развитию торговли. Производители активно участвуют в развитии инфраструктуры, внедряя технологические достижения для оптимизации операций. Такой комплексный подход (Рис 1.) позиционирует Казахстан как динамично развивающийся центр международной торговли, где прямые поставки и эффективный товарооборот формируют надежную и развивающуюся торговую экосистему.



Рис 1. – структура торговой деятельности в РК.

Список использованной литературы:

1. Абдрахманова, Г. (2018). Торговля и рынки в Казахстане: Тенденции и перспективы. Алматы: Издательство «Казахстан».
2. Ибрагимов, А., & Мухамеджанова, Е. (2019). Прямые поставки в современной экономике Казахстана. Журнал «Экономические исследования», 25(2), 45-62.
3. Казбеков, Р. (2017). Таможенное регулирование и экспортно-импортная деятельность в Казахстане. Астана: Научно-исследовательский институт экономики.
4. Нормативно-правовые акты Республики Казахстан о защите прав потребителей (Под ред. Батырханова, К.). (2020). Алматы: Издательство «Право».
5. Жумагулов, С. (2016). Бизнес в Казахстане: Правила и практика. Алматы: Издательство «Казбизнес».
6. Статистический ежегодник Республики Казахстан. (Последний выпуск). Астана: Национальный статистический комитет Республики Казахстан.
7. Концепции и стратегии развития торговли в Казахстане. (2018). Редактировано Министерством торговли и интеграции Республики Казахстан. Астана: Издательство «КазТорг».
8. Технологии управления запасами и логистикой в Казахстане. (2019). Под редакцией Ж. Абдибекова. Алматы: Издательство «Логистика».
9. Казахстанская экономика: вызовы и перспективы. (2017). Под редакцией А. Ахметова. Алматы: Издательство «Экономика».

10. Қазақстандық бизнес және инвестиция: анализ және перспективасы. (2018). Редакцияланған
Национальдық банк Республикасы Қазақстан. Астана: Издательство «Финансы».

Сведения об авторах:

Роденко Алина Викторовна – студент, бакалавр специальности «Учёт и аудит»,
Каспийский Общественный Университет, Email: rodenkoalina24@gmail.com

Information about the Authors:

Rodenko Alina Viktorovna – a student, bachelor's degree in «Accounting and Audit» at the
Caspian Public University. Email: rodenkoalina24@gmail.com.

Авторлар туралы ақпарат:

Роденко Алина Викторовна – студент, «Учет және аудит» мамандығының бакалавры,
Каспий қоғамдық университеті. Email: rodenkoalina24@gmail.com.

УДК 658.8.011.1

АЛГОРИТМ РАЗРАБОТКИ И УПРАВЛЕНИЯ ИВЕНТ – МЕРОПРИЯТИЯМИ

Рябухина Д.А.¹, Асанова А.Ж.²

^{1,2}Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация. Цель статьи состоит в описании алгоритма разработки и управления ивент-мероприятиями. Ключевым методом исследования является описательный анализ специфики ивент-маркетинга. В результате написания статьи сформулирован алгоритм разработки и управления ивент-мероприятиями на основе комплексного подхода к продвижению, и ориентации на полное возмещение затрат со стороны спонсоров. В работе подробно рассматриваются различные инструменты маркетингового продвижения ивент-мероприятия, и привлечения как спонсоров, так и потенциальных потребителей.

Ключевые слова: ивент-мероприятия, ивент-маркетинг, продвижение, инструменты маркетинга.

ИВЕНТ – ОҚИҒАЛАРДЫ ӘЗІРЛЕУ ЖӘНЕ БАСҚАРУ АЛГОРИТМІ

Рябухина Д.А.¹, Асанова А.Ж.²

^{1,2} Каспий Қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

Аңдатпа. Мақаланың мақсаты – ивент-оқиғаларды әзірлеу және басқару алгоритмін сипаттау. Негізгі зерттеу әдісі ивент-оқиға маркетингінің ерекшеліктерін сипаттамалық талдау болып табылады. Мақаланы жазу нәтижесінде іс-шараларды әзірлеу және басқару алгоритмі демеушілер тарапынан шығындарды толық өтеуге бағытталған ықпалдастырылған ілгерілету тәсіліне негізделді. Жұмыста іс-шараларды маркетингтік жылжытудың және демеушілер мен әлеуетті тұтынушыларды тартудың әртүрлі құралдары егжей-тегжейлі қарастырылады.

Түйін сөздер: ивент-оқиғалар, ивент-маркетинг, жылжыту, маркетинг құралдары.

ALGORITHM OF EVENT DEVELOPMENT AND MANAGEMENT

Ryabukhina D.A.¹, Assanova A.Zh.²

^{1,2} Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

Summary. The purpose of the article is to describe the algorithm for the development and management of events. The key research method is a descriptive analysis of the specifics of event marketing. Because of writing the article, an algorithm for the development and management of events formulated, based on an integrated approach to promotion, and a focus on full reimbursement of costs from sponsors. The work examines in detail various tools for marketing promotion of events, and attracting both sponsors and potential consumers.

Keywords: event - events, event - marketing, promotion, marketing tools.

Ивент представляет собой новое слово в современном маркетинге, и обретает в казахстанской и общемировой практике все большую популярность. Ивент-мероприятие представляет собой развлекательное мероприятие по типу выставки, фуршета, спортивного соревнования, ярмарки, на котором клиенты встречаются с представителями компаний,

которые являются спонсорами данного ивент-мероприятия. Цель ивент-мероприятия состоит в том, чтобы привлечь внимание потребителей к продукции или услугам компаний – спонсоров.

Цель настоящей статьи состоит в описании алгоритма разработки и управления ивент-мероприятиями. Ключевым методом исследования является описательный анализ специфики ивент-маркетинга.

Сущность ивент-мероприятий заключается в организации и проведении специальных событий, которые могут быть различного характера и формата и предназначены для развлечения, информирования, образования, продвижения товаров или услуг, создания связей и т.д.

Ивент-мероприятия являются мощным инструментом для коммуникации с целевой аудиторией и достижения определенных целей. Они могут быть организованы как внутри компании (корпоративные мероприятия, тренинги, конференции), так и во внешней среде (выставки, фестивали, концерты) [1].

Основная задача ивент-мероприятий - создать незабываемый опыт для участников, который будет влиять на их восприятие и отношение к организатору и его продукту или услуге. Они помогают укрепить имидж компании, привлечь новых клиентов, удержать существующих, повысить лояльность и узнаваемость бренда.

Важными элементами ивент-мероприятий являются планирование, организация, продвижение и проведение самого события. Они требуют тщательной подготовки, координации всех деталей, работы с поставщиками и партнерами, а также контроля за бюджетом.

Ивент-мероприятия могут быть разнообразными по своей форме и содержанию: от простых встреч и презентаций до масштабных фестивалей и концертов. Они могут включать в себя такие элементы, как выступления спикеров, выставочные стенды, развлекательные программы, интерактивные зоны, конкурсы и т.д.

В целом, ивент-мероприятия представляют собой важный инструмент для достижения целей компании, установления связей с целевой аудиторией и создания положительного впечатления о бренде или продукте. Они помогают организаторам выделиться на рынке и установить долгосрочные отношения с клиентами [2].

Сущность ивент-маркетинга заключается в использовании ивент-мероприятий как стратегического инструмента маркетинговой коммуникации. Он направлен на достижение маркетинговых целей, таких как увеличение узнаваемости бренда, привлечение новых клиентов, удержание существующих, повышение продаж и улучшение имиджа компании.

Ивент-маркетинг позволяет организаторам установить прямую связь с целевой аудиторией и создать неповторимый опыт, который будет ассоциироваться с брендом или продуктом. Он помогает укрепить эмоциональную привязанность к марке и сформировать положительное впечатление о компании.

Основные принципы ивент-маркетинга включают в себя [3]:

1. Целенаправленность: ивент-мероприятие должно быть направлено на достижение конкретных маркетинговых целей. Оно должно быть частью общей стратегии компании и иметь четко определенные показатели эффективности.

2. Клиент - ориентированность: ивент-мероприятие должно быть нацелено на определенную целевую аудиторию. Оно должно быть интересным и полезным для участников, чтобы привлечь их внимание и вызвать положительные эмоции.

3. Интерактивность: ивент-мероприятие должно предоставлять возможность для активного взаимодействия участников с брендом или продуктом, позволяющее участникам ивент - мероприятия не только наблюдать, но и участвовать в нем.

4. Интеграция с другими маркетинговыми каналами: ивент-мероприятие должно быть частью комплексной маркетинговой стратегии, быть интегрированным с другими каналами коммуникации, такими как реклама, PR, социальные сети и т.д.

5. Измеримость результатов: ивент-мероприятие должно быть оценено по его эффективности и достижению поставленных целей. Оценка результатов позволяет определить успешность мероприятия и внести корректировки в будущие проекты.

Далее целесообразно более подробно остановиться на алгоритме разработки ивент-мероприятия.

Как отмечает Игнаткина И.А., разработка и управление ивент-мероприятиями является важным аспектом современного маркетинга и коммуникации. Организация успешных мероприятий может помочь привлечь внимание к компании или продукту, укрепить имидж и установить контакт с целевой аудиторией. Алгоритм подготовки ивент-мероприятия, по её мнению, не имеет чётко установленной структуры, и различается в зависимости от целей, которые предприятие ставит перед собой. Однако ивент-мероприятие должно включать в себя ряд этапов, связанных с планированием, организацией и контролем над эффективностью проведения указанного мероприятия [4].

Головина Е.А. полагает, что разработка и управление ивент-мероприятиями требует глубокого понимания целей и потребностей аудитории. Критически важно провести исследование рынка, чтобы определить, какие типы мероприятий будут наиболее эффективными и привлекательными для целевой группы [5]. С ней вполне солидарна Ермолаева М.В, которая отмечает, что планирование и организация ивент-мероприятий требует тщательного управления ресурсами, бюджетом и временем. Необходимо учитывать все аспекты, начиная от выбора места проведения до логистики и продвижения мероприятия. Только хорошо спланированные ивенты могут достичь поставленных целей [6].

Наиболее детально алгоритм разработки и управления ивент-мероприятиями представлен в работе Азаровой А.А, который, согласно её мнению, включает в себя десять ключевых этапов (рис. 1).

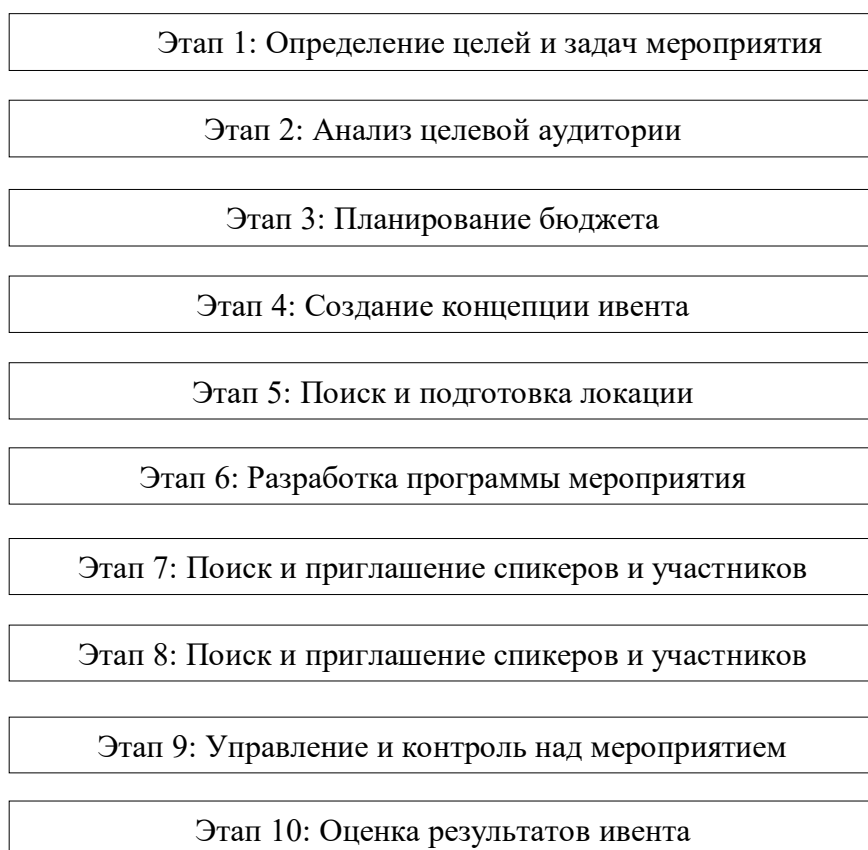


Рисунок 1 - Алгоритм разработки и управления ивент-мероприятием

Примечание: рисунок составлен на основе источника [7].

В соответствии с представленным рисунком, на первом этапе следует определить цели и задачи мероприятия, которые могут включать в себя увеличение продаж, повышение узнаваемости бренда, привлечение новых клиентов и т.д.

На втором этапе следует сделать детальный анализ целевой аудитории, чтобы понять их предпочтения, интересы и потребности. На третьем этапе следует уделить внимание планированию бюджета, с выделением различных статей расходов, таких как аренда места, оплата персонала, реклама и т.д. На четвертом этапе следует сфокусироваться на создании концепции ивента, которая будет отражать его цели и привлекать целевую аудиторию. Концепция ивента может быть выражена посредством использования тематического оформления, приглашения специальных гостей и предложения гостям различных интерактивов.

На пятом этапе следует детально проработать поиск и подготовку локации, следует найти подходящее место для проведения мероприятия и обеспечить его необходимым оборудованием и услугами. Важно убедиться, что выбранная локация соответствует концепции ивента и может вместить всех гостей.

Шестой этап включает разработку программы мероприятия, которая включает в себя расписание выступлений, активностей, питания, при этом важно ориентироваться на такие критерии, как разнообразие и качество исполнения.

На седьмом этапе важно найти и пригласить спикеров, которые будут выступать на ивент - мероприятии, а также участников, которые могут быть полезными для выбранной целевой аудитории.

На восьмом этапе следует заняться разработкой и реализацией маркетинговой стратегии, которая поможет привлечь целевую аудиторию. Для достижения указанной цели важно использовать различные каналы продвижения, такие как социальные сети, электронная почта, печатные раздаточные материалы.

На протяжении всего мероприятия следует уделить внимание управлению и контролю (девятый этап), с указанной целью следует назначить ответственных за различные аспекты мероприятия, такие как регистрация гостей, проведение активностей, обеспечение безопасности, организовать систему контроля, отслеживать выполнение плана мероприятия.

На заключительном десятом этапе следует провести оценку результатов ивента, проанализировать степень достижения поставленных целей, узнать мнение гостей и участников мероприятия. Анализ полученной обратной связи позволит в перспективе улучшить стратегию проведения ивент-мероприятий.

Как указывает Хамокова Д.М., разработка и управление ивент-мероприятиями должны быть инновационными и уникальными, чтобы привлечь внимание целевой аудитории. В современном мире, где люди постоянно подвергаются информационному шуму, необходимо выделиться и предложить что-то новое и интересное, потому что чрезвычайно важно уделить внимание продумыванию развлекательной стратегии в рамках проводимого ивента [8].

Соловьева Д.В., указывает, что оценка результатов ивент-мероприятий является неотъемлемой частью успешного управления. Необходимо провести анализ эффективности мероприятия, чтобы определить, достигнуты ли поставленные цели и какие уроки можно извлечь для будущих проектов. Это позволит улучшить стратегию разработки и управления ивент-мероприятиями в будущем [9].

Далее представим примерный маркетинговый бюджет ивент-мероприятия (табл. 1), который учитывает основные каналы продвижения.

Таблица 1 – Пример разработки маркетингового бюджета ивент-мероприятия

Позиции	Всего (тыс.тг.)
1	2
PR (Связи с общественностью)	
Публикации в СМИ	200
Спонсорство	500
Участие в конкурсах	50
Участие в рейтингах	100
Итого:	850
Событийный маркетинг	

Продолжение таблицы 1

1	2
Участие в выставках	2000
Участие в конференциях	1000
Организация семинаров	500
Итого:	3500
Реклама в интернете	
Контекстная реклама	500
Таргетированная реклама	500
Медийная реклама (баннеры)	200
Платные посты в профессиональных сообществах	200
Нативная реклама (статьи)	200
Реклама у блогеров	280
Итого:	1880
Офлайн-реклама	
Листовки	100
Вывески	100
Roll-up стенд	110
Итого:	310
Программы для маркетинга	
Email-рассылки	120
CRM	240
Итого:	360
Отдел маркетинга	
Зарплата	6000
Налоговые отчисления	3600
Обучение сотрудников	200
Итого:	9800
Итого маркетинговый бюджет	16700
Примечание – составлено авторами на основании собственных исследований	

В соответствии с представленным анализом, каналы маркетинговой коммуникации для продвижения ивент-мероприятия являются довольно разнообразными.

Выводы:

1. Ивент-мероприятия - это специально организованные события, которые направлены на привлечение внимания к определенной компании, продукту или услуге. Они могут быть различными по своей природе и формату, такими как конференции, семинары, выставки, презентации, спортивные соревнования и т.д.

2. Суть ивент-мероприятий заключается в создании уникального и запоминающегося опыта для аудитории. Они предоставляют возможность установить контакт с целевой аудиторией, представить новые продукты или услуги, повысить узнаваемость бренда и укрепить имидж компании.

3. Для успешной разработки и управления ивент-мероприятиями необходимо учитывать цели и потребности аудитории, проводить исследование рынка и выбирать наиболее эффективные и привлекательные форматы мероприятий. Также важно тщательно планировать и организовывать ресурсы, бюджет и время мероприятия, чтобы с наибольшей вероятностью достичь поставленных целей.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Вершинина А.Г., Просалова В.С., Смольянинова Е.Н. Событийный маркетинг: сущность и возможность применения, как механизма продвижения товаров и услуг в РФ // АНИ: экономика и управление. 2017. №4 (21). С.71-74.
2. Саркисян О.А., Берулава А.Л., Агаева С.Т. Ивент-мероприятия как основа интегрированных маркетинговых коммуникаций // Коммуникология. 2017. С.5-12.
3. Козлова О.А. Событийный маркетинг как инструмент повышения лояльности потребителей: алгоритм на основе жизненного цикла // Концепт. 2016. №S4. С.1-6.
4. Игнаткина И.А. Перспективы продвижения продукции промышленных предприятий на выставках-ярмарках // Концепт. 2019. №1. 2-11.
5. Головина Е.А. Ивент - маркетинг: Основные понятия и задачи // Форум молодых ученых. 2018. №5-1 (21). С.817-820.
6. Ермолаева М.В. Ивент в системе внешних коммуникаций компании // Столыпинский вестник. 2022. №7. С.4006-4015.
7. Азарова А.А. Ивент - маркетинг как способ повышения лояльности // Скиф. 2023. №1 (77). С.575-578.
8. Хамокова Д.М. Ивент - маркетинг как инструмент формирования лояльности потребителей // Скиф. 2021. №5 (57). С.529-534.
9. Соловьева Д.В., Булыгина А.Н., Старокошко Е.Д., Шатохина Д.Д. Формирование брендов интеллектоемких событий // Практический маркетинг. 2018. №7 (257). С.36-44.

Сведения об авторах

* Рябухина Д.А. - Студент специальности «Маркетинг», Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан, e-mail: D.riabukhina@gmail.com

** Асанова А.Ж., м.э.н. сеньор-лектор

Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

Авторлар туралы мәліметтер

* Рябухина Д.А. - «Маркетинг» мамандығының студенті, Каспий Қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы, e-mail: D.riabukhina@gmail.com

** Асанова А.Ж., э.ғ.м., сеньор-лектор

Каспий Қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

Information about the authors

* Ryabukhina D.A. - Student of the «Marketing» education program Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan, e-mail: D.riabukhina@gmail.com

** Asanova A.Z., master of economic sciences, senior – lecturer Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

ӘОЖ 336.711

ҚАЗАҚСТАННЫҢ БАНК ЖҮЙЕСІ МЕН АҚША АЙНАЛЫМЫН ТҰРАҚТАНДЫРУДЫҢ НЕГІЗГІ БАҒЫТТАРЫ

Садвакасова Р. – Каспий қоғамдық университетінің «Мемлекеттік қаржы» БББ – ның студенті¹

Гумар Н.А. – э.ғ.к., Каспий қоғамдық университетінің қауымдық профессоры²

Аңдатпа. Ақша-несие саясаты экономикасы нарықтық заңдарға сәйкес дамитын елдердің орталық банктерінің саясатына тән белгілерді біртіндеп иеленді. Алайда, қазіргі уақытта Қазақстан Республикасында ақша-несие саясатының құралдарын пайдалана отырып, елдің экономикалық дамуы үшін жағдайларды қамтамасыз етуге қабілетті, белгіленген функциялары бар орталық банкті қоса алғанда, қолайлы механизм толығымен қалыптасты деп айтуға болмайды. Сондықтан Ұлттық банктің ақша-несие саясатын зерделеу және талдау зерттеудің өзекті тақырыбы болып табылады. Ұсынылған мақалада, Қазақстанның банк жүйесі мен ақша айналымын тұрақтандырудың негізгі бағыттарының теориялық және практикалық шарттары ұсынылатын болады.

Түйін сөздер: банк жүйесі, ақша айналымы, стратегиялық даму бағдарламасы, макроэкономикалық саясат, әлемдік банк жүйесі

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СТАБИЛИЗАЦИИ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ И ДЕНЕЖНОГО ОБРАЩЕНИЯ КАЗАХСТАНА

Садвакасова Р. - Студентка ОП «Государственные финансы» Каспийского общественного университета¹

Гумар Н.А. – к.э.н., ассоц. профессор Каспийского общественного университета²

Аннотация. Денежно-кредитная политика постепенно приобрела черты, характерные для политики центральных банков стран, экономика которых развивается по рыночным законам. Однако нельзя сказать, что в Республике Казахстан полностью сформирован подходящий механизм, в том числе центральный банк с установленными функциями, способный обеспечить условия для экономического развития страны с использованием инструментов денежно-кредитной политики. Поэтому изучение и анализ денежно-кредитной политики Национального банка является актуальной темой исследования. В предлагаемой статье будут представлены теоретические и практические условия основных направлений стабилизации банковской системы и денежного обращения Казахстана.

Ключевые слова: банковская система, денежное обращение, программа стратегического развития, макроэкономическая политика, мировая банковская система.

MAIN DIRECTIONS FOR STABILIZATION OF THE BANKING SYSTEM AND MONETARY CIRCULATION OF KAZAKHSTAN

Sadvakasova R. - Student of the OP “Public Finance” of the Caspian Public University¹

Gumar N.A. – Ph.D., assoc. Professor of the Caspian Public University²

Annotation. Monetary policy gradually acquired features characteristic of the policies of central banks of countries whose economies develop according to market laws. However, it cannot be said that the Republic of Kazakhstan has fully formed a suitable mechanism, including a central bank with established functions, capable of providing conditions for the economic development of the country using monetary policy instruments. Therefore, the study and analysis of the monetary policy of

the National Bank is a relevant topic of research. This article will present the theoretical and practical conditions of the main directions of stabilization of the banking system and monetary circulation of Kazakhstan.

Key words: banking system, monetary circulation, strategic development program, macroeconomic policy, world banking system.

Банк қызметінің дамуы жалпы экономикалық қатынастардың қалыптасу логикасы мен векторымен тығыз байланысты. Ежелгі дәуірде айырбас мәмілелерінің үстемдігі және ақша қатынастарының нашар дамуы кезеңінде несиелі және банк қызметі шіркеулерде шоғырланып, көп жағдайда табиғи сипатта болды. Кейінірек ежелгі дәуірде өсімқорлық дәуірі басталды. Ал Қайта өрлеу дәуірінде бос ресурстарды шоғырландыруды, төлемдерді жүзеге асыруды және несиелер мен қарыздарды беруді бүгінгі күнге дейін жалғастырған алғашқы банктер пайда болды.

Еуропа елдерінен айырмашылығы, 19 ғасырдың соңына дейін, банк мекемелері толығымен мемлекет меншігінде болды, бұл капиталистік қатынастардың дамуын шектеп, елдегі несиелік-есеп айырысу қатынастарының жақсаруына кедергі келтірді. Жеке банк қызметінің қысқа кезеңі 1917 жылғы революциямен үзілді, ол мемлекеттік меншік үстемдік ететін қоғам құрылысына және банк қызметіне мемлекеттік монополияға әкелді.

XX ғасырдың аяғынан бастап, КСРО ыдырағаннан кейін, Қазақстан қайтадан банк ісін дамыта бастады [1, б. 34].

2030 жылға дейінгі ақша-несиелі саясатының стратегиясына сәйкес, Қазақстанда ақша айналымын тұрақтандырудың стратегиядағы негізгі бастамалары 3 бағытқа бөлінген.

Монетарлық негіздерді нығайту инфляциялық күтулерді бекітуді, Ұлттық Банкті экономикалық несиелеу бағдарламаларынан шығаруды, коммуникацияларды жақсартуды және құбылмалы айырбас бағамының негіздерін нығайтуды қамтиды. Осы саладағы іс-шараларды табысты іске асыру жүргізіліп жатқан ақша-несиелі саясатының тиімділігін арттыруға, күтілетін инфляция деңгейін тұрақтандыруға, сондай-ақ халықаралық резервтердің жеткілікті деңгейін сақтай отырып, құбылмалы айырбастау бағамы режиміне ынталылықты күшейтуге мүмкіндік береді.

Қаржы нарығын дамыту үшін оның тиімділігін арттыру, долларлануды ұдайы төмендету және мемлекеттік бағалы қағаздар нарығын дамыту бойынша жұмыстар қарастырылуда. Дамыған қаржы секторын қалыптастыру ұлттық валютаға деген сенімді арттырады және елдің қаржы жүйесінің үлкен тұрақтылығына әкеледі.

Макроэкономикалық саясаттың негіздерін нығайту экспортты әртараптандыруға және импортқа тәуелділікті төмендетуге, бюджеттік тәртіпті арттыруға және нарықтық тарифтерді қалыптастыруды дамытуда нарықтық негізде мемлекеттік қолдау шараларына көшумен контрциклдік шығыстарға бағытталған жүйелік шараларды жүзеге асыруды көздейді. Бұл саладағы жұмыстың негізгі нәтижелері экономиканың сыртқы факторларға тәуелділігін төмендету, фискалдық жағдайды нығайту және макроэкономикалық тұрақтылықты арттыру болады [2].

Қазақстандағы банк жүйесі мен ақша айналымын тұрақтандырудың негізгі бағыттары елдегі қаржылық тұрақтылықты қамтамасыз етуге және ақша айналымын реттеуге бағытталған бірқатар шаралар мен саясаттарды қамтиды, оны төмендегі кестеден көруімізге болады (1-кесте)

1 - кесте - Қазақстандағы банк жүйесі мен ақша айналымын тұрақтандырудың негізгі бағыттары

№	Бағыттар	Міндеттер	Ұсынылатын іс-шаралар
1	Бірінші бағыт	банк жүйесін қадағалау мен реттеуді күшейту	Қазақстандық банктер қауымдастығы мен Қазақстан Ұлттық банкі банктік қадағалауды күшейту және қаржылық дағдарыстардың алдын алу және банк жүйесінің тұрақтылығын қамтамасыз ету үшін қатаң ережелер мен ережелерді енгізу бойынша белсенді жұмыс жүргізуде
2	Екінші бағыт	макроэкономикалық саясатты әзірлеу және жүзеге асыру	Қазақстан үкіметі мен Қазақстан Ұлттық банкі инфляцияны бақылау, ұлттық валютаның тұрақты бағамын ұстап тұру және экономиканың тұрақты өсімін қамтамасыз ету бойынша белсенді саясатты жүргізуде. Бұған экономикалық көрсеткіштерді бақылау, ақша айналымын реттеу және пайыздық мөлшерлемелерді басқару бойынша барабар шаралар қабылдау кіреді.
3	Үшінші бағыт	қаржы нарықтары мен құралдарын дамыт	Қазақстан қаржы нарықтарын, оның ішінде бағалы қағаздар нарығын, капитал нарығын және туынды құралдар нарығын құру және дамыту бойынша белсенді жұмыс жүргізуде. Бұл инвестиция тартуға, қаржы құралдарын әртараптандыруға және нарықтағы өтімділікті арттыруға көмектеседі.
Ескерту: құрастырған автор			

Сонымен қатар, Қазақстан банк жүйесі мен ақша айналымын тұрақтандыру саласында қолдау мен сараптамалық қолдау алу үшін Халықаралық валюта қоры (ХВҚ) және Дүниежүзілік банк сияқты халықаралық қаржы ұйымдарымен белсенді ынтымақтастықта.

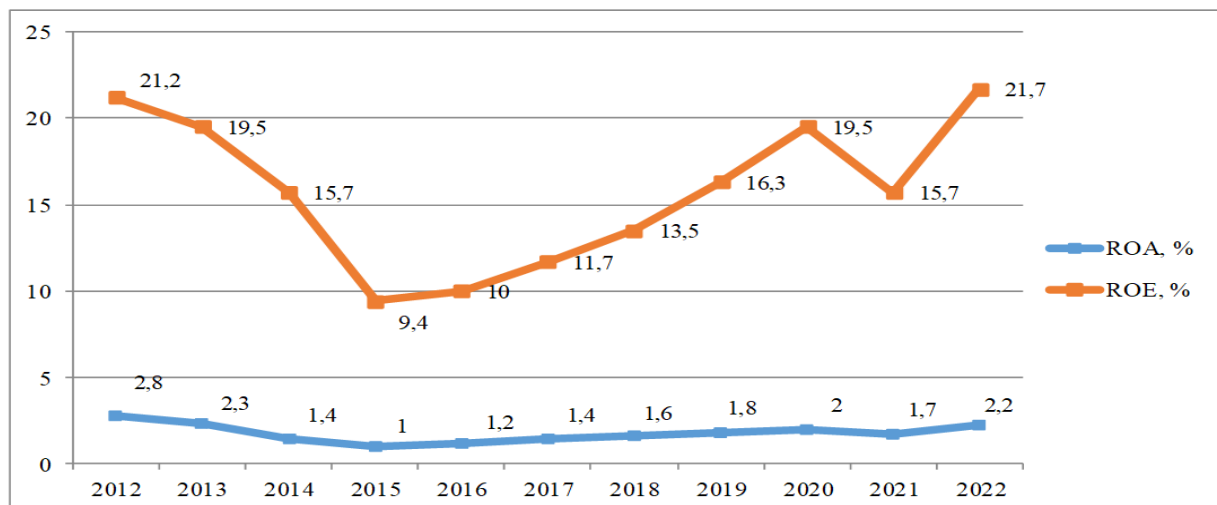
Жалпы, Қазақстан елдің тұрақты экономикалық дамуына ықпал ететін және нарық субъектілері мен халықтың сенімін қамтамасыз ететін тұрақты және сенімді банк жүйесін құруға ұмтылуда.

Ақша айналымын тұрақтандырудың негізгі құралдарының бірі Қазақстан Ұлттық банкі жүзеге асыратын ақша-несие саясаты болып табылады. Бұл саясат ақша массасын, пайыздық мөлшерлемелерді және инфляцияны реттеуге бағытталған мақсаттар мен міндеттерді белгілейді.

Елдегі ақша айналымының тұрақтылығына қол жеткізу үшін Қазақстан Ұлттық Банкі ақша-несие саясатының құралдарын белсенді пайдаланады. Осы құралдардың бірі коммерциялық банктерді қайта қаржыландыру, яғни белгілі бір шарттарда өтімділікпен қамтамасыз ету. Бұл ақша массасының көлемін реттеуге және банк жүйесінің тұрақты жұмыс істеуін қамтамасыз етуге мүмкіндік береді.

Ақша айналымын тұрақтандырудың тағы бір маңызды механизмі ашық нарықтағы операциялар болып табылады. Қазақстан Ұлттық Банкі ақша массасын және пайыздық мөлшерлеме деңгейін реттеу мақсатында ашық нарықта мемлекеттік бағалы қағаздарды сатып алуды және сатуды жүзеге асырады. Бұл банкке ақша нарығындағы сұраныс пен ұсынысқа ықпал етеді, бұл өз кезегінде ақша айналымының тиімділігіне әсер етеді.

Алайда Қазақстандағы ақша айналымын тұрақтандыру тек ұлттық банктің белсенділігін ғана емес, сонымен қатар басқа қаржы институттарымен ынтымақтастықты, сондай-ақ мемлекет тарапынан тиісті бақылауды қажет етеді. Қаржы жүйесін дамыту үшін қолайлы жағдайлар жасау, банктердің тиімді жұмыс істеуін қамтамасыз ету, сондай-ақ банктік емес қаржы институттарының қызметін бақылау маңызды.



1 сурет – Банк жүйесінің тиімділік көрсеткіштері
Ескерту – Дереккөз бойынша автор құрастырған

1 – суретте, банк жүйесінің тиімділік көрсеткіштерінің серпіні, Қазақстан банк жүйесінің 2012 – 2022 жылдар аралығында сипатын көрсетеді. Банк капиталының тиімділігі 2021 ж. төмендегенін байқауға болады [3].

Қазақстандағы ақша айналымын тұрақтандыру елдің тұрақты экономикалық өсуі мен дамуын қамтамасыз етуде маңызды рөл атқарады. Бұл қаржылық тұрақтылықты сақтау, инвестиция тарту және ұлттық валютаға деген сенімді нығайту үшін қажет. Дұрыс ақша-несие саясаты, ақша айналымын реттеудің тиімді құралдары және қаржы институттары арасындағы тығыз ынтымақтастық Қазақстандағы ақша айналымын тұрақтандыруға ықпал ететін негізгі факторлар болып табылады.

Енді, салыстырмалы түрде, әлемдегі банк жүйесін тұрақтандырудың негізгі бағыттарына тоқталатын болсақ, 2- кесте.

2 – кесте - Банк жүйесін тұрақтандырудың негізгі бағыттары

№	Бағыттар	Міндеттер	Мазмұны
1	Банктерді капиталдандыру	Үкімет банктерге олардың күрделі салымдарын күшейту және ықтимал шығындарға төтеп беру	Үкімет банктерге олардың күрделі салымдарын күшейту және ықтимал шығындарға төтеп беру қабілетін қамтамасыз ету үшін қаржылық қолдау көрсете алады. Бұл капиталды енгізу немесе күйзеліске ұшыраған активтерді сатып алу арқылы жасалуы мүмкін.
2	Реттеу және қадағалау	Банктердің қызметін реттеу мен қадағалауды күшейту жүйеде туындайтын мәселелер мен тәуекелдердің алдын алу	Реттеуші және қадағалау органдары стандарттар мен талаптардың сақталуын қамтамасыз етіп, тұрақты аудиттер мен стресс-тесттер өткізуі керек.
3	Өтімділік	Банк жүйесінде	Орталық банктер банктерге өз

		жеткілікті өтімділікті қамтамасыз ету	міндеттемелерін орындау мүмкіндігін қамтамасыз ету үшін қысқа мерзімді несиелер немесе басқа механизмдер арқылы қаржылық қолдау көрсете алады.
4	Реформалар және қайта құрылымдау	Банк жүйесінде күрделі мәселелер туындаған жағдайда реформалар мен қайта құрылымдау	Бұған банктердің бірігуі мен қосылуы, проблемалық активтерді басқару үшін «нашар банк» құру және ұқсас мәселелердің қайталануын болдырмау үшін ережелер мен заңнамаға өзгерістер кіруі мүмкін
5	Халықаралық ынтымақтастық	Банк жүйесінің жаһандану жағдайында халықаралық ынтымақтастық тұрақтандыру	Елдер арасындағы ынтымақтастық ақпарат алмасуды, тұрақтандыру шараларын үйлестіруді және халықаралық стандарттар мен ережелерді құруды қамтуы мүмкін.
Ескерту: құрастырған автор			

Бұл әлемдегі банк жүйесін тұрақтандырудың негізгі бағыттарының бірнешеуі ғана. Әрбір елдің өзінің нақты тәсілдері мен шаралары болуы мүмкін, бірақ тұтастай алғанда бұл бағыттар қаржылық тұрақтылықты нығайтуға және банктер мен тұтастай алғанда экономика үшін тәуекелдерді азайтуға көмектеседі [4, 97 б.].

Қазіргі әлемде ақша айналымының тұрақтылығы экономикалық дамудың негізгі факторына айналууда. Қазақстан да бұдан қалыс емес, соңғы жылдары елімізде қаржы жүйесін нығайту және ұлттық валюта – теңгенің тұрақтылығын қамтамасыз ету бойынша белсенді жұмыстар жүргізілуде.

Қазақстан үкіметінің атқарып жатқан негізгі шараларының бірі – теңге бағамын белгілі бір деңгейде ұстап тұру. Бұған валюталық операцияларға белсенді қатысатын және валюта нарығын реттейтін елдің орталық банкі арқылы қол жеткізіледі. Осы саясаттың арқасында теңге бағамы тұрақты болды, бұл кәсіпкерлер мен инвесторларға өз әрекеттерін ұзақ мерзімді негізде жоспарлауға мүмкіндік береді.

Сонымен қатар, Қазақстанда банктік бақылау жүйесін жетілдіру және инфляцияны төмендету бойынша белсенді жұмыстар жүргізілуде. Шамадан тыс инфляциямен күрес ақша айналымын тұрақтандырудың маңызды аспектісі болып табылады, өйткені жоғары инфляция халықтың сатып алу қабілетіне және елдегі инвестициялық ахуалға теріс әсер етеді. Қазақстан инфляцияны тұрақты экономикалық даму үшін қолайлы деңгейге дейін төмендетуге ұмтылуда.

Сондай-ақ ақша айналымын тұрақтандырудың маңызды құрамдас бөлігі Қазақстанның қаржы нарығын дамыту болып табылады. Елімізде заманауи қаржы құралдары мен технологиялары белсенді түрде енгізіліп, қолайлы инвестициялық орта жасалып, кәсіпкерлер мен инвесторлар үшін мүмкіндіктер кеңейтілуде. Қаржылық операциялардың ашықтығы мен тиімділігін арттыру қазақстандық және шетелдік инвесторлардың сенімін арттыруға көмектеседі және ақша айналымының тұрақтылығына ықпал етеді [5].

Еліміздегі ақша айналымын тұрақтандыру мемлекеттік саясаттың басым бағыты болып табылады. Теңгенің айырбас бағамын нығайту, инфляциямен күресу, қаржы нарығын дамыту және инвестицияларды тарту бойынша жүйелі шаралар қолайлы экономикалық орта құруға және елдің тұрақты дамуына ықпал етеді. Осы күш-жігер арқылы Қазақстан халықаралық инвесторлардың назарын аударуды және сенімді серіктес ретіндегі беделін нығайтуды жалғастыруда.

Қазақстанның тұрақты экономикалық өсуі мен қаржы жүйесінің дамуы жағдайында ақша айналымын тұрақтандыру мемлекеттің бірінші кезектегі міндеттерінің біріне айналады. Бұл қаржы секторының сенімділігін қамтамасыз ету және халықтың ұлттық валютаға деген сенімін нығайту үшін қажет.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Банковское дело и банковские операции : учебник / М. С. Марамыгин, Е. Г. Шатковская И ДР. МНиВО РФ, УГЭУ– Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2021. – 567 с.
2. Ұлттық банк 2030 жылға дейінгі ақша-кредит саясаты стратегиясы. <https://www.nationalbank.kz/kz/page/osnovnye-napravleniya-dkp>
3. Банк секторы. <https://www.gov.kz/memleket/entities/ardfm/activities/789?lang=kk>
4. Дмитриевна Т.И., Жакитжановна П.А., Васильевна С.Н., 2019 — Развитие института регулирующего воздействия в условиях цифровизации: опыт России и Казахстана, Вестник Национальной академии наук Республики Казахстан, 5: 97–104.
5. Об утверждении Плана оперативных действий по стабилизации социально-экономической ситуации в Республике Казахстан - ИПС "Әділет". <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P2200000022>

Авторлар туралы мәліметтер

*Садвакасова Р. – Каспий қоғамдық университетінің «Мемлекеттік қаржы» БББ – ның студенті, rr.sadvakassova@mail.ru

*Гумар Н.А. – э.ғ.к., Каспий қоғамдық университетінің қауымдық профессоры

Сведения об авторах

*Садвакасова Р. - Студентка ОП «Государственные финансы» Каспийского общественного университета, rr.sadvakassova@mail.ru

*Гумар Н.А. – к.э.н., ассоц. профессор Каспийского общественного университета

Information about the authors

*Sadvakasova R. - Student of the OP “Public Finance” of the Caspian Public University, rr.sadvakassova@mail.ru

*Gumar N.A. – Ph.D., assoc. Professor of the Caspian Public University

ОРГАНИЗАЦИЯ УЧЕТА И АУДИТА ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ

Сычевская Т.К.¹

Научный руководитель: Калиакпарова Г.Ш.² – PhD, ассоциированный профессор

¹ Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

² Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация: В данном исследовании автором рассмотрены организация учета и аудита денежных средств. Также в статье показаны методика проведения аудита денежных средств, особенности и проблемы учета. Материалы статьи нацелены на совершенствование ведения учета и аудита денежных средств.

Результаты исследования имеют практическое значение и служат основой для дальнейших исследований, принося пользу предприятиям и аудиторам, стремящимся улучшить свои системы управления денежными средствами.

Ключевые слова: учёт, аудит, денежные средства, организация, финансовый контроль, бухгалтерия, аудиторская деятельность, финансовая отчётность.

ORGANIZATION OF ACCOUNTING AUDIT OF FUNDS

Sychevskaya T.K.¹

Ғылыми жетекшісі: Қалиакпарова Г.Ш. – PhD, доцент²

1 Caspian Public University, Алматы қ., Қазақстан Республикасы.

2 Caspian Public University, Алматы қ., Қазақстан Республикасы.

Abstract: In this study, the author considers the organization of accounting and auditing of funds. The article also shows the methodology of conducting an audit of funds, features and problems of accounting. The materials of the article are aimed at improving the accounting and auditing of funds.

The results of the study are of practical importance and serve as a basis for further research, benefiting enterprises and auditors seeking to improve their cash management systems.

Keywords: accounting audit, cash, organization, financial control, accounting, auditing, financial reporting.

АҚША ҚАРАЖАТТАРЫНЫҢ АУДИТІН ЕСЕПКЕ АЛУДЫ ҰЙЫМДАСТЫРУ

Сычевская Т.К.¹

Scientific supervisor: Kaliakparova G.Sh. – PhD, associate professor²

1. Каспий Қоғамдық университеті, Алматы, Республика Казахстан.

2. Каспий Қоғамдық университеті, Алматы, Республика Казахстан.

Аннотация: Бұл зерттеуде автор ақша қаражаттарының есебі мен аудитін ұйымдастыруды қарастырды. Сондай-ақ, мақалада ақша қаражаттарына аудит жүргізу әдістемесі, бухгалтерлік есептің ерекшеліктері мен мәселелері көрсетілген. Мақала материалдары ақша қаражаттарының есебі мен аудитін жүргізуді жетілдіруге бағытталған.

Зерттеу нәтижелері практикалық маңызға ие және ақшаны басқару жүйелерін жақсартуға ұмтылатын кәсіпорындар мен аудиторларға пайда әкелетін әрі қарайғы зерттеулерге негіз болады.

Түйінді сөздер: есеп аудит, ақша қаражаты, ұйым, қаржылық бақылау, бухгалтерия, аудиторлық қызмет, қаржылық есептілік.

Учет денежных средств – инструмент организации и контроля движения наличных и безналичных средств в предприятии или организации. Он направлен на обеспечение финансовой устойчивости и эффективности бизнеса, позволяя отслеживать и контролировать использование финансов, оптимизировать финансовые потоки и предотвращать финансовые риски [1, с. 56].

Организация учета денежных средств основывается на надежности, полноте, своевременности и правильности информации. Надежность данных гарантирует принятие обоснованных управленческих решений. Полнота и своевременность информации позволяют оперативно реагировать на изменения в финансовых потоках, а правильность гарантирует корректность финансовой отчетности [2, с. 12].

Учет денежных средств ведется в соответствии с Законом Республики Казахстан «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности» от 28.02.2007 г. № 234 с изменениями и дополнениями, с НСФО, МСФО, с МСФО для МСБ [3].

Операции с денежными средствами ведутся с использованием Типового плана счетов, утвержденного Приказом МФ РК от 23.05.2007 г. № 185. Подраздел 1000 «Денежные средства» предназначен для учета денежных средств и включает следующие группы счетов:

- 1010 – «Денежные средства в кассе»;
- 1020 – «Денежные средства в пути»;
- 1030 – «Денежные средства на текущих банковских счетах»;
- 1040 – «Денежные средства на корреспондентских счетах»;
- 1050 – «Денежные средства на сберегательных счетах»;
- 1060 – «Денежные средства, ограниченные в использовании»;
- 1070 – «Учет электронных денежных средств»;
- 1080 – «Прочие денежные средства»;
- 1090 – «Оценочный резерв под убытки от обесценения денежных средств».

В рыночной экономике между предприятиями постоянно совершаются сделки по поводу покупки средств и предметов труда, реализация продукции. Помимо этого ведутся расчеты с бюджетом, банками, органами страхования и др. Всевозможные расчеты, возникающие между предприятиями, ведутся при помощи денег.

Расчеты совершаются в двух формах: путем безналичных перечислений через систему банка или в виде платежей наличными деньгами. Для хранения денег и производства безналичных расчетов каждое юридическое лицо открывает в банке расчетный счет [4, с. 50].

Эффективная система учета денежных средств важна для финансового управления организацией.

Различные методы учета: кассовый, банковский и комбинированный, – выбираются в зависимости от особенностей организации.

Особое внимание уделяется правилам и процедурам учета денежных средств для обеспечения финансовой дисциплины, и прозрачности операций компании. Важные мероприятия включают:

Кассовые операции:

- Детальная фиксация всех кассовых операций с указанием их источников и целей расходования.
- Регулярная финансовая реконсильяция для сопоставления остатков наличности с учетными данными.

Банковские операции:

- Формальные и документальные процедуры для управления банковскими счетами.
- Использование цифровых инструментов для отслеживания банковских операций.

Финансовая отчетность:

- Соответствие международным стандартам бухгалтерской отчетности при разработке финансовых отчетов.

- Проведение внутреннего аудита финансовых данных для проверки точности и соответствия стандартам.

Документация:

- Разработка и соблюдение учетной политики, описывающей процедуры учета денежных средств.

- Сохранение финансовых документов в соответствии с законодательством и внутренними правилами организации.

Внутренний контроль:

- Разделение обязанностей для надлежащего учета и контроля.

- Использование автоматизированных систем проверки для профилактики возможных злоупотреблений.

Организация учета денег включает в себя определение ответственных лиц, разработку процедур и политик, а также обеспечение необходимого оборудования. Разделение обязанностей между сотрудниками помогает эффективно управлять кассовыми операциями, сверкой счетов и отчетностью.

На управление финансовыми операциями в компании влияют несколько ключевых лиц [5, с. 68]. Финансовый директор ответственен за финансовые аспекты, разработку стратегий и бюджетов, а также за обеспечение правильной финансовой отчетности.

Финансовый контролер гарантирует соблюдение внутреннего контроля и бухгалтерского учета (проверка операций и предотвращение мошенничества). Главный бухгалтер руководит бухгалтерским отделом, обеспечивая точность учета и составление отчетности. Финансовый аналитик анализирует финансовые данные и разрабатывает модели для оценки эффективности операций. Руководитель финансового планирования занимается разработкой финансовых стратегий и бюджетированием.

Применение технических средств, например, программные комплексы и электронные платежные системы, – упрощает и автоматизирует учет и контроль денежных потоков. Специализированные программы помогают автоматизировать кассовые операции, платежи и отчетность, повышая эффективность работы сотрудников.

Аудит кассовых операций – тщательное изучение кассовой деятельности организации, включая балансы, транзакции и соответствующие документы [6, с. 87]. Его цель: оценить внутренний контроль, выявить случаи мошенничества и обеспечить соблюдение требований. Аудиторы должны быть независимыми и беспристрастными, применяя подход, основанный на оценке рисков, для эффективного распределения ресурсов. Методы выборки используются для оценки практики управления денежными средствами путем отбора репрезентативных операций для детального изучения. Аудит наличных средств имеет решающее значение для содействия эффективному управлению денежными средствами, выявлению ошибок, оценке средств контроля и обеспечению соблюдения нормативных требований [7, с. 75].

Нарушения в бухгалтерском учете и аудите денежных средств имеют серьезные последствия. Мошенничество в компаниях вызывает значительные финансовые потери и утрату доверия. Неправильный внутренний контроль может привести к хищениям средств и финансовым потерям в розничных компаниях [8, с. 33]. Что подчеркивает важность соблюдения стандартов учета и аудита для эффективного финансового управления и предотвращения юридических и репутационных проблем.

Для обеспечения эффективного учета и аудита денежных средств, компаниям рекомендуется внедрить комплексный внутренний контроль, использовать передовое программное обеспечение для автоматизации учета и повышения точности отчетности, проводить регулярные внутренние и внешние аудиты для выявления несоответствий, а также обучать сотрудников для улучшения понимания финансовых процессов и требований соответствия.

При аудите денежных средств используются систематический и всесторонний подходы для проверки финансовых процессов. В процессе аудита проводятся следующие методы:

1. Анализ и проверка бухгалтерских документов: журналов кассовых операций, банковские выписки, счета и квитанции. Главная цель – убедиться в правильной документации всех финансовых операций.

2. Тестирование системы внутреннего контроля, с проверкой авторизации операций и денежных средств, разделением обязанностей, и процедурами проверки финансовых операций.

3. Анализ кассовых операций, начиная от получения источников средств до документирования расходов. Оценка соответствия проведенных операций установленным внутренним процедурам и стандартам.

4. Сверка банковских операций с банковскими выписками и проверка соответствия данных учета банков операционным данным банков.

5. Анализ финансовой отчетности для оценки финансовых показателей, связанных с денежными средствами. Проверка точности учета денежных средств и выявление возможных ошибок или недочетов.

6. Проверка соответствия операций с денежными средствами требованиям местного законодательства и банковским стандартам.

7. Оценка системы управления рисками, связанных со средствами, и предоставление рекомендаций по улучшению системы контроля рисков финансовых потоков.

Перечисленные процедуры обеспечивают полное представление о процессах управления денежными средствами. Они гарантируют точность, достоверность финансовых данных, и играют важную роль в обеспечении финансовой стабильности и доверия заинтересованных сторон.

Результаты аудита денежных средств имеют большое значение для компании. Вот основные моменты:

– Аудит помогает обнаружить нарушения в учете денег и неправильности в соответствии с законодательством или стандартами учета.

– Успешные результаты аудита способствуют повышению прозрачности финансовой деятельности и укрепляют доверие заинтересованных сторон.

– Результаты аудита указывают на области, где можно улучшить процедуры учета денежных средств и внедрить новые методы управления финансами.

– Серьезные нарушения могут повлечь финансовые потери и другие негативные последствия. Необходимо принимать меры для исправления проблем и предотвращения их повторного возникновения.

– Результаты аудита способствуют улучшению системы внутреннего контроля над оборотом денежных средств для предотвращения ошибок и возможного мошенничества [9, с. 19]

Соблюдение данных рекомендаций поможет компаниям создать эффективные системы учета и аудита денежных средств, улучшить финансовое управление и предотвратить возможные проблемы.

Преимущества учета и аудита денежных средств

– Расширенный финансовый контроль (точное учетное и отчетное представление финансовых операций);

– Предотвращение мошенничества (выявление и предотвращение финансовых потерь и мошеннических деяний);

– Информированность для принятия решений (доступ к надежной финансовой информации для стратегического планирования и инвестиций);

– Соответствие законодательству (соблюдение стандартов бухгалтерских принципов и требований) [10, с. 60]:

Риски и проблемы:

– Недостаточный внутренний контроль, что может привести к акту мошенничества и неточности в финансовой отчетности;

- Человеческие ошибки – возможность промахов ввода данных или расчетов.
- Технологические риски, присутствует возможность угроз кибербезопасности и утечки данных [11, с. 23]

Меры повышения эффективности:

- Укрепление внутреннего контроля и разделение обязанностей для предотвращения актов мошенничества и ошибок.
- Обучение персонала по этике бухгалтерского учета и аудита для минимизации этических проблем.
- Регулярное обновление технических мер безопасности для защиты данных и предотвращения кибератак.
- Внедрение автоматизированных систем учета и аудита для сокращения риска человеческих ошибок.

Вывод:

Точный учет денежных средств имеет несколько существенных последствий. Во-первых, это приводит к улучшению принятия финансовых решений, поскольку предоставляет надежную и точную информацию о денежных потоках компании. Процессы позволяют лучше распределять ресурсы, планировать инвестиции и принимать бюджетные решения, что положительно повлияет на прибыльность и рост.

Во-вторых, точный учет денежных средств повышает доверие инвесторов. Поддерживая прозрачный и точный учет притоков и оттоков денежных средств, компании сможет предоставлять потенциальным инвесторам достоверную финансовую информацию. Это повышает доверие инвесторов и стимулирует инвестиции в компанию (потенциально может привести к увеличению вливания капитала и возможностей финансирования).

В статье подчеркивается значение грамотной практики бухгалтерского учета и аудита для компаний. В выводе объясняется, что эффективный бухгалтерский учет имеет решающее значение для точной оценки финансового состояния и результатов деятельности организации. Это важно для обеспечения прозрачности, подотчетности и соблюдения правовых норм. Надежные методы аудита помогают выявить любые нарушения, мошенничество или бесхозяйственность в финансовых операциях компании.

Список использованных источников:

1. Мельникова Л. А. Бухгалтерский учет финансовых резервов и оценочных обязательств: Монография / Л.А. Мельникова, А.М. Петров. – М.: Вузовский учебник, ИНФРА-М, 2019. – 96 с.
2. Мельник М. В. Бухгалтерский учет в коммерческих организациях: Учебное пособие / Мельник М.В., Егорова С.Е., Кулакова Н.Г. и др. – М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2020. – 480 с.
3. Закон Республики Казахстан «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности» от 28.02.2007 г. № 234 (с изменениями и дополнениями по состоянию на 12.09.2022 г.)
4. Бухгалтерский учет и аудит: учебно-методическое пособие для студентов экономических специальностей / сост.: Темирова Г. Г. - Павлодар: Кереку, 2011. - 128 с.
5. Голикова Е.И. Бухгалтерский учет и бухгалтерская отчетность: реформирование. - М.: ДиС, 2019. - 224 с.
6. Аудит: проблемы оценки качества: Монография / Е.И. Ерохина [и др.]. – М.: Научный консультант, 2020. – 248 с
7. Мырзалиев Б.С., Абдушкуров Р.С. Основы бухгалтерского учета. Учебное пособие – Алматы, 2017. – 160 с.
8. Малинина, Л. Ю. Договор оказания аудиторских услуг: гражданско-правовые и экономические аспекты: Монография. – М.: ИНФРА-М, 2020. – 103 с.
9. Бухгалтерский учет и аудит: учебно-методическое пособие / сост.: Садиева А.С., Шаханов А.Е., Сагиндыков Г.М. - Алматы: LEM, 2016. - 364 с.

10. Самыгин Д. Ю. и др. Методика аудиторской проверки: процедуры, советы, рекомендации: Монография / Под ред. Н. Г. Барышникова. – М.: ИНФРА-М, 2020. – 231 с.
11. Суглобов А. Е. Методическое обеспечение аудита организаций в условиях несостоятельности (банкротства): Монография / А. Е. Суглобов, А. И. Воронцовас, Е. А. Орлова. – М.: РИОР: ИНФРА-М, 2020. – 173 с.

Сведения об авторе.

Сычевская Татьяна Константиновна – студентка 2 курса УиА ДОТ, Каспийский Общественный Университет, e-mail: t.zazulenko@gmail.com

Автор туралы мәліметтер.

Сычевская Татьяна Константиновна – UIA DOT 2 курс студенті, Каспий Қоғамдық университеті, e-mail t.zazulenko@gmail.com

Information about the authors.

Sychevskaya Tatyana Konstantinovna - 2nd year student of U&A DOT, Caspian Public University, e-mail: t.zazulenko@gmail.com

ОСОБЕННОСТИ ВЕДЕНИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА И АУДИТА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Тажигулова Аружан Қайратқызы ¹

¹ Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан
Научные руководители: д.э.н. Мархаева Б.А., PhD Мурзалиева А.К

Аннотация. Данная статья посвящена к рассмотрению особенности, характеризующие бухгалтерскую и аудиторскую практику на предприятиях общественного питания. Являясь важными компонентами финансового управления, бухгалтерский учет и аудит играют ключевую роль в обеспечении прозрачности, соблюдения требований и операционной эффективности в динамичном контексте сектора общественного питания. Целью данного исследования является предоставление ценной информации бухгалтерам, аудиторам и заинтересованным сторонам, способствующей более глубокому пониманию тонкостей финансового управления в уникальной среде предприятий общественного питания.

Ключевые слова: бухгалтерский учет, аудит, общественное питание, финансовая прозрачность, комплаенс, отраслевая практика.

ҚОҒАМДЫҚ ТАМАҚТАНУ КӘСІПОРЫНДАҒЫ ЕСЕП ЖӘНЕ АУДИТ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ

Тажигулова Аружан Қайратқызы ¹

¹ Каспий Қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы
Ғылыми жетекшілері: э.ғ.д Мархаева Б.А., PhD Мурзалиева А.К

Аннотация. Бұл мақала қоғамдық тамақтандыру кәсіпорындарындағы бухгалтерлік есеп пен аудит тәжірибесін сипаттайтын белгілерді қарастыруға арналған. Қаржылық менеджменттің маңызды құрамдас бөліктері ретінде бухгалтерлік есеп пен аудит тамақ өнімдері секторының серпінді контекстінде ашықтықты, сәйкестікті және операциялық тиімділікті қамтамасыз етуде шешуші рөл атқарады. Бұл зерттеудің мақсаты бухгалтерлерге, аудиторларға және мүдделі тараптарға бірегей тағамдық қызмет көрсету ортасында қаржылық менеджменттің қыр-сырын түсіну үшін құнды ақпарат беру болып табылады.

Түйін сөздер: бухгалтерлік есеп, аудит, тамақ қызметі, қаржылық ашықтық, сәйкестік, салалық тәжірибелер.

FEATURES OF ACCOUNTING AND AUDITING AT PUBLIC CATERING ENTERPRISES

Tazhigulova Aruzhan Kairatkyzy ¹

¹ Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan
Scientific supervisors: DEC Markhaeva B.A., PhD Murzalieva A.K

Annotation. This article is devoted to the consideration of features that characterize accounting and auditing practices in public catering establishments. As important components of financial management, accounting and auditing play a key role in ensuring transparency, compliance and

operational efficiency in the dynamic context of the foodservice sector. The purpose of this study is to provide valuable information to accountants, auditors and stakeholders to further their understanding of the intricacies of financial management in the unique food service environment.

Keywords: accounting, audit, catering, financial transparency, compliance, industry practice.

Введение

Индустрия общественного питания характеризуется уникальной динамикой управления, включающей разнообразные кулинарные предложения, сложное обслуживание клиентов и меняющиеся требования рынка. В этом динамичном секторе эффективное управление финансами имеет первостепенное значение для поддержания деятельности и обеспечения долгосрочного успеха. В основе финансового управления лежат бухгалтерский учет и аудит, которые играют ключевую роль в обеспечении прозрачности, соблюдения требований и финансовой ответственности.

Понимание сути бухгалтерского учета и аудита необходимо, поскольку предприятия общественного питания сталкиваются со сложностями управления затратами, потоками доходов и соблюдением нормативных требований. Данное исследование призвано пролить свет на нюансы, присущие финансовому менеджменту в сфере общественного питания.

Настоящее исследование направлено на устранение этого пробела путем принятия целостного подхода, синтеза информации из различных источников и предоставления единой основы для регулирования и оптимизации процессов бухгалтерского учета и аудита на предприятиях общественного питания. Благодаря такому комплексному подходу исследование призвано раскрыть и осветить широкий спектр вопросов, которые до сих пор оставались неисследованными в экономической литературе, предлагая более детальное и комплексное понимание бухгалтерского учета и аудита в контексте индустрии общественного питания.

Литературный обзор. В настоящее время как в отечественной, так и в зарубежной литературе представлен значительный объем работ, посвященных вопросам бухгалтерского учета и аудита на предприятиях общественного питания. Петров и Мельникова в своей публикации рассматривают понятие затрат и расходов в системе бухгалтерского учета и налогообложения [1, с. 179-183]. Авторы дают обзор различных видов затрат и расходов, а также обсуждают, как они учитываются в системах бухгалтерского учета и налогообложения. Статья хорошо написана и информативна и содержит ценный обзор этой важной темы.

Также идет изучение учебника Батраевой, что представляет собой комплексное руководство по экономике предприятий общественного питания [2]. Книга охватывает широкий круг тем, в том числе организацию и управление предприятиями общественного питания, ценообразование на продукты питания и напитки, маркетинг предприятий общественного питания, финансовый анализ предприятий общественного питания. Книга хорошо написана, проста для понимания и представляет собой ценный ресурс для всех, кто интересуется экономикой общественного питания.

В учебнике Николенко и Терехова дан комплексный обзор бухгалтерского учета в организациях общественного питания [3]. Книга охватывает широкий круг тем, включая учет основных средств, учет товарно-материальных запасов, учет заработной платы, учет налогов и учет финансовой отчетности. Книга хорошо написана, проста для понимания и является ценным ресурсом для всех, кто интересуется бухгалтерским учетом в организациях общественного питания.

В статье Николаевой и Фадеевой рассматриваются особенности услуг предприятий общественного питания на современном этапе развития отрасли. Авторы обсуждают возрастающую значимость качества и инноваций в сфере общественного питания, а также предлагают ряд рекомендаций по повышению качества услуг, предоставляемых предприятиями общественного питания. Статья хорошо написана и информативна и дает ценный взгляд на эту важную тему [4, с. 10-16].

В статье Абдихаима и Амановой рассматривается организация бухгалтерского учета на предприятиях общественного питания в условиях цифровой экономики [4, с. 7-10]. Авторы

обсуждают проблемы и возможности внедрения международных стандартов бухгалтерского учета на предприятиях общественного питания, а также предлагают ряд рекомендаций по совершенствованию практики бухгалтерского учета на этих предприятиях. Статья хорошо написана и информативна и представляет собой ценный вклад в литературу по этой теме.

Однако существующий объем работ характеризуется своей раздробленностью с упором на анализ отдельных аспектов, связанных с предметом. Эти исследования, хотя и ценны, но им не хватает комплексного подхода к регулированию и оптимизации практики бухгалтерского учета и аудита, особенно в сфере общественного питания. Следовательно, в экономической литературе сохраняется множество нерешенных и неисследованных проблем, требующих всестороннего внимания.

Основная часть исследования

Цель исследования: рассмотреть теоретические и практические аспекты бухгалтерского учета и аудита, применяемых на предприятиях общественного питания, с целью их совершенствования в соответствии с международными стандартами.

Для достижения указанной цели поставлены и решены следующие *задачи исследования:*

1. Проанализировать литературу по вопросам организации общественного питания
2. Рассмотреть аспекты бухгалтерского учета в общественном питании
 - 2.1 Изучить бухгалтерский учет наличия и движения сырья и продуктов питания в кладовых
 - 2.2 Изучить учет движения продуктов на производстве
 - 2.3 Изучить совершения доход от реализации обеденной и другой продукции собственного производства
3. Рассмотреть потенциальные методы бухгалтерского учета и аудита, применяемых на предприятиях общественного питания, с целью их совершенствования в соответствии с международными стандартами.

Полученные результаты

Индустрия общественного питания играет важную роль в современном обществе, представляя собой значительный и разнообразный сегмент национальной экономики, характеризующийся различными характеристиками. Наряду с такими секторами, как здравоохранение, торговля и образование, он выполняет жизненно важные социально-экономические функции.

Компании не только предоставляют готовые блюда, но и занимается закупкой, складированием и ценообразованием ингредиентов. Предприятия общественного питания не только предоставляют готовую еду, но и занимаются закупкой, складированием и ценообразованием продуктов питания, маркетингом и поддержанием рентабельности. Кроме того, учитывается сезонность, контроль запасов и ценообразование.

В зависимости от масштаба, применяемых методов и форм обслуживания, процессов производства и реализации продукции и услуг, можно выделить четыре основные группы предприятий общественного питания:

1. Предприятия индустрии питания, основным процессом деятельности которых является производство продукции. К ним относятся фабрики-кухни, кондитерские цеха.
2. Предприятия индустрии питания, для которых основные процессы – производство и реализация – объединены. Это предприятия быстрого обслуживания – столовые, закусочные и т.д.
3. Предприятия индустрии питания, для которых производство и реализация разделены. Например, кафе и рестораны.
4. Предприятия индустрии питания, для которых основным процессом деятельности является реализация продукции и услуг – отделы и магазины кулинарии, обслуживание на вынос через столы заказов.

Деятельность предприятий общественного питания имеет отличительные особенности, которые существенно влияют на сферу бухгалтерского учета и аудита. Понимание этих характеристик имеет решающее значение для разработки эффективных стратегий финансового управления и обеспечения соблюдения отраслевых правил.

Предприятия общественного питания выходят за рамки организации питания; они часто участвуют в разнообразной деятельности, включая закупку ингредиентов, управление запасами, стратегии ценообразования, маркетинг и анализ рентабельности.

Спрос на услуги общественного питания испытывает взлеты и падения под влиянием сезонности, праздников и конкретных событий. Этот динамичный характер требует тщательного финансового планирования и управления ресурсами, что влияет на составление бюджета и прогнозирование.

Поддержание стабильного качества продуктов питания является первостепенной задачей. Аудиторы должны тщательно проверять соблюдение стандартов качества, правил безопасности пищевых продуктов и операционных показателей, переплетая финансовый и операционный аудит.

Предприятия общественного питания охватывают широкий спектр бизнес-моделей, включая крупные производственные кухни, заведения быстрого питания, кафе и рестораны изысканной кухни. Каждая модель связана с определенными сложностями бухгалтерского учета.

Закупка ингредиентов и управление запасами являются неотъемлемой частью деятельности общественного питания. Системы бухгалтерского учета должны учитывать колебания стоимости ингредиентов, скорость оборачиваемости запасов и эффективное управление цепочкой поставок.

Учитывая динамичный характер индустрии общественного питания, системы бухгалтерского учета должны быть адаптированными. Гибкость финансовой отчетности и бюджетных корректировок имеет решающее значение для реагирования на меняющиеся рыночные условия и требования.

Некоторые предприятия совмещают процессы производства и реализации, как это происходит в заведениях быстрого питания. Эта интеграция требует целостного подхода к бухгалтерскому учету, который переплетает производственные затраты с потоками доходов.

Кафе и рестораны часто отделяют производство от продажи. Это требует применения различных методологий учета производственных затрат, управления запасами и признания доходов.

Аудит выходит за рамки финансового контроля и включает соблюдение правил охраны труда и техники безопасности. Аудиторы должны оценивать соблюдение отраслевых стандартов, обеспечивая соответствие операционной практики нормативным требованиям.

Бухгалтерский учет наличия и движения сырья и продуктов питания в кладовых ведут на активном синтетическом счете 1331 «Товары приобретенные - товары на складе». По дебету этого счета отражается поступление товаров на склад, а с кредита они списываются в производство (на кухню) или в буфеты (Таблица 1).

Таблица 1 - Корреспонденция счетов наличия и движения сырья и продуктов питания в кладовых

№ пп	Содержание операции	Дебет	Кредит
1	Поступление продуктов и товаров от поставщиков	1331 «Товары на складе»	3311 «Счета к оплате»
2	На сумму НДС, указанную в счете поставщика	1420 «НДС» к зачету	3311 «Счета к оплате»
3	Произведены расчеты с поставщиком	3311 «Счета к оплате»	1030 «Денежные средства на текущих банковских счетах»

4	Стоимость приобретенных товаров через подотчетных лиц за наличный расчет	1331 «Товары на складе»	3311 «Счета к оплате»
	На сумму НДС	1420 «НДС» к зачету	3311 «Счета к оплате»
5	Произведены расчеты с поставщиком наличными деньгами	1251 «Расчеты с подотчетными лицами» 1251 «Расчеты с подотчетными лицами»	1010 Денежные средства в кассе» 1010 «Денежные средства в кассе»
6	Отпущены продукты из кладовой в собственное производство	8110 «Основное производство»	1331 «Товары на складе»
7	Отпуск товаров (не требующих дополнительной обработки) для реализации в буфет (по учетной стоимости)	1332 «Товары в розничной торговле»	1331 «Товары на складе»
8	Увеличена стоимость отпущенных для реализации товаров: а) на сумму торговой наценки (30%)	1332 «Товары в розничной торговле»	1333 «Торговая наценка»
	б) на сумму НДС в цене товара $(83\ 750 + 25\ 125) \times 12\%$	1332 «Товары в	1334 «НДС в цене
Примечание: составлено автором на основе источника [7].			

Аналитический учет ведется по каждому производству и материально ответственному лицу (Таблица 1.2).

Таблица 1.2 - Корреспонденция счетов учета движения продуктов на производстве

№ пп	Содержание операции	Дебет	Кредит
1	Поступление сырья из кладовой	8110 «Основное производство»	1331 «Товары на складе»
2	Списание сырья, израсходованного на приготовление реализованной продукции	7010 «Себестоимость реализованных товаров»	8110 «Основное производство»
3	Отпуск готовых изделий в буфеты, мелкорозничную сеть по учетной стоимости	1332 «Товары в розничной торговле»	8110 «Основное производство»
4	Торговая наценка включена в стоимость готовых изделий	1332 «Товары в розничной торговле»	1333 «Торговая наценка»
5	Сумма НДС включена в стоимость товара (12% от учетной стоимости с наценкой)	1332 «Товары в розничной торговле»	1334 «НДС в цене товара»
6	Возврат неиспользованных продуктов в кладовую (по учетной стоимости)	1331 «Товары на складе»	8110 «Основное
Примечание: составлено автором на основе источника [7].			

Доход от реализации обеденной и другой продукции собственного производства, выработанной на кухне и в других производственных цехах, регламентируется [МСФО \(IAS\) 2](#) «Запасы» и определяется выручкой, полученной в кассу (реализация товаров за наличный расчет) и поступившие на текущие банковские счета, а именно реализация товаров в порядке безналичных расчетов (Таблица 1.3).

Таблица 1.3 - Корреспонденция счетов дохода от реализации обеденной и другой продукции

№ пп	Содержание операции	Дебет	Кредит
1	Списана стоимость реализованных товаров	7010 «Себестоимость реализованных товаров»	1332 «Товары в розничной торговле»
2	Начислен доход за реализованные товары (покупателям предъявлен счет)	1211 «Счета к получению»	6010 «Доход от реализации товаров»
	На сумму НДС	1211 «Счета к получению»	3130 «НДС»
3	На расчетный счет поступила выручка за реализованные товары	1030 «Денежные средства на текущих банковских счетах»	1211 «Счета к получению»
4	Согласно отчету и показаниям кассового аппарата в кассу приходится выручка за реализованную за наличный расчет продукцию	1010 «Денежные средства в кассе»	6010 «Доход от реализации товаров» 3130 «НДС»
5	Поступила в кассу сумма НДС	1010 «Денежные средства в кассе»	1332 «Товары в розничной торговле»
6	Корректировка НДС	1334 «НДС в цене товара»	3130 «НДС»
7	Перечислен НДС в бюджет	3130 «НДС»	1030 «Денежные средства на текущих банковских счетах»

Примечание: составлено автором на основе источника [7].

Составление и представление финансовой отчетности регулируется Законом РК «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности» (приказ Министра финансов РК от 20 августа 2010 года № 422), НСФО № 2 для субъектов малого и среднего бизнеса.

МСФО (IAS) 1 «Представление финансовой отчетности», где приведено новое название форм финансовой отчетности (отчет о финансовом положении; отчет о совокупном доходе; отчет о движении денежных средств; отчет об изменении в собственном капитале; примечания к финансовой отчетности), МСФО (IAS) 8 «Чистая прибыль или убыток за период, фундаментальные ошибки и изменения в учетной политике», МСФО (IAS) 7 «Отчет о движении денежных средств».

Финансовая отчетность предприятий общественного питания включает в себя:

- 1) бухгалтерский баланс;
- 2) отчет о прибылях и убытках;
- 3) отчет о движении денежных средств;
- 4) отчет об изменениях в капитале;
- 5) пояснительную записку.

Один из основных методов улучшения предполагает приведение практики бухгалтерского учета и аудита в соответствие с международными стандартами. Соблюдение всемирно признанных стандартов, таких как Международные стандарты финансовой отчетности (МСФО) и Международные стандарты аудита (МСА), не только повышает достоверность финансовой отчетности, но и облегчает сопоставимость в глобальном масштабе. Такое согласование закладывает основу для прозрачной финансовой отчетности, укрепляя доверие между заинтересованными сторонами.

Крайне важно инвестировать в постоянное профессиональное развитие специалистов в области бухгалтерского учета и аудита. Семинары, семинары и учебные программы, адаптированные к уникальным задачам сектора общественного питания, могут повысить квалификацию и держать специалистов в курсе развивающихся стандартов и правил. Сотрудничество с международными органами бухгалтерского учета может обеспечить доступ к передовому опыту и глобальным знаниям, обогащая опыт профессионалов в Казахстане.

Для совершенствования финансовой практики предприятий общественного питания необходимо привести методологии бухгалтерского учета и аудита в соответствие с международными стандартами. Международные стандарты финансовой отчетности (МСФО) и Международные стандарты аудита (МСА) предлагают всемирно признанные стандарты. Оценка совместимости существующей практики с этими стандартами обеспечивает план действий по улучшению. Такое согласование не только обеспечивает финансовую прозрачность, но также облегчает глобальную сопоставимость и повышает достоверность финансовой отчетности.

Изучение проблем, с которыми сталкиваются предприятия общественного питания, таких как колебания спроса, сложности с запасами и стратегии ценообразования, открывает возможности для уточнения. Решение этих проблем через призму международных стандартов способствует адаптивной финансовой практике. Например, внедрение надежных систем внутреннего контроля и внедрение технологических решений могут оптимизировать процессы, повысить эффективность и точность финансовой отчетности.

Интеграция передовых технологий является преобразующим методом повышения эффективности бухгалтерского учета и аудита. Внедрение надежного бухгалтерского программного обеспечения, инструментов анализа данных и платформ цифрового аудита оптимизирует процессы, уменьшает количество ошибок и повышает точность финансовой отчетности. В Казахстане развитие культуры внедрения технологий может улучшить финансовую инфраструктуру отрасли.

Усиление внутреннего контроля имеет решающее значение для предотвращения мошенничества, обеспечения точности и поддержания финансовой целостности. Предприятия общественного питания в Казахстане могут извлечь выгоду из внедрения комплексных систем внутреннего контроля, охватывающих такие области, как закупки, управление запасами и стратегии ценообразования. Эти меры контроля не только снижают риски, но и способствуют общей эффективности практики бухгалтерского учета. Периодическое сопоставление отраслевых стандартов и передового опыта может выявить области для улучшения. Предприятия общественного питания в Казахстане могут участвовать в сравнительном анализе своей финансовой практики в сравнении с региональными и глобальными показателями, что способствует постоянному совершенствованию мышления.

Важнейшим аспектом, который часто упускают из виду при учете и аудите в сфере общественного питания, является клиентоориентированность. Интеграция отзывов, предпочтений и тенденций клиентов в процессы принятия финансовых решений имеет важное значение. Это предполагает включение анализа рынка и показателей удовлетворенности клиентов для оптимизации предложений меню, маркетинговых стратегий и распределения ресурсов, что соответствует международному акценту на учете интересов заинтересованных сторон в финансовой отчетности.

Заключение

Сфера общественного питания в Республике Казахстан играет значительную роль в сфере гостеприимства и вносит существенный вклад в экономическое и социальное благополучие нации. В последние годы в этом секторе наблюдается значительный рост, обусловленный ростом урбанизации, ростом располагаемых доходов и ростом туризма. Однако этот сектор сталкивается с проблемами с точки зрения эффективности, прибыльности и соблюдения международных стандартов. Бухгалтерский учет и аудит играют решающую роль в решении этих проблем и повышении общей эффективности предприятий общественного питания в Казахстане.

Порядок бухгалтерского учета на предприятиях общественного питания в Казахстане регулируется Законом Республики Казахстан «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности». В этом законе изложены принципы и процедуры ведения точного и достоверного финансового учета, обеспечения соблюдения налогового законодательства и подготовки финансовой отчетности в соответствии с национальными стандартами бухгалтерского учета.

Совершенствование практики бухгалтерского учета и аудита в сфере общественного питания в Республике Казахстан требует комплексного подхода. Принимая международные стандарты, инвестируя в профессиональное развитие, используя технологии, усиливая внутренний контроль, разрабатывая отраслевые руководства, интегрируя отзывы клиентов, способствуя сотрудничеству и участвуя в периодическом сравнительном анализе, сектор общественного питания может улучшить свою финансовую практику и внести вклад в устойчивое развитие. рост отрасли в условиях Казахстана.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Петров А. М. Мельникова Л. А. Затраты и расходы в системе бухгалтерского учета и налогообложения. – 2013. – №. 4 (48). – С. 179-183.
2. Батраева Э.А. Экономика предприятия общественного питания: учебник и практикум для среднего профессионального образования. Москва: Издательство Юрайт, 2019, 390 с. ISBN 978-5-534-04578-9.
3. Терехов А.М. Николенко П.Г. Бухгалтерский учет в организациях общественного питания 3-е изд., испр. и доп. Учебник и практикум для вузов. – Litres, 2022. [по состоянию на 09.09.2022]
4. Абдихаим Б. Б. Аманова Г. Д. Организация учета на предприятиях общественного питания //Международные стандарты учета и аудита: практика применения в условиях цифровой экономики. – 2022. – С. 7-10.
5. Madina E. Features of the Audit of Travel Organizations //International Journal on Economics, Finance and Sustainable Development. – 2021. – Т. 3. – №. 1. – С. 30-34.
6. Приказ Министра финансов Республики Казахстан от 23 мая 2007 года № 185 «Об утверждении Типового плана счетов бухгалтерского учета» (с изменениями по состоянию на 03.06.2019 г.)

Сведения об авторе:

* Тажигулова Аружан Қайратқызы - Учет и Аудит, бакалавр, Каспийский Общественный Университет, e-mail: arubeiba029@gmail.com

Автор туралы мәліметтер:

* Тажигулова Аружан Қайратқызы - Бухгалтерлік есеп және Аудит, бакалавр, Каспий Қоғамдық университеті, e-mail: arubeiba029@gmail.com

Information about the author:

* Tazhigulova Aruzhan Kairatkyzy - Accounting and Audit, bachelor, Caspian Public University, e-mail: arubeiba029@gmail.com

ӘОЖ 657.01

**ТЕЛЕАРНАНЫҢ БУХГАЛТЕРЛІК ЕСЕБІ МЕН ҚАРЖЫЛЫҚ ЕСЕПТІЛІГІНІҢ
ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ**

Тахаева А.М.¹, Курбанбаева Д.², Бауыржанқызы К.³

^{1,2,3} Каспий Қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы
Ғылыми жетекшісі - э.ғ.д. Мархаева Б.А.

Аңдатпа. Мақала телеарнаның бухгалтерлік есебі мен қаржылық есептілігінің ерекшеліктері жайлы. Кәсіпорынның қызметі туралы расталған деректер алу мақсатымен оның қаржы-шаруашылық қызметін бақылау, қорытындылау және бейнелеу әдістемесі мен жүйесі оның ресурстарын және қаржы-шаруашылық қызметінің нәтижелерін есептеу жүйесін қолдана отыра жазылды. Бұл мақалада Қазақстандағы телеарнаның бухгалтерлік есебі мен қаржылық есептілігінің ерекшеліктерін, сонымен қатар сол ерекшеліктерінің жеке жеке талдап көрсеттік. Бұл деректі фактілер сол телеарнаның бухгалтерлік есебі, қаржылық есептілігінің ерекшеліктеріне сүйене отыра, медиа процесстерді көрсетуге ықпалын тигізеді.

Түйін сөздер: телеарна, бухгалтерлік есеп, қаржылық есептілік, басқарушылық баланс

**ОСОБЕННОСТИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА И ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ
ТЕЛЕКАНАЛА**

Тахаева А.М.¹, Курбанбаева Д.², Бауыржанқызы К.³

^{1,2,3} Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан
Научный руководитель – д.э.н. Мархаева Б.А.

Аннотация. В статье речь идет об особенностях бухгалтерского учета и финансовой отчетности телеканала. Методология и система контроля, обобщения и отображения его финансово-хозяйственной деятельности с целью получения подтвержденных данных о деятельности предприятия были учтены с использованием системы расчета его ресурсов и результатов финансово-хозяйственной деятельности. В данной статье мы показали особенности бухгалтерского учета и финансовой отчетности телеканала Казахстана, а также провели индивидуальный анализ этих особенностей. Эти документальные факты влияют на представление процессов СМИ, основанное на особенностях бухгалтерского учета и финансовой отчетности телеканала.

Ключевые слова: телеканал, бухгалтерский учет, финансовая отчетность, управленческий баланс

**FEATURES OF ACCOUNTING AND FINANCIAL REPORTING OF THE TV
CHANNEL**

Takhayeva A.M.¹, Kurbanbaeva D.², Baurzhankyzy K.³

^{1,2,3} Caspian University, Almaty, Republic of Kazakhstan
Research supervisor - doctor of economic sciences Markhaeyva B.A.

Summary. The article deals with the features of accounting and financial reporting of the TV channel. Methodology and system for monitoring, summarizing and displaying its financial and economic activities in order to obtain confirmed data on the activities of the enterprise were taken into account using a system for calculating its resources and the results of financial and economic activities. In this article we showed the features of accounting and financial reporting of a TV channel in Kazakhstan, and also carried out an individual analysis of these features. These documentary facts influence the presentation of media processes based on the characteristics of the accounting and financial reporting of a given TV channel.

Keywords: TV channel, accounting, financial statement, managerial balance sheet

Теледидар - бұл радиоэлектрондық құралдармен қашықтыққа визуалды ақпаратты (жылжымалы суреттерді) берумен байланысты қызмет. Телеарна телевизиялық хабар таратумен, яғни теледидар бағдарламаларын қалыптастырумен және оларды теледидар арқылы эфирге шығарумен айналысады.

Телеарнаның негізгі қызметтері мыналар [1]:

- өз телебағдарламаларын, телешоуларын, кино және телевизиялық фильмдерін, телеаукциондарын, викториналарын, конкурстарын, спектакльдерін, концерттерін жасау, сондай-ақ жарнамалық-баспа және басқа да өнімдерді шығару;

- кәсіпорындар мен азаматтарға ақылы қызметтер көрсету және ақпараттық-жарнамалық қызметке тапсырыстарды орындау;

- өзінің символикасын, маркасын, өнімдерін, оның ішінде бейнематериалдарды, телевизиялық киножобаларды, сценарийлерді, коммерциялық идеяларды және т. б. пайдалану құқығын сатуды жүзеге асыру.;

- басқа отандық және шетелдік телевизиялық компаниялармен телебағдарламалар мен ақпарат алмасу;

- ақпараттық сипаттағы баспа, аудиовизуалды, кино және басқа да өнім түрлерін шығару, көбейту және тарату, телекоммуникациялық, ақпараттық және өзге де қызметтер көрсету;

- телевизиялық, радио және бейнеөнімдерді (бағдарламалар, роликтер, клиптер) өндіру;

- теледидар, радио, газет және басқа да бақ үшін жарнамалық өнімдерді өндіру және орналастыру.

Медиа индустрияның кейбір ерекше аспектілеріне байланысты телеарнаның бухгалтерлік есебі мен қаржылық есептілігі күрделене түсуі мүмкін. Дәстүрлі қызмет көрсететін компаниялардан айырмашылығы, хабар таратушының жеке қаржылық көрсеткіштері бар, олардың арасында бастысы - хабар таратудан түсетін ақша ағыны немесе ағылшын тілінде «Broadcast Cash Flow» (BCF) [2].

Ағылшын тілінде хабар тарату «broadcasting» дегенді білдіреді. Хабар таратушылар көптеген серіктестіктер арқылы ғана емес, сонымен қатар көруден және демеушіліктерден де табыс таба алады. Сондықтан телеарнаның қаржылық есептілігін талдау әдістемесін жетілдіру оның зерттеу негізінде аналитикалық мүмкіндіктерін кеңейтумен, операциялардың ақша ағындарына және сәйкесінше баланс баптарына қалай әсер ететіндігімен байланысты.

Хабар таратудан түсетін ақша ағыны радио, теледидар және кабельдік индустрияның бухгалтерлік есебінде қолданылады және корпоративтік үстеме шығындар мен шығындарды есепке алмай, жеке станцияның операциялық тиімділігіне бағытталған операциялық шығыстарды шегергендегі кірісті білдіреді. Алайда, BCF есептеу формуласы олардың бизнес модельдеріндегі айырмашылықтарға байланысты бір телеарнадан екіншісіне әр түрлі болатынын ескеру қажет.

Қаржылық есептіліктің кейбір баптары телеарна қызметінің ерекшелігін көрсетеді.

Мысалы, теледидар арнасының түсімінің ерекшелігі, ол негізінен жарнамалық-ақпараттық материалдарды орналастырудан тұрады, ал табыстың 90%-ны тікелей жарнаманы теледидар арнасына орналастыруды құрайды.

Теледидардағы жарнама - бұл жарнама берушінің қалаған басқа әсеріне қол жеткізу мақсатында қандай да бір өнімді немесе қызметті сатуды, сатып алуды, жалға алуды немесе жалдауды ынталандыру мақсатында кез келген жария мәлімдеме. Ол үшін жарнама берушіге ақыға немесе басқа жауап қызметіне трансляциялық уақыт беріледі.

Теледидардағы жарнаманың жалпы нормалары келесі ережелерді білдіреді:

- кез-келген жарнама дұрыс және анық болуы керек;
- жарнама көрерменді адастырмауы және тұтынушылардың мүдделеріне зиян тигізбеуі керек;
- балаларға бағытталған немесе балаларды пайдаланатын жарнамаларда олардың мүдделеріне зиян келтіретін ештеңе болмауы керек және олардың ерекше әсерін ескеруі керек;
- жарнама нақты танылуы керек және бағдарламаның басқа бөліктерінен оптикалық немесе акустикалық құралдармен біржақты бөлінуі керек. Әдетте, ол блоктарда таратылады;
- жарнама берушінің теледидар бағдарламаларының мазмұнына ешқандай редакциялық әсер етуге құқығы жоқ;
- жасырын жарнамаға тыйым салынады.

Жарнамада өзекті саяси оқиғалар туралы жаңалықтар мен хабарларда үнемі сөйлейтін адамдар көрнекі түрде де, дыбыстық қатарда да көрінбеуі керек.

Жарнама, әдетте, хабарлар арасында қосылады. Егер ол таратылымның жалпы байланысы мен құндылығына, сондай-ақ Хабар таратушының құқықтарына нұқсан келтірмесе, оны таратуға да қосуға болады.

Тәуелсіз бөліктерден тұратын хабарларда, спорттық хабарларда, оқиғаларды таратуда және үзілістері бар басқа хабарларда жарнама тек тәуелсіз бөліктер арасында немесе үзілістерде енгізілуі мүмкін.

Кино және телевизиялық фильмдер сияқты аудиовизуалды туындылардың трансляциясы (серияларды, циклдарды, жеңіл ойын-сауық және деректі бағдарламаларды қоспағанда), егер ол 45 минуттан астам уақытқа созылса, жарнамамен 45 минут ішінде бір рет үзілуі мүмкін. Егер бұл бөліктер 45 минуттық екі немесе одан да көп уақыт аралығынан кем дегенде 20 минутқа созылса, кейінгі үзіліске рұқсат етіледі [3].

Мешіт қызметтерінің трансляциясы жарнамамен үзілмеуі керек. Өзекті саяси оқиғалар туралы жаңалықтар мен хабарлар, деректі хабарлар, діни мазмұндағы хабарлар және балалар хабарлары, егер олар 30 минуттан аз уақытқа созылса, жарнамамен үзілмеуі керек. Егер олардың ұзақтығы 30 минут немесе одан көп болса, онда жоғарыда көрсетілген абзацтардың анықтамалары күшіне енеді.

Жарнамалау кезінде келесілерге тыйым салынады:

1. Темекі өнімдерін жарнамалауға тыйым салынуы керек.
2. Алкогольді ішімдіктердің барлық түрлерін жарнамалау келесі ережелерге сәйкес келуі керек:
 - а) ол кәмелетке толмағандарға бағытталмауы керек, кәмелетке толмаған адамға ұқсайтын адам алкогольдік ішімдіктерді тұтынуға байланысты жарнамада көрінбеуі керек;
 - ә) ол алкогольдік ішімдіктерді тұтынуды физикалық жетістіктермен немесе көлік жүргізумен байланыстырмауы керек;
 - б) Ол алкогольдің емдік қасиеттері бар немесе жеке проблемаларды шешудің қоздырғыш немесе тыныштандыратын құралы немесе құралы деп негізсіз дауламауы керек;
 - в) ол алкогольді шамадан тыс тұтынуға немесе теріс жағынан абстиненцияны немесе модерацияны бейнелеуге итермелемеуі керек;
 - г) ол сусындардағы алкогольдің мазмұнын дұрыс көрсетпеуі керек.
3. Тек дәрігердің нұсқауы бойынша қол жетімді дәрі-дәрмектер мен медициналық көмекке арналған жарнамаларға тыйым салынады. Барлық басқа дәрі-дәрмектер мен басқа да медициналық көмекке арналған жарнамалар нақты танылуы керек, адал, шындыққа сай және тексерілуі керек, сонымен қатар адамға зиянсыз болу талабына сай болуы керек.

Телерадио хабарларын тарату компанияларында өнімді шығару шығындарын дұрыс анықтау және қалыптастыру үшін шығарылатын материалдың әр түрі бойынша бөлек есеп жүргізу қажет.

Бағдарламаны дайындау бойынша барлық негізгі шығындар 8110 «Негізгі өндіріс» шотында ескеріледі және мыналардан тұрады:

- компания қызметкерлерінің жалақысы: жетекші, редакторлар, гримерлер, инженерлік-техникалық қызметкерлер, жарнама агенттері;
- авторлық шарттар бойынша төлемдер;
- бюджеттен тыс қорларға аударымдар;
- беру орталықтарының қызметтеріне ақы төлеу;
- өндірістік мақсаттағы үй-жайлар үшін жалдау ақысы;
- өндірістік мақсаттарда пайдаланылатын материалдық емес активтер амортизациясы;
- негізгі құралдардың тозуы;
- негізгі құралдарды жөндеу шығындары.

Тұтастай алғанда, хабар тарату компаниясының өндірісін басқару, қызмет көрсету бойынша шығыстар 8410 «Үстеме шығындар» шотында ескеріледі, олар көбінесе шығындарды анықтаудың калькуляциялық әдісіне жүгінеді және соңғысы кезең қорытындысы бойынша таңдалған базаға, әдетте сатудан түскен түсімге пропорционалды бөлінеді.

Телерадио хабарларын тарату компаниясының жалпы шаруашылық шығындарына мыналар жатады:

- компания персоналының (дирекция, кеңсе, бухгалтерия, бөлімдер: өндірістік, тарату және жарнама, экономикалық, кадрлар, әкімшілік-шаруашылық, заңгерлік, жабдықтау және басқа күзет қызметкерлерінің, кіші қызмет көрсетуші персоналдың) еңбегіне ақы төлеу;
- қызметтік іссапарларға, қызметтік сапарларға, жеңіл автокөлікті ұстауға арналған шығыстар;
- кеңсе, почта-телеграф, телефон шығыстары, өз қажеттіліктері үшін типографиялық шығыстар;
- мерзімді және анықтамалық басылымдарға жазылу құны;
- кеңестік, ақпараттық және аудиторлық қызметтерге ақы төлеу;
- ғимараттарды, құрылыстарды, мүкәммалды, баспа техникасын күтіп-ұстауға және жөндеуге арналған шығыстар;
- жалпы шаруашылық сипаттағы негізгі құралдар бойынша, оның ішінде мәдени-ағарту, сауықтыру, дене шынықтыру-спорт жұмыстарын жүргізуге арналған негізгі құралдар бойынша амортизациялық аударымдар, оларды жөндеуге арналған шығыстар;
- резервтер құруға аударымдар:
- негізгі құралдарды жөндеу,
- демалыстар бойынша төлеулер,
- еңбек сіңірген жылдары үшін және бір жылдағы жұмыс қорытындысы бойынша жыл сайынғы сыйақы төлеулер;
- үй-жайлар мен аулаларды жалға алу және күтіп ұстау шығындары;
- меншікті немесе телеарнадан тыс өрт және күзет күзетін ұстауға, өртке қарсы жабдықты ұстауға және жөндеуге арналған шығыстар;
- еңбекті қорғауға арналған шығыстар;
- кадрларды даярлауға арналған шығыстар (оқу ақысын төлеу, жоғары және арнаулы орта оқу орындарының оқушыларына стипендия төлеу, сынақтарды, емтихандарды тапсыру кезеңіне арналған демалыстарды төлеу, дипломдық жобаларды қорғау, қолданыстағы заңнамаға сәйкес басқа да шығындар);
- жалпы шаруашылық мақсатта сатып алынған жеңілдікті өнімге қатысты құндылықтар мен қызметтер бойынша қосымша құн салығы;
- жанама салық түрі, қосылған құнның мемлекеттік бюджетке аударылатын бөлігі
- басқа шығындар.

Көрсетілген шығындар 8410 «Үстеме шығындар» шотының кредитінен 8110 «Негізгі өндіріс» шотының дебетіне есептен шығарылады.

Теледидардағы тікелей жарнама - бағдарламаның, фильмнің немесе олардың арасындағы үзілістердің жарнамалық үзілістері кезінде жарнамалық блокта бейнені орналастыру. Әдетте, телеарна жарнамалық блоктың бірінші және соңғы позицияларына, прайм кезінде, шоудың немесе матчтың тікелей эфирінде және т. б. орналастырғаны үшін үстеме ақы төлейді.

Телеарна қызметтерінің өзіндік құнының ерекшелігі-шығындар құрылымында 70% - дан астам болуы мүмкін роялтидің жоғары үлесі. Телевизиялық компанияға қатысты Қазақстан Республикасы Салық кодексінің 1-бабы 1-тармағының 52-тармақшасына сәйкес зияткерлік меншік объектісіне мүліктік (айрықша) құқықтарды толық немесе ішінара іске асыруды қоспағанда, роялти деп авторлық құқықтарды, бағдарламалық қамтамасыз етуді, сызбаларды немесе модельдерді пайдалану немесе пайдалану құқығы түсініледі; патенттерді, сауда белгілерін немесе басқа да ұқсас құқық түрлерін пайдалану.

Телеарнаның қысқа мерзімді дебиторлық берешегі, негізінен, тактикалық және стратегиялық медиа-жоспарлау; тактикалық оңтайландыру, мониторинг және бағалау; Digital-жылжыту және тағы басқа осы сияқты медиа-орналастыру бойынша кешенді шешімдерді әзірлеумен айналысатын халықаралық медиа-компанияларға тиесілі.

Сонымен қатар, buying агенттіктері дебиторлар бола алады. Жарнамалық алаңдарды, теледидардағы, радиодағы жарнамалық уақытты, баспа басылымдарындағы орынды сатып алу медиабайнг деп аталады. Бұл атау ағылшын тіліндегі «media buying» сөзінен шыққан және жарнаманы орналастыру үшін кеңістікті сатып алуды немесе уақытша пайдалануға беруді қамтиды (жарнаманы сатып алу) [4].

Телеарнаның болашақ кезеңдерінің шығындары шарттық негізде жеткізушілердің телешоулары мен фильмдерін көрсету құқықтарының құнының сомаларымен ұсынылған.

Телеарнаның материалдық емес активтеріне негізінен телерадио хабарларын таратуға арналған лицензиялар кіреді, өйткені «Телерадио хабарларын тарату туралы» және «Рұқсаттар және хабарламалар туралы» Қазақстан Республикасының заңдарына сәйкес қызметтің бұл түрі лицензиялауға жатады.

Әдетте, телеарна капиталының құрылымы сыртқы қаржыландыру көздерінен тәуелсіздіктің жоғары деңгейімен сипатталады, сонымен қатар бухгалтерлік баланста қысқа мерзімді және ұзақ мерзімді қаржылық міндеттемелер сияқты баптар болмауы мүмкін.

Қаржылық есептіліктің, атап айтқанда, бухгалтерлік баланстың аналитикалық мүмкіндіктерін арттыруға телеарнаның операциялық қызметіне жауапты менеджерлер үшін тиімді құрал болып табылатын басқарушылық балансы (Managerial Balance Sheet немесе Managerial Report) деп аталатын басқарушылық балансқа айналуы ықпал етеді [5]. Баптардың егжей-тегжейлі дәрежесі және басқарушылық баланстың құрылымы оны құру мақсаттарымен анықталады.

Басқарушылық баланста баптар операциялық және қаржылық қызметті сипаттайтын топтарға нақты бөлінген. Стандартты бухгалтерлік баланста ағымдағы міндеттемелер компанияның жиынтық міндеттемелерінің бөлігі болып табылады. Басқарушылық баланс таза айналым капиталы мен таза активтердің мәндерін пайдаланады, бұл компанияның операциялық қызметін қолдау үшін қажетті таза инвестициялардың мөлшерін анықтауға мүмкіндік береді. Басқарушылық балансының оң жағы алынған болжамды инвестицияланған капитал деп аталады. Инвестицияланған капитал қандай қаржыландыру көздері нақты пайдаланылатындығын көрсетеді және қаржылық шешімдерге негіз болады.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ:

1. Телерадио хабарларын тарату туралы. Қазақстан Республикасының 2012 жылғы 18 қаңтардағы № 545-IV Заңы. <https://adilet.zan.kz/>
2. Broadcast Cash Flow (BCF) Definition. <https://smallbusiness.chron.com/>
3. JSC «Transtelecom» (TCOM) <https://kase.kz/>

4. Медибаинг и баинговые агентства. Опубликовано 11.08.2016.
<https://www.mosoblreclama.ru/>

5. Будникова Я.В. Управленческий баланс как инструмент прогнозирования и планирования деятельности хозяйствующих субъектов в отечественной практике // Молодой ученый. - 2021. - № 53 (395). - С. 139-141.

Автор туралы мәліметтер:

*Тахаева Аружан Мухатаевна – «6B04111-Есеп және аудит» мамандығының 4 курс студенті. Каспий Қоғамдық университеті. e-mail: aruzhan.tahaeva@mail.ru

**Құрбанбаева Диана – «6B04111-Есеп және аудит» мамандығының 4 курс студенті. Каспий Қоғамдық университеті. e-mail: kurbanbaevadi@mail.ru

***Бауржанқызы Қарлығаш– «6B04111-Есеп және аудит» мамандығының 4 курс студенті. Каспий Қоғамдық университеті. e-mail: bauyrzhanyzy03.@mail.ru

Сведения об авторах

*Тахаева Аружан Мухатаевна - студент 4 курса специальности «6B04111-Учет и аудит». Каспийский общественный университет. e-mail: aruzhan.tahaeva@mail.ru

**Курбанбаева Диана - студент 4 курса специальности «6B04111-Учет и аудит». Каспийский общественный университет. e-mail: kurbanbaevadi@mail.ru

***Бауржанқызы Қарлығаш- студент 4 курса специальности «6B04111-Учет и аудит». Каспийский общественный университет. e-mail: bauyrzhanyzy03.@mail.ru

Information about the authors

*Takhayeva Aruzhan Mukhataevna - 4th year student of the specialty «6B04111-Accounting and Audit» Caspian Public University. e-mail: aruzhan.tahaeva@mail.ru

**Kurbanbaeva Diana - 4th year student of the specialty «6B04111-Accounting and Audit» Caspian Public University. e-mail: kurbanbaevadi@mail.ru

***Baurzhankyzy Karlygash - 4th year student of the specialty «6B04111-Accounting and Audit» Caspian Public University. e-mail: bauyrzhanyzy03.@mail.ru

БУХГАЛТЕРСКИЙ БАЛАНС: ПОРЯДОК СОСТАВЛЕНИЯ, АУДИТ И АНАЛИЗ

Тлектесова Дана Нурлубековна¹

¹ Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан
Научные руководители: д.э.н. Мархаева Б.А., PhD Мурзалиева А.К.

Аннотация. В статье рассматривается порядок составления баланса в бухгалтерском учете, даётся детальная характеристика бухгалтерского баланса как одной из основных форм бухгалтерской отчетности, его виды в предприятии.

Составление бухгалтерского баланса остается актуальным и важным в контексте эффективного управления бизнесом и принятия стратегических решений. В целом, бухгалтерский баланс является ключевым инструментом для финансового анализа и управления, и его актуальность сохраняется в современном бизнесе.

Бухгалтерский баланс представляет собой финансовое состояние предприятия на определенный период времени. Информационная основа такого исследования включает в себя различные элементы бухгалтерской отчетности, которые представлены в бухгалтерском балансе.

Ключевые слова: бухгалтерский баланс, активы и пассивы, краткосрочные и долгосрочные обязательства, капитал.

БУХГАЛТЕРЛІК БАЛАНС: ҚҰРАСТЫРУ ТӘРТІБІ, АУДИТ ЖӘНЕ ТАЛДАУ.

Тлектесова Д.Н.¹

¹ Каспий Қоғамдық университеті, Almaty, Republic of Kazakhstan

Аннотация. Мақалада бухгалтерлік есепте бухгалтерлік балансты құру тәртібі қарастырылып, бухгалтерлік есеп берудің негізгі нысандарының бірі ретінде баланстың толық сипаттамасы және кәсіпорындағы оның түрлері берілген.

Балансты құрастыру бизнесті тиімді басқару және стратегиялық шешімдер қабылдау контекстінде өзекті және маңызды болып қала береді. Тұтастай алғанда, баланс қаржылық талдау мен басқарудың негізгі құралы болып табылады және оның өзектілігі қазіргі бизнесте сақталады.

Бухгалтерлік баланс кәсіпорынның белгілі бір уақыт кезеңіндегі қаржылық жағдайын көрсетеді. Мұндай зерттеудің ақпараттық негізі бухгалтерлік баланста ұсынылған қаржылық есеп берудің әртүрлі элементтерін қамтиды.

Негізгі сөздер: баланс, активтер мен пассивтер, қысқа мерзімді және ұзақ мерзімді міндеттемелер, капитал.

BALANCE SHEET: THE PROCEDURE OF COMPILATION, AUDIT AND ANALYSIS.

Tlektsova D.N.¹

¹ Caspian Public University, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

Annotation. The article discusses the procedure for drawing up a balance sheet in accounting, provides a detailed description of the balance sheet as one of the main forms of accounting reporting, and its types in an enterprise.

The preparation of a balance sheet remains relevant and important in the context of effective business management and strategic decision making. Overall, the balance sheet is a key tool for financial analysis and management, and its relevance remains in modern business.

The balance sheet represents the financial position of an enterprise for a certain period of time. The information basis of such a study includes various elements of financial statements, which are presented in the balance sheet.

Key words: balance sheet, assets and liabilities, short-term and long-term liabilities, capital

Бухгалтерский баланс – это форма финансовой отчетности, которая отражает имущественное положение организации. В данном контексте обсудим порядок его составления, процесс аудита и методы анализа.

Баланс включает в себя информацию об активах и обязательствах компании. В зависимости от компании это могут быть краткосрочные активы, такие как денежные средства и дебиторская задолженность, или долгосрочные активы, такие как основные средства. Аналогичным образом, его обязательства могут включать краткосрочные обязательства, такие как кредиторская задолженность и задолженность по заработной плате, или долгосрочные обязательства, такие как банковские кредиты и другие долговые обязательства.

Основные цели бухгалтерского баланса:

Предоставление обзора финансового положения: Баланс дает ясное представление об имуществе компании (активах), ее обязательствах (пассивах) и собственном капитале на момент составления отчета.

Оценка ликвидности: Баланс позволяет определить, насколько легко компания может погасить свои обязательства в ближайшем будущем.

Оценка финансовой устойчивости: Анализ активов и обязательств помогает оценить финансовую стабильность и устойчивость предприятия.

Оценка эффективности управления ресурсами: Баланс позволяет выявить, как эффективно компания использует свои ресурсы и капитал.

Принятие инвестиционных решений: Инвесторы и кредиторы могут использовать бухгалтерский баланс для принятия решений о вложении средств или предоставлении кредитов.

Сравнение с предыдущими периодами: Баланс позволяет проводить анализ финансового положения компании в разные периоды времени, что помогает выявить тенденции и изменения.

Бухгалтерский баланс является важным инструментом для оценки финансового здоровья и управленческой эффективности предприятия, и его составление регулируется бухгалтерским законодательством.

Бухгалтерский баланс представляет собой финансовый отчет о финансовом положении предприятия на определенную дату. Задачи бухгалтерского баланса включают в себя следующее:

1. **Отражение активов:** Бухгалтерский баланс должен точно отражать все активы компании. Активы включают в себя текущие и долгосрочные активы, такие как денежные средства, запасы, оборудование, недвижимость и др.

2. **Отражение обязательств:** Баланс должен показывать все обязательства компании, как текущие, так и долгосрочные. К ним относятся кредиторская задолженность, налоговые обязательства, кредиты и другие долгосрочные обязательства [1, статья 13].

3. **Соблюдение принципа двойной записи:** Бухгалтерский баланс разрабатывается в соответствии с принципом двойной записи, согласно которому каждая финансовая операция должна быть отражена как дебет и кредит.

4. **Оценка активов и обязательств:** Активы и обязательства должны быть правильно оценены. Например, запасы могут быть оценены по себестоимости или рыночной стоимости.

5. **Предоставление информации для анализа:** Бухгалтерский баланс предоставляет базовую информацию для финансового анализа. С его помощью можно определить финансовую стабильность, платежеспособность и эффективность управления активами.

6. **Обеспечение прозрачности и достоверности:** Баланс должен быть составлен так, чтобы предоставить полную и точную информацию о финансовом положении компании, для заинтересованных сторон, таких как инвесторы, кредиторы и регулирующие органы.

7. Соответствие законодательству и стандартам бухгалтерского учета: Бухгалтерский баланс должен соответствовать действующему законодательству и стандартам бухгалтерского учета, установленным в стране, где предприятие зарегистрировано [1, статья 14].

Все эти задачи направлены на обеспечение четкого представления о финансовом положении компании для принятия обоснованных управленческих решений и обеспечения финансовой прозрачности (рисунок 1).

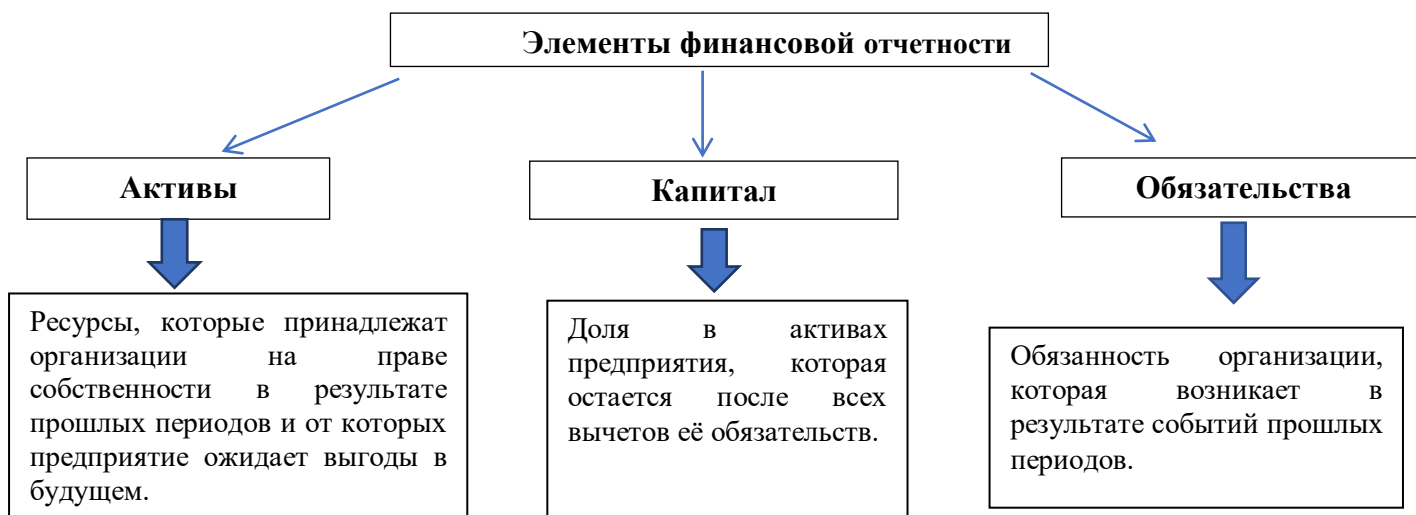


Рисунок 1 - Основные элементы финансовой отчетности.
Примечание: рисунок составлен на основе источника [1, статья 13].

Отчет о прибылях и убытках является одним из ключевых документов предприятия. В нем отражается эффективность и результативность предприятия. Данным документом пользуются инвесторы, аналитики, когда им нужно узнать объем выручки затрат, также величину чистой прибыли (Рисунок 2).

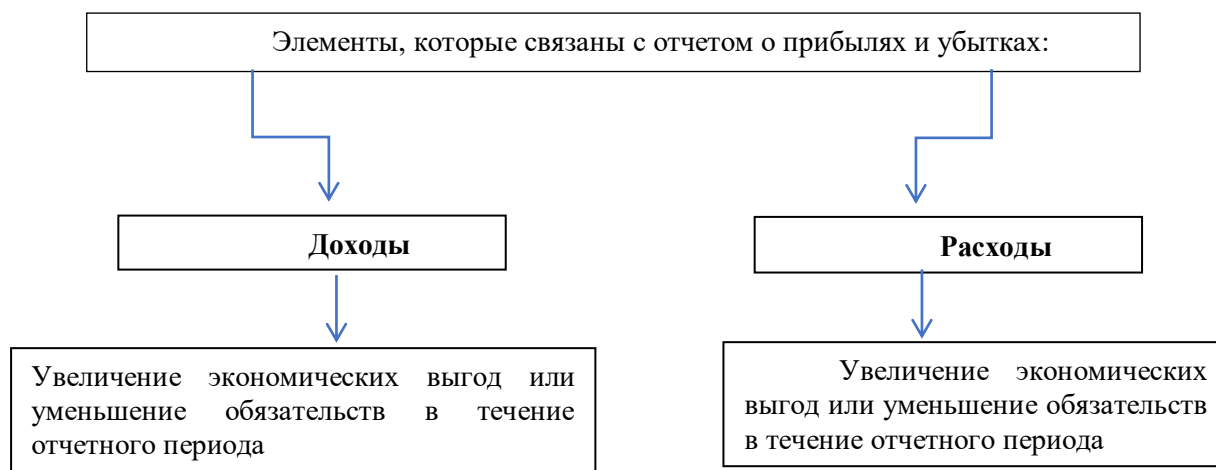
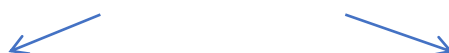


Рисунок 2 – Основные элементы, которые связаны с отчетом о прибылях и убытках.
Примечание: рисунок составлен на основе источника [1, статья 13].

Бухгалтерская отчетность обычных организаций состоит из: бухгалтерского баланса; отчёта о финансовых результатах; приложений к бухгалтерскому балансу и отчёту о финансовых результатах: отчёта об изменениях капитала, отчёта о движении денежных средств и пояснительной записки (Таблица 1).

Баланс состоит из двух частей



Активы	Пассивы
Краткосрочные активы	Краткосрочные обязательства
запасы, налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям, дебиторская задолженность, финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов), денежные средства и денежные эквиваленты, прочие оборотные активы	Заемные средства, кредиторская задолженность, доходы будущих периодов, оценочные обязательства, прочие обязательства.
Долгосрочные активы	Долгосрочные обязательства
основные средства, нематериальные активы, долгосрочные инвестиции, долгосрочная дебиторская задолженность	Заемные средства, отложенные налоговые обязательства, оценочные обязательства, прочие обязательства
Таблица – 1. Структура бухгалтерского баланса.	
Примечание: Таблица составлена на основе источника [1, статья 15].	

Следует отметить, что итоговые суммы по активу и пассиву баланса должны быть равны.

Достоверность данных при составлении финансовой отчетности и соответствие нормативно-правовым актам, подтверждается аудиторским заключением. Под аудитом следует понимать независимую проверку и оценку финансового состояния предприятия специалистами аудиторской компаний. Необходимо отметить, что существует 2 вида аудита (таблица 2).

Обязательный	Инициативный
1	2
Акционерные общества; страховые (перестраховочные) организации, недропользователи; накопительные пенсионные фонды и организации	Данный аудит проводится по инициативе самой организации, учитывая конкретные задачи, сроки и объемы
Таблица – 2. Виды аудита.	
Примечание: Таблица составлена на основе источника [1, статья 13].	

При проведении аудита следует соблюдать основные принципы, предусмотренные в международном стандарте аудита:

- независимость;
- объективность;
- профессиональная компетентность;
- конфиденциальность;
- честность [2, статья 4].

Хотелось бы отметить, перед проведением аудита, независимо от вида планируемого аудита необходимо запланировать этапы проведения, состоящего из 3-х пунктов:

1 этап - Сбор документации:

- Получение финансовых отчетов и связанных документов, анализ системы внутреннего контроля, проверка процедур бухгалтерского учета.

2 этап - Проведение аудита:

- Тестирование, проверка отдельных транзакций и бухгалтерских записей, проверка оценок, анализ правильности оценки активов и обязательств.

3 этап - Отчетность аудитора:

- Аудиторское заключение, формулирование мнения о достоверности бухгалтерской отчетности, рекомендации, предложения по улучшению системы внутреннего контроля.

Анализ бухгалтерского баланса может помочь дать оценку результативность размещения активов компании, их достаточность для нынешней и будущей хозяйственной деятельности, оценить структуру, размер и эффективность привлечения инвестиций [3, статья 11].

Виды анализа:

1. Горизонтальный анализ

Изменения в активах и обязательствах: Выявление тенденций и динамики изменений.

2. Вертикальный анализ

Отношение каждого элемента к общей сумме: Оценка доли каждого компонента.

3. Коэффициенты анализа

Ликвидность, рентабельность, оборачиваемость: Расчет ключевых показателей для оценки финансового состояния [3, с.9].

В соответствии Законом Республики Казахстан «О бухгалтерском учёте и финансовой отчетности» есть два вида баланса: годовой и промежуточный. Годовой баланс составляется на 31 декабря отчетного года, промежуточный — на конец квартала, месяца или любую дату.

Также, Бухгалтерский баланс предоставляет целую картину активов, обязательств и капитала предприятия на определенный промежуток времени. Это важно для внутреннего управления компанией и для принятий стратегических заключений и соответственно относится к финансовой отчетности.

Бухгалтерский баланс, являясь ключевым документом для внешних сторон, таких как инвесторы, кредиторы, аудиторы и налоговые органы. Актуальность баланса обеспечивает достоверность и прозрачность финансовой отчетности, что в свою очередь способствует доверию со стороны заинтересованных сторон. В результате получим основные показатели финансовой отчетности, отражающие прозрачность предприятия [3, с.13].

При планированиях и анализе бухгалтерский баланс предоставляет необходимую информацию для анализа финансовой устойчивости предприятия. Это даёт менеджменту выявлять тенденции, оценивать эффективность использования ресурсов и принимать решения о финансовой стратегии.

Бухгалтерский баланс при Налогообложении служит основой для определения налоговой базы и уплаты налогов. Актуальность данных в бухгалтерском балансе обеспечивает точность расчетов налоговых обязательств.

Что касается управлением рисками, то бухгалтерский баланс помогает выявлять потенциальные риски, связанные с финансовой деятельностью предприятия. Это позволяет руководству принимать меры по их снижению или управлению [5, с.4].

Соблюдение законодательства: Предприятия обязаны представлять свою финансовую отчетность в соответствии с законодательством. Актуальность бухгалтерского баланса необходима для соблюдения требований финансовой отчетности.

Таким образом, актуальность бухгалтерского баланса обеспечивает надежность, достоверность и своевременность информации, что является важным элементом для эффективного управления предприятием и обеспечения интересов заинтересованных сторон.

ВЫВОДЫ:

Бухгалтерский баланс — форма №1 бухгалтерской отчетности. Он показывает состояние всех счетов на определённую дату и информацию о стоимости имущества и обязательствах компании.

Важностью балансового отчета является, независимо от размера компании или отрасли, в которой она работает, чтение, анализ и понимание ее балансового отчета дает множество преимуществ внутренним и внешним пользователям.

Баланс помогает определить риск. В финансовом отчете перечислено все, чем владеет компания, и все ее долги. Предприятие сможет быстро оценить, не взяла ли она в долг слишком

много денег, недостаточно ли ликвидны принадлежащие ей активы или достаточно ли у компании денежных средств, для удовлетворения своих текущих потребностей [5, с.3].

Балансы также используются для обеспечения капитала. Компания обычно должна предоставить баланс кредитору, чтобы обеспечить бизнес-кредит. Компания также обычно должна предоставлять баланс частным инвесторам при попытке обеспечить финансирование прямых инвестиций. В обоих случаях внешняя сторона хочет оценить финансовое состояние компании, кредитоспособность бизнеса и сможет ли компания погасить свои краткосрочные долги.

На самом деле, балансовые отчеты могут привлечь и удержать таланты. К примеру, сотрудники обычно предпочитают знать, что их рабочие места безопасны и что компания, в которой они работают, находится в добром здравии. Для публичных компаний, которые должны раскрывать свой баланс, это требование дает сотрудникам возможность проверить, сколько денежных средств у компании имеется, принимает ли компания разумные решения при управлении долгом и считают ли они, что финансовое состояние компании соответствует, чего они ожидают от своего работодателя.

Анализ бухгалтерского баланса является важным инструментом для понимания финансового состояния компании и принятия информированных решений о ее будущем.

В конечном итоге, в результате анализа бухгалтерского баланса выявляют динамику активов и пассивов и устанавливают её причины.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Закон Республики Казахстан от 28 февраля 2007 года N 234 «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности» (по состоянию на 01.01.2023г.)
2. Закон Республики Казахстан от 20 ноября 1998 года № 304-І «Об аудиторской деятельности» (по состоянию на 01.01.2023г.)
3. Л.В. Шалаева, Бухгалтерский баланс, учебное пособие 2020. - № 2. – С. 9-14.
4. Н. Н. Ильшева, Е. Р. Синянская, О. В. Савостина. Бухгалтерский учёт [учебное пособие]. 2016г, — С 16-18.
5. <https://corporatefinanceinstitute.com/>[электронный ресурс].(Дата обращения 17.11.2023).

Сведения об авторе:

* Тлектесова Дана Нурлубековна – Учет и Аудит, бакалавриат, Каспийский Общественный Университет, e-mail: dtlektsova12@mail.ru

Автор туралы мәліметтер:

* Тлектесова Дана Нурлубековна – Бухгалтерлік есеп және аудит, бакалавриат, Каспий Қоғамдық университеті, e-mail: dtlektsova12@mail.ru

Information about the author:

* Tlektsova Dana Nurlubekovna – Accounting and Audit, Bachelor, Caspian Public University, e-mail: dtlektsova12@mail.ru

УДК 336.6

РАЗРАБОТКА НОВЫХ БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ИНТЕНСИВНОЕ РАЗВИТИЕ БАНКА

Тулеубекова А.М.¹, Парманова Р.С.²

^{1,2} Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация: В данной научной статье рассматривается значение создания новых банковских продуктов и то, как они влияют на интенсивное развитие банка. Для того чтобы привлечь и удержать потребителя на современном конкурентном рынке, банкам необходимо постоянно совершенствовать свои предложения. Однако создание новых банковских продуктов требует не только творческого подхода, но и глубокого понимания требований и предпочтений целевого рынка. Современные банковские продукты и их влияние на развитие банка будут рассмотрены в данной статье. Мы расскажем о ряде подходов и методов, используемых банками для создания новых продуктов, таких как конкурентный анализ, маркетинговые исследования, внутренние ресурсы и процедуры.

Ключевые слова: банковские продукты, интернет-банкинг, финансовые инструменты, клиенты, конкурентоспособная среда, стратегия, факторы влияния.

ЖАҢА БАНК ӨНІМДЕРІН ӘЗІРЛЕУ ЖӘНЕ ОЛАРДЫҢ БАНКТИҢ ҚАРҚЫНДЫ ДАМУЫНА ӘСЕРІ

Тулеубекова А. М.¹, Парманова Р.С.²

^{1,2} Каспий қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

Аннотация: Бұл ғылыми мақалада жаңа банктік өнімдерді құрудың маңыздылығы және олардың банктің қарқынды дамуына қалай әсер ететіндігі қарастырылады. Тұтынушыны заманауи бәсекелестік нарыққа тарту және ұстап тұру үшін банктер өз ұсыныстарын үнемі жетілдіріп отыруы қажет. Алайда, жаңа банктік өнімдерді құру тек шығармашылықты ғана емес, сонымен қатар мақсатты нарықтың талаптары мен қалауларын терең түсінуді қажет етеді. Қазіргі заманғы банк өнімдері және олардың банктің дамуына әсері осы мақалада қарастырылады. Біз бәсекелестік талдау, маркетингтік зерттеулер, ішкі ресурстар және процедуралар сияқты жаңа өнімдерді жасау үшін Банктер қолданатын бірқатар тәсілдер мен әдістерді қарастырамыз.

Түйінді сөздер: банктік өнімдер, интернет-банкинг, қаржы құралдары, клиенттер, бәсекеге қабілетті орта, стратегия, әсер ету факторлары.

DEVELOPMENT OF NEW BANKING PRODUCTS AND THEIR IMPACT ON THE INTENSIVE DEVELOPMENT OF THE BANK

Tuleubekova A.M.¹, Parmanova R.S.²

^{1,2} Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

Abstract: This research paper examines the importance of creating new banking products and how they affect the intensive development of a bank. In order to attract and retain consumers in today's competitive market, banks need to constantly improve their offerings. However, creating new banking products requires not only creativity but also a deep understanding of the requirements and preferences of the target market. Modern banking products and their impact on bank development will be discussed in this article. We will describe a number of approaches and methods used by banks to create new products, such as competitive analysis, market research, internal resources and procedures.

Keywords: banking products, Internet banking, financial instruments, customers, competitive environment, strategy, influencing factors.

Введение

Развитие банковского сектора основывается на постоянной разработке новых банковских продуктов. Создание новых финансовых продуктов является важнейшим условием быстрого роста банка. Это позволяет банку расширить спектр услуг, привлечь новых клиентов, увеличить доходы и повысить конкурентоспособность. Для того чтобы эффективно работать на современном рынке и удовлетворять потребности своих потребителей, банки должны постоянно вкладывать средства в исследования и разработку новых продуктов.

В современном банковском секторе требования клиентов, нормативное законодательство и рыночная конъюнктура постоянно меняются, поэтому для успешного функционирования и удержания клиентской базы крайне важно постоянно совершенствовать банковские продукты и создавать новые, соответствующие современным стандартам.

1. Факторы производство банковских продуктов

Появление новых финансовых продуктов - неотъемлемый элемент онтогенеза и развития банковской индустрии. В организации этого процесса важную роль играют различные агенты. Первопричиной появления и совершенствования финансовых продуктов зачастую является удовлетворение запросов и потребностей граждан в условиях, когда техника развивается с огромной скоростью, повышая потребность клиентов в предоставлении услуг. По сравнению с последними КС, наша инновационная компания требует лояльной и справедливой помощи, что стимулирует развитие банковского дела и производство разнообразных продуктов. Как следствие, банки активно расширяет спектр предлагаемых услуг и предоставляет клиентам новые возможности.

Немаловажной является и цель высокой конкуренции между банками. Новые товары, особенно оригинальные и единственные в своем роде на рынке, могут вызвать интерес у потенциальных потребителей и послужить обоснованием для перехода из других банков. Например, создание удобных и инновационных приложений для мобильного банкинга может заинтересовать более молодую демографическую группу, которая в большей степени пользуется смартфонами и другими мобильными устройствами. В современной банковской индустрии конкуренция очень жесткая, и у клиентов есть множество вариантов. Чтобы выделиться на фоне конкурентов, банк должен предлагать новые и уникальные товары. Если банк предлагает товары, отличные от тех, что предоставляют другие банки, он может привлечь потребителей и укрепить свои позиции на рынке. Наконец, новые банковские решения могут значительно улучшить клиентский опыт. Если банк создает продукты с учетом требований и пожеланий своих клиентов, он может улучшить качество обслуживания. Клиентам стало удобнее получать и использовать финансовые услуги, например, благодаря появлению удобных интернет-сервисов и мобильных приложений. Потребителям не нужно тратить время на личное посещение банковского офиса для совершения операций, они могут делать это в любое время и из любого места. Это не только повышает удовлетворенность клиентов, но и помогает удержать их. Таким образом, банк получает значительную выгоду от запуска новых банковских продуктов. Это позволяет расширить клиентуру, увеличить доходы, стать более конкурентоспособным и повысить удовлетворенность клиентов. В результате банки постоянно создают и запускают новые продукты, чтобы удовлетворить потребительский спрос и сохранить конкурентоспособность.

Создание новых продуктов - еще один способ повышения доходов банков и диверсификации их портфелей. Новые продукты могут быть ориентированы на различные сегменты клиентов и отвечать их требованиям и целям. К примеру, банки могут предоставлять индивидуальные кредитные пакеты для владельцев бизнеса, стартапов, малых и средних предприятий и т.д. Каждый новый продукт, может стать для банка новым источником дохода.

Выпуск новых банковских продуктов приносит банку целый ряд преимуществ, способствующих его росту и укреплению позиций на рынке. Одним из таких преимуществ

является рост клиентуры. Внедрение новых продуктов, отвечающих их требованиям и предпочтениям, позволяет банку привлекать новых клиентов и удерживать уже имеющихся. Если банк создаст индивидуальные продукты для студентов или предпринимателей, это может привлечь эти сегменты клиентов и привести к росту клиентуры банка. Кроме того, банк может получить дополнительный доход за счет инновационных финансовых продуктов. Допустим, банк запускает новое кредитное предложение с более выгодными условиями для заемщиков. Это может привести к увеличению числа одобренных кредитов, что повысит процентный доход банка. В итоге новые продукты могут помочь банку стать более прибыльным и улучшить свои финансовые показатели.

2. Новые банковские продукты на сегодняшний день

В результате масштабных изменений, произошедших в финансовой отрасли за последние годы, потребителям предлагается множество новых банковских продуктов. В следствие объединения потребностей клиентов и новых технологий были разработаны креативные финансовые продукты, упрощающие и облегчающие нашу жизнь.

Одним из наиболее заметных новых банковских продуктов является мобильное приложение для управления финансами. Такие приложения позволяют клиентам управлять своими счетами, оплачивать счета, переводить деньги, а также получать уведомления о финансовых операциях прямо на своих смартфонах. Это дает людям возможность быть в курсе своих финансов в любое время и в любом месте.

Приложение для управления финансами на мобильном устройстве - одно из самых заметных банковских предложений последнего времени. С помощью этих приложений на смартфоне клиенты могут управлять банковскими счетами, осуществлять платежи, переводы, получать уведомления о финансовой активности. Благодаря этому люди могут управлять своими деньгами в любом месте и в любое время. Кроме того, они делают банковские услуги более удобными и доступными, избавляя от необходимости посещать банк или банкомат. Еще одна популярная банковская инновация последнего времени - виртуальная карта. С помощью виртуальной карты клиенты могут совершать покупки в Интернете без использования пластиковой карты. При этом создается переходная или одноразовая информация о кредитной карте, которая может быть использована для совершения покупок товаров и услуг в Интернете. Таким образом, повышается безопасность платежей, а клиенты ограждаются от возможного мошенничества. Помимо этого, многие банки предоставляют своим клиентам персональных финансовых менеджеров, которые помогают им лучше управлять деньгами. Персональные финансовые менеджеры помогают поставить финансовые цели и разработать план их достижения, а также дают рекомендации по инвестициям и помогают организовать расходы и сбережения. Важно также отметить растущее распространение интернет-банкинга. Многие банки позволяют клиентам не приходить лично в банк, а воспользоваться компьютером для создания счета, оформления заявки на кредит или получения других услуг. Это ускоряет и упрощает процедуру проведения банковских операций.

Новые банковские продукты, как правило, появляются с целью предоставления клиентам расширенных финансовых услуг с точки зрения доступности, безопасности и удобства. Они демонстрируют стремление финансовых организаций идти в ногу со временем и удовлетворять запросы клиентов, используя банковские услуги наиболее практичными и эффективными способами.

3. Этапы разработки новых банковских продуктов

Идея — это первый шаг на пути создания или совершенствования банковского продукта. Объектом инновации может быть банковский продукт, технология его реализации, программное обеспечение или применение ранее существующих банковских продуктов, технологий и программного обеспечения по новому назначению [9, с. 3]. Специалисты различных подразделений банка собирают и регистрируют рекомендации, а также дают рекомендации по их внедрению. В свою очередь, банковские продукты различаются по своим видам, как показано на примере Рис.1



Рис.1 - Классификация банковских продуктов

Разработка нового финансового продукта часто включает в себя следующие этапы:

1. Анализ и исследование рынка: Банк выясняет потребности своих клиентов путем проведения анализа рынка. Определяется предлагаемое ценовое предложение и конкурентные преимущества.

2. Разработка концепции: на основе результатов исследования банк создает концепцию нового продукта. В ней предлагается описание основных характеристик продукта, его преимуществ и предполагаемого рынка сбыта.

3. Бизнес-планирование: Банк разрабатывает бизнес-план, в котором излагается подход к запуску нового продукта, оценивается его финансовое состояние, прогнозируется объем продаж и рентабельность.

4. Разработка и тестирование: на этом этапе изготавливается прототип нового продукта, проводится его тестирование и изучается мнение клиентов. При необходимости вносятся коррективы.

5. Регистрация и выпуск продукта: после успешного тестирования продукт проходит юридическую регистрацию и поступает в продажу. Банк проводит маркетинговые инициативы, направленные на привлечение клиентов и привлечение внимания к новому предложению.

6. Мониторинг и обновление: после запуска продукта отслеживается его эффективность и результаты. Банк анализирует отзывы потребителей, оценивает рентабельность и при необходимости вносит изменения в продукт с целью его улучшения.

Важно помнить, что в разных банках могут быть разные процедуры разработки новых банковских продуктов, могут быть дополнительные этапы или варианты внедрения. Основой для создания операционных и маркетинговых стратегий в банковской деятельности является банковский продукт. Он представляет собой совокупность различных банковских процессов и услуг, систематизированных таким образом, чтобы ими было удобно пользоваться клиентам [10, с. 7].

В банковской сфере маркетинговая стратегия заключается в удовлетворении потребностей клиентов и создании для них дополнительной ценности. Для классификации банковских продуктов по их характеристикам и целевым потребителям используются различные категории. К ним можно отнести различные кредиты, депозиты, пластиковые карты, электронные способы оплаты и другие финансовые инструменты.

Разработчики банковских продуктов четко следуют последовательным действиям, при создании нового продукта на рынке финансов, на Рис.2, мы показали, какие способы они применяют.

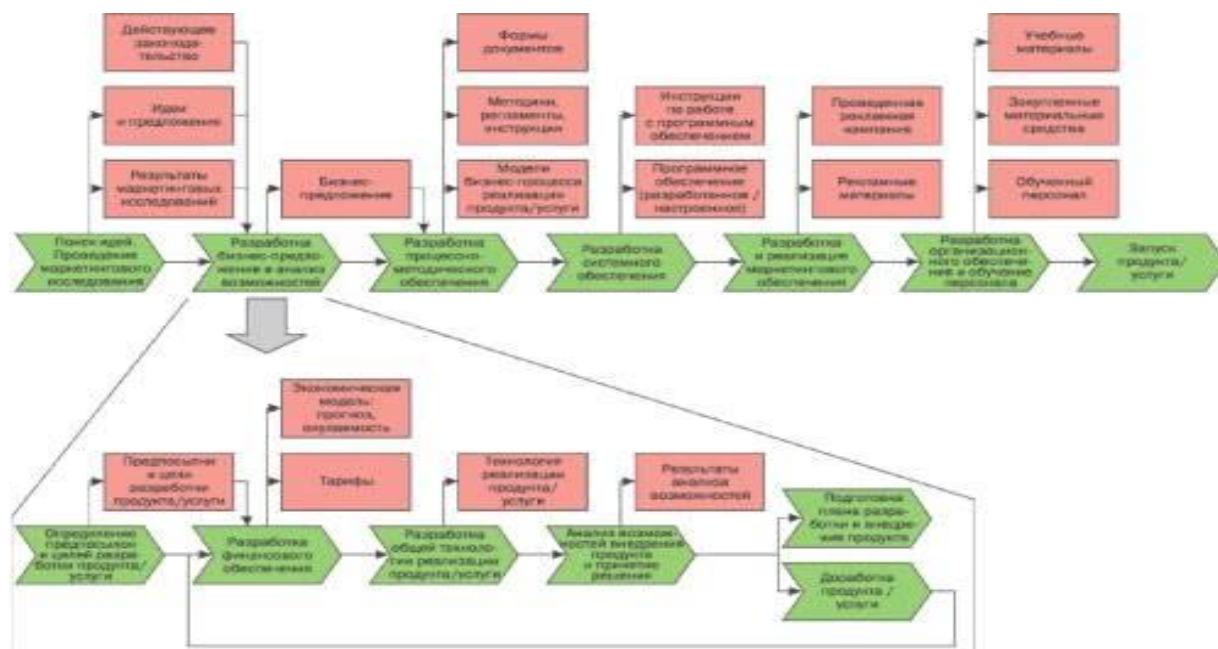


Рис.2 - Технология производство новых банковских продуктов

Открытие и ведение текущих счетов, а также расчетно-кассовое обслуживание относятся к первому уровню банковских продуктов. Эти товары служат основой для проведения финансовых операций и обеспечивают функционирование банковской системы в целом. Более продвинутые товары, такие как вклады, кредитные карты и кредиты, относятся ко второму уровню. Они позволяют клиентам получать финансовую помощь, приумножать свои сбережения и более удобно распоряжаться деньгами. Эти товары, как правило, требуют больше условий и соглашений и имеют более высокий уровень индивидуализации. К третьему уровню относятся инновационные и специализированные товары, удовлетворяющие определенные потребности клиентов. К ним можно отнести инвестиционные товары, страхование, компьютеризированные способы оплаты и другие современные финансовые инструменты. Эти товары дают клиентам больше возможностей для достижения своих целей и управления своими деньгами.

Классификация банковских операций и услуг позволила более точно определять запросы потребителей и предлагать им оптимальные банковские решения. Это помогает банкам привлекать новый бизнес, удерживать текущую клиентуру и эффективно управлять ресурсами. Кроме того, появление новых технологий и цифровая трансформация банковского сектора открывают новые перспективы для разработки инновационных банковских предложений, отвечающих современным требованиям и запросам клиентов.

Заключение

Разработка новых банковских продуктов является важнейшим этапом деятельности коммерческих банков, поскольку позволяет им расширить круг клиентов, повысить конкурентоспособность в банковской сфере и в целом значительно увеличить норму прибыли. В зависимости от специфики банка новые и эффективные продукты могут иметь свои особенности. Традиционно процесс создания новых продуктов в коммерческом банке можно разделить на два этапа: определение направления, условий и целевой клиентской базы продукта, оценка эффективности продукта на рынке и отслеживание жизненного цикла банковского продукта.

Крупнейшие современные банки способны быстрее других коммерческих банков выводить на рынок новые банковские продукты, поскольку используют новые информационные технологии, применяют международный опыт анализа данных и подбирают специалистов для этого анализа, используют хорошо организованную систему штатного расписания, мотивируют внутренний персонал на разработку и внедрение новых продуктов.

Список использованной литературы:

1. Закон Республики Казахстан от 31.08.1995 N 2444 "О банках и банковской деятельности в Республике Казахстан". <https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z950002444>
2. Абдрахманова Г.Т., Нурсейтова Р.А. Тенденции и перспективы развития финансового сектора в Казахстане// Банки Казахстана.- 2003.-N12.-С.31-40 <https://elib.wkau.kz/lib/document/BIBL/CDD74BC5-C17D-403D-BB37-0B4E2CD835DD/>
3. Банки и банковские организации в Республике Казахстан: Основные законодательные акты. Официальные тексты по состоянию на 1 сентября 2001 года.- Алматы Юристъ, 2001.- 112с. <http://e-lib.dulaty.kz/kk/lib/document/RETROTARGU/F3754298-E8C5-4DEE-A92A-4A844AB421B4/>
4. Банки и банковское дело: Учеб. пособие для ВУЗов / Под ред. И.Т.Балабанова.- СПб.: Питер, 2002.-304с.:илл.-(Учебники для ВУЗов). <https://biblioteka.bafe.edu.kg/download/banki%20bankovskaya%20deyat/Balabanov%20Banki%20i%20bankovskoe%20delo.pdf>
5. Банки Казахстана на внутреннем финансовом рынке /Ин-т развития Казахстана.- Алматы: ИРК, 1996.- 140с.
6. Банковская система РК-лучшая в СНГ: (В соответствии с рейтингом ЕБРР)// Деловая неделя.- 2004.- 20августа.-С.7. <https://journal.zakon.kz/203605-bankovskie-sistemy-stran-sng-raznye.html>
7. Банк ТуранАлем: Новое качество обслуживания// Информбиржа.- 2005.-7 апрель.- С.12.
8. Бекарев А.А., Мительман И.Ю. Некоторые вопросы реорганизации банков//Деньги и кредит.- 2004.-N7.-С.50-51. <https://sochum.ru/s0130-30900000617-2-1-ru-594/>
9. Губарьков С.В., Егошин В.С. Технология создание новых банковских продуктов: актуальные проблемы и перспективы развития// Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2021. – № 5-2. – С. 175-180; <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-veschey-v-finansovoy-industrii-problemy-bezopasnosti>
10. Ноздрева Р.Б., Цыгичко Л.И. Маркетинг: как побеждать на рынке. - М.: Финансы и статистика, 2011. - 345с. <https://search.rsl.ru/ru/record/01001610211>

Сведения об авторах

***Туллубекова Ализа Мухамедовна** – Студент 2 курса образовательной программы Корпоративные финансы, Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан, e-mail alizatulebek@gmail.com

****Парманова Римма Султанкуловна**- кандидат экономических наук, ассоциированный профессор, Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан, e-mail: rimma200675@mail.ru

Авторлар туралы мәліметтер

***Туллубекова Ализа Мухамедовна** – Корпоративтік қаржы білім беру бағдарламасының 2 курс студенті, Каспий Қоғамдық Университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы, e-mail: alizatulebek@gmail.com

** **Парманова Римма Султанкуловна** – экономика ғылымдарының кандидаты, Каспий қоғамдық университетінің доценті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы, e-mail: rimma200675@mail.ru

Information about the authors

***Tulebekova Aliza**– Second grade student of educational program Corporate finance, Caspian Public University, e-mail: alizatulebek@gmail.com

**** Parmanova Rimma Sultankulovna** - Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan, e-mail: rimma200675@mail.ru

УДК 338.012

КЛАССИФИКАЦИЯ ПРОБЛЕМНЫХ КРЕДИТОВ: ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

Тургумбаева А.А. (научный руководитель к.э.н., асс. профессор Парманова Р.С.)
Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация. В статье рассмотрена классификация проблемных кредитов. Термин «проблемные кредиты» относится к тем кредитам, которые не обслуживаются в соответствии с условиями кредитного договора. Такие кредиты считаются рискованными для кредитора, так как могут привести к финансовым потерям. Отмечено, что в Казахстане классификация проблемных кредитов основана на степени риска, связанного с займом. Национальный банк разработал систему классификации кредитов на несколько категорий в зависимости от степени риска. Эта система классификации аналогична международному стандарту, разработанному Базельским комитетом по банковскому надзору.

Ключевые слова: кредит, Национальный банк, кредитный портфель, процентные ставки, проблемные кредиты, банк, риск, выплата, валюта.

ПРОБЛЕМАЛЫ ҚАРЫЗДАРДЫҢ ЖІКТЕМЕСІ: ІШКІ ЖӘНЕ ШЕТЕЛДІК ТӘЖІРИБЕ

Тургумбаева А.А.
Каспий Қоғамдық университеті, Almaty, Republic of Kazakhstan

Мақалада проблемалық несиелердің жіктелуі қарастырылады. «Проблемалық несиелер» термині несиелік келісім шарттарына сәйкес қызмет көрсетілмейтін несиелерді білдіреді. Мұндай несиелер несие беруші үшін тәуекелді болып саналады, өйткені олар қаржылық шығынға әкелуі мүмкін. Қазақстанда проблемалық несиелердің жіктелуі несиеге байланысты тәуекел дәрежесіне негізделетіні атап өтілген. Ұлттық банк несиелерді тәуекел дәрежесіне қарай бірнеше санатқа бөлу жүйесін әзірледі. Бұл жіктеу жүйесі Банктік қадағалау жөніндегі Базель комитеті әзірлеген халықаралық стандартқа ұқсас.

Түйін сөздер: несие, Ұлттық банк, несие портфелі, пайыздық мөлшерлемелер, проблемалық несиелер, банк, тәуекел, өтеу, валюта.

CLASSIFICATION OF PROBLEM LOANS: DOMESTIC AND FOREIGN EXPERIENCE

Turgumbayeva A.A.
Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

The article discusses the classification of problem loans. The term “problem loans” refers to those loans that are not serviced in accordance with the terms of the loan agreement. Such loans are

considered risky for the lender, as they can lead to financial losses. It is noted that in Kazakhstan the classification of problem loans is based on the degree of risk associated with the loan. The National Bank has developed a system for classifying loans into several categories depending on the degree of risk. This classification system is similar to the international standard developed by the Basel Committee on Banking Supervision.

Keywords: loan, National Bank, loan portfolio, interest rates, problem loans, bank, risk, repayment, currency.

Кредит - сложная экономическая категория. Согласно общепринятому определению, банковский кредит - это действие банка по предоставлению денежных средств заемщику, в размере и на условиях, предусмотренных кредитным договором, с обязательством заемщика возвратить полученную денежную сумму и уплатить проценты на нее.

В процессе своей деятельности банки сталкиваются с разнообразными рисками, которые отличаются по своему происхождению, сочетанию внешних и внутренних факторов, влияющих на их уровень, а значит, и по способу их анализа и описания. Кроме того, все виды рисков взаимосвязаны и оказывают непосредственное влияние на деятельность банков. Изменение одного вида риска вызывает изменения практически всех других видов. Всё это, несомненно, усложняет выбор метода анализа уровня конкретного риска и принятия решений по его оптимизации, что приводит к тщательному анализу многих других факторов, связанных с риском. Поэтому на современном этапе развития банковского сектора Республики Казахстан крайне важно выбрать конкретный метод анализа их уровня и подобрать эффективные и оптимальные факторы.

Понятие «кредитный риск» тесно связано с проблемой эффективного и рационального управления не только кредитом, но и всей банковской деятельностью. Поэтому вопросы оценки и управления кредитным риском банков второго уровня приобретают особую актуальность. По мнению отечественных учёных Н.Н. Хамитовой и Л.П. Корниловой, «кредитный риск должен учитываться в процессе предоставления кредитов, а не постфактум» [1, с. 82]. Также, по мнению А.Ю. Петрова и В.И. Петровой, «кредитные риски - это риски возникновения у кредитной организации убытков в результате неисполнения, несвоевременного или неполного исполнения должником финансовых обязательств перед кредитной организацией в соответствии с условиями договора» [2, с. 62]

Классификация кредитных рисков в Казахстане представлена на рисунке 1.

Как видно из представленной иллюстрации, эта классификация даёт наглядное представление о вероятности возникновения у банка финансовых потерь из-за невыполнения заёмщиком своих обязательств. На наш взгляд, несмотря на свою простоту, данная классификация отражает риск потерь для банков с учётом современных реалий Казахстана.

Рассмотрим виды рисков более подробно.

Риск заемщика связан в первую очередь с субъективными факторами, которые определяются репутацией и деятельностью клиентов, а также неэффективным управлением ресурсами заемщиков.

Основными источниками риска до начала расчетов являются проблемы, связанные с ипотечными кредитами. Из-за кризиса на рынке ипотечного кредитования и недобросовестной деятельности застройщиков большинство клиентов оказались не в состоянии выполнить свои обязательства по ипотечным кредитам.

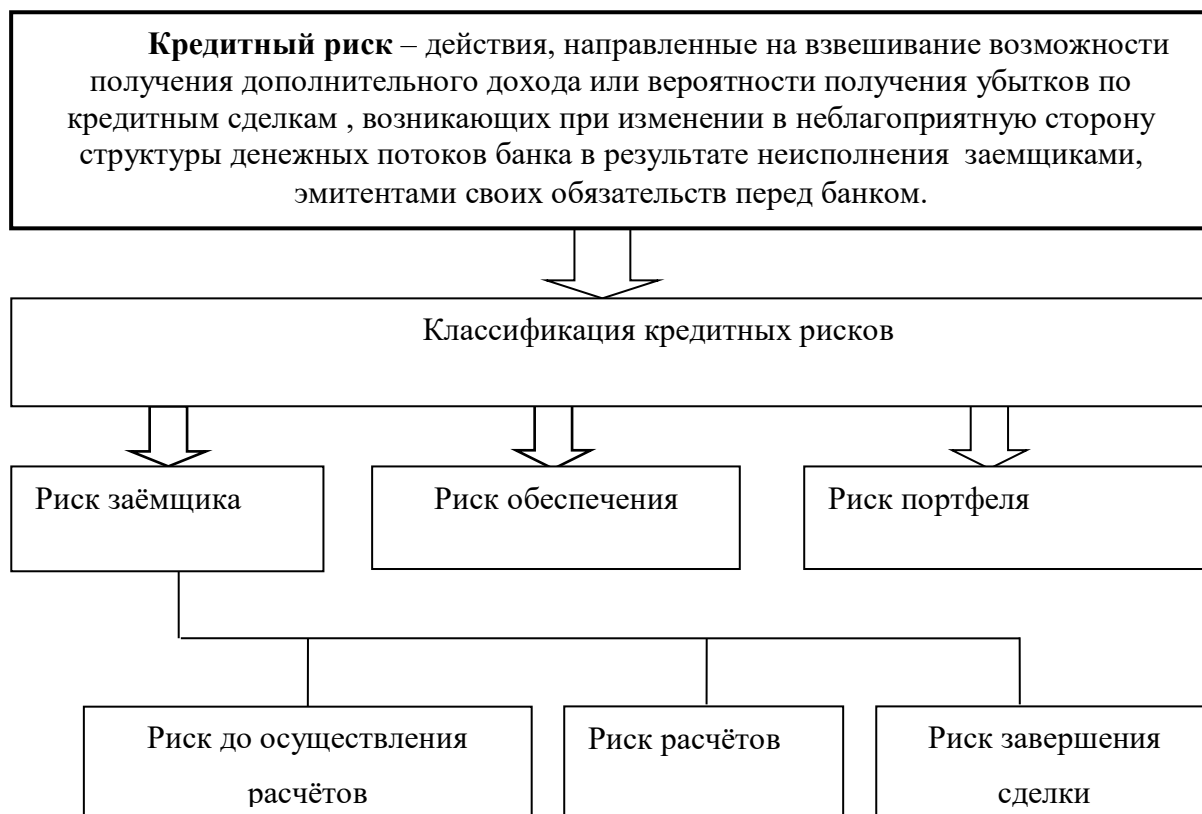


Рисунок 1 – Сущность и классификация кредитного риска

Примечание: рисунок составлен на основе источника [3, с. 106].

Риск расчетов напрямую связан с недостаточно эффективным управлением операциями заемщика, а также со сбоями в операционной системе банка.

Основным видом риска, связанным с несвоевременным погашением предоставленных кредитов, является риск завершения сделки. В данном случае в качестве факторов выступают не только деятельность организаций, но и факторы внешней среды, неблагоприятная конъюнктура, снижение цен на мировом уровне на товары отечественных предприятий, увеличение затрат в связи с ростом цен на сырье, материалы и т.д. Следует отметить, что значительное место в системе кредитных рисков занимает залоговый риск. Казахстанским банкам настоятельно рекомендовано Национальным банком Республики Казахстан включать формы залога в свою кредитную политику. За рубежом подчеркивается значимость залога в обеспечении возврата кредита, поскольку он служит основным источником компенсации банку потерь от рискованных ситуаций, независимо от финансовых показателей клиентов или их деловой репутации. Можно сказать, что наши банки пренебрегают этим источником. Необеспеченные кредиты, особенно на неотложные потребительские нужды, являются для них обычной практикой. Если рассматривать все риски с точки зрения их управляемости, то риск, связанный с потребительскими кредитами, вполне управляем, и банк способен минимизировать возможные потери от этих кредитов. В связи с этим мы считаем, что существует большой потенциал для повышения эффективности кредитной деятельности банков.

Кредит считался безнадежным при наличии одного из следующих оснований:

- Просрочка в погашении основного долга или процентов более чем на 90 дней;
- Объявление должником о своём банкротстве;
- Объявление о реорганизации на срок более 1 года;
- Обстоятельства непреодолимой силы, а также другие ситуации, которые нанесли материальный ущерб заемщику и не позволили ему продолжать свою деятельность [4, с.102].

В этой связи нельзя не согласиться с мнением С.Н. Кабушкина, который считает, что для избежания кредитного риска банки должны тщательно отбирать заемщиков, анализировать условия кредитования, постоянно контролировать финансовое состояние заемщиков, их способность и готовность погашать кредит [5, с. 152].

В ходе изучения основ проблемных кредитов мы выяснили, что определения терминов «просроченная задолженность», «предпроблемная задолженность» и «проблемная задолженность» достаточно противоречивы. На эту тему опубликовано большое количество работ, однако ни в одной из них не даётся чёткого определения [6]. В работах как отечественных, так и зарубежных ученых сформировалось несколько подходов к применению этих терминов, существуют различные точки зрения Национального банка Республики Казахстан и Международного валютного фонда, однако единой позиции так и не выработано.

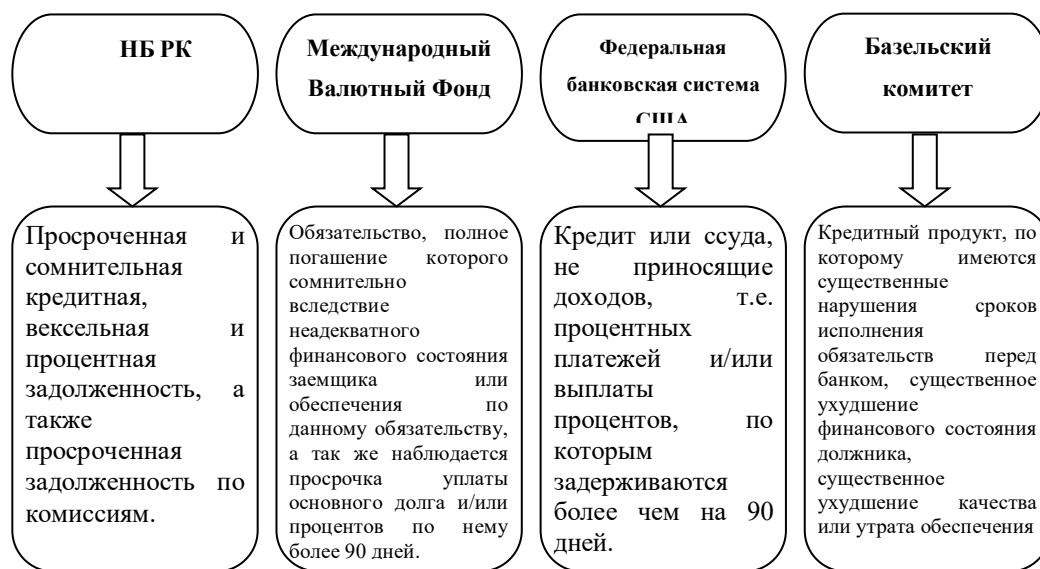


Рисунок 2 - Понятие проблемного кредита

Примечание: рисунок составлен автором

Для стандартизации и развития теоретических подходов к решению проблемы классификации проблемных кредитов мы предлагаем использовать комплексное определение проблемного кредита, принятого Национальным Банком Республики Казахстан, включающее в себя следующие виды задолженности:

- «Сомнительная задолженность» — это задолженность, по которой у банка есть сомнения в своевременном погашении основного долга и/или процентов.

- «Просроченная задолженность» относится к задолженности, по которой нарушены сроки погашения основного долга и/или процентов.

- «Предпроблемная задолженность» - это задолженность, по которой клиент нарушил условия кредитного договора, включая сроки погашения основного долга и/или процентов, условия по сохранению и размеру залога, условия по поддержанию финансового положения и другие.

- «Проблемная задолженность» - это задолженность, которой присвоен статус проблемной, что означает наличие существенных, более 60 дней, нарушений обязательств перед банком, значительное ухудшение финансового состояния должника, значительное ухудшение качества или утрату обеспечения [7].

Данные определения отражают основные характеристики проблемного кредита и основаны на определениях Национального банка Республики Казахстан, МВФ, ФРС США и Базельского комитета по банковскому надзору.

Как в теории, так и на практике существует множество подходов к классификации проблемных кредитов. Например, в экономической литературе предлагаются различные классификации.

Проблемные кредиты обычно классифицируются в зависимости от степени риска. В США, например, существует пять основных классификаций:

Проходные: Кредиты, которые работают хорошо и, скорее всего, будут работать и дальше

Особое упоминание: Кредиты, которые имеют некоторые незначительные проблемы, но всё ещё обслуживаются и не находятся в состоянии дефолта

Субстандартные: Кредиты, которые имеют значительные проблемы и вряд ли будут полностью погашены.

Сомнительные (Doubtful): Кредиты, которые находятся в состоянии серьёзного дефолта и имеют высокую вероятность того, что не будут погашены.

Убыточные: Кредиты, которые списываются банком как маловероятные к погашению вообще.

В Германии проблемные кредиты обычно делятся на три категории:

Кредиты из «сторожевого списка»: Это кредиты, которые определены как потенциально проблемные, но ещё не считаются неработающими.

Субстандартные кредиты: Это неработающие кредиты, которые вряд ли будут погашены полностью, но банк всё же надеется вернуть часть средств.

Сомнительные кредиты: Это неработающие кредиты, которые с большой вероятностью не будут погашены полностью, и банк вряд ли сможет вернуть хоть какие-то средства.

Проблемные кредиты в Германии регулируются Федеральным ведомством финансового надзора (BaFin) и Центральным банком Германии (Bundesbank).

Во Франции проблемные кредиты обычно делятся на две категории:

Субстандартные кредиты: Кредиты, по которым имеется просрочка от 90 дней до 6 месяцев, но определено решение по её восстановлению.

Сомнительные кредиты: Кредиты, просроченные более чем на 6 месяцев, по которым не определено решение по восстановлению.

Проблемные кредиты во Франции регулируются французским Управлением по финансовым рынкам (AMF) и французским Управлением по пруденциальному надзору и разрешению споров (ACPR).

В Китае проблемные кредиты обычно делятся на пять категорий в зависимости от их статуса дефолта и уровня риска:

Нормальные: Кредиты, которые работают хорошо и, как ожидается, будут работать и дальше.

Особое упоминание: Кредиты, по которым есть нарушения в платежах, однако нет существенного риска дефолта.

Субстандартные (Substandard): Кредиты, по которым возникли значительные проблемы с кредитованием. Считается, что они подвержены более высокому риску дефолта.

Сомнительные (Doubtful): Кредиты, по которым имеются серьёзные просрочки. Однако у банка всё ещё есть разумные шансы вернуть часть денег.

Убыточные: Кредиты, которые списываются банком и вряд ли будут возвращены.

Проблемные кредиты в Китае регулируются Комиссией по регулированию банковской деятельности Китая (CBRC) [8, с. 7].

В России проблемные кредиты обычно делятся на три категории:

Проблемные: Кредиты, которые обслуживаются, но заемщик испытывает трудности с выплатой долга.

Сомнительные: Кредиты, по которым просрочка составляет более 90 дней, и есть сомнения в способности заемщика погасить долг.

Убыточные: Кредиты, которые вряд ли будут погашены, и банк списал их в убыток.

Проблемные кредиты в России регулируются Центральным банком РФ.

В Казахстане проблемные кредиты классифицируются в зависимости от их платежного статуса. Классификация основана на том, есть ли вероятность того, что кредиты будут погашены, и как долго они были просрочены. Конкретные критерии для каждой категории могут отличаться в зависимости от банка или финансового учреждения.

Классифицированные активы и условные обязательства, связанные с микрозаймами, делятся на следующие категории в зависимости от размера сформированных резервов:

1) Сомнительные:

Сомнительная категория 1 - более 0,01 (ноль целых ноль десятых) процента и менее или равно 5 (пяти) процентов резервов от валовой балансовой стоимости актива или условного обязательства, связанного с предоставленным микрозаймом;

Сомнительная категория 2 - более 5,01 (пять целых ноль десятых) процентов и менее или равные 10 (десять) процентов резервов от валовой балансовой стоимости актива или условного обязательства, связанного с предоставленным микрозаймом;

Сомнительная категория 3 - более 10,01 (десяти целых ноль десятых) процентов и менее или равные 20 (двадцати) процентам резервов от валовой балансовой стоимости актива или условного обязательства, связанного с предоставленным микрозаймом;

Сомнительная категория 4 - более 20,01 (двадцать целых ноль десятых) процентов и менее или равные 25 (двадцать пять) процентов резервов от валовой балансовой стоимости актива или условного обязательства, связанного с предоставленным микрозаймом;

Сомнительная категория 5 - более 25,01 (двадцать пять целых ноль десятых) процентов и менее или равные 50 (пятьдесят) процентов резервов от валовой балансовой стоимости актива или условного обязательства, связанного с предоставленным микрозаймом.

1) Стоимость актива или условного обязательства, связанного с предоставленным микрозаймом;

2) Безнадёжная - более 50,01 (пятьдесят целых и одна сотая) процента провизий (резервов) от валовой балансовой стоимости актива или условного обязательства, связанного с предоставленным микрозаймом [9].

Согласно отчету Национального банка Казахстана, общий кредитный портфель, включающий кредиты клиентам, финансирование, предоставленное другим банкам, и операции обратного репо, за 11 месяцев 2022 года увеличился на 16,2%, или на 3 271,3 млрд. тенге, достигнув 23 471,7 млрд. тенге. У АО «Народный Банк Казахстана» прирост кредитования составил 1 645,2 млрд тенге, у банков АО «Отбасы Банк» и АО «Банк ЦентрКредит» - 833,2 млрд тенге и 820,3 млрд тенге соответственно. Однако в банках «Береке» и ВТБ наблюдалось явное снижение кредитных портфелей: с начала года они сократились на 1380,2 млрд. тенге и 111,5 млрд. тенге соответственно (рис. 3).

Процент кредитов, просроченных на 90 и более дней (NPL 90+), в целом по сектору по-прежнему находится в допустимых пределах, увеличившись с начала года с 3,31% до 3,62%. В настоящее время самые высокие показатели NPL 90+ наблюдаются у АО «First Heartland Jusan Bank», АО «Bereke Bank» и АО «Банк ВТБ» - 11,87%, 8,59% и 9,23% соответственно.

Работа внутренних служб банков Казахстана по возврату проблемной задолженности основана на своевременном выявлении проблемной задолженности. Системы раннего выявления проблемных кредитов очень сложно разработать и человеческий фактор является одной из самых серьезных помех. Сотрудники, ответственные за данный кредит, могут не докладывать о тревожных сигналах, боясь подвергнуться критике за то, что они ввергли банк в сложную ситуацию. Более того, опыт показывает, что очень часто проблемные кредиты, даже после того, как они были выявлены, оказываются в действительности намного хуже, чем думали сотрудники кредитного отдела. Но ситуация может быть еще хуже, если руководство банка, зная о проблемах своего кредитного портфеля, скрывает их и одновременно старается компенсировать убытки по ним выдачей рискованных кредитов и спекуляциями.

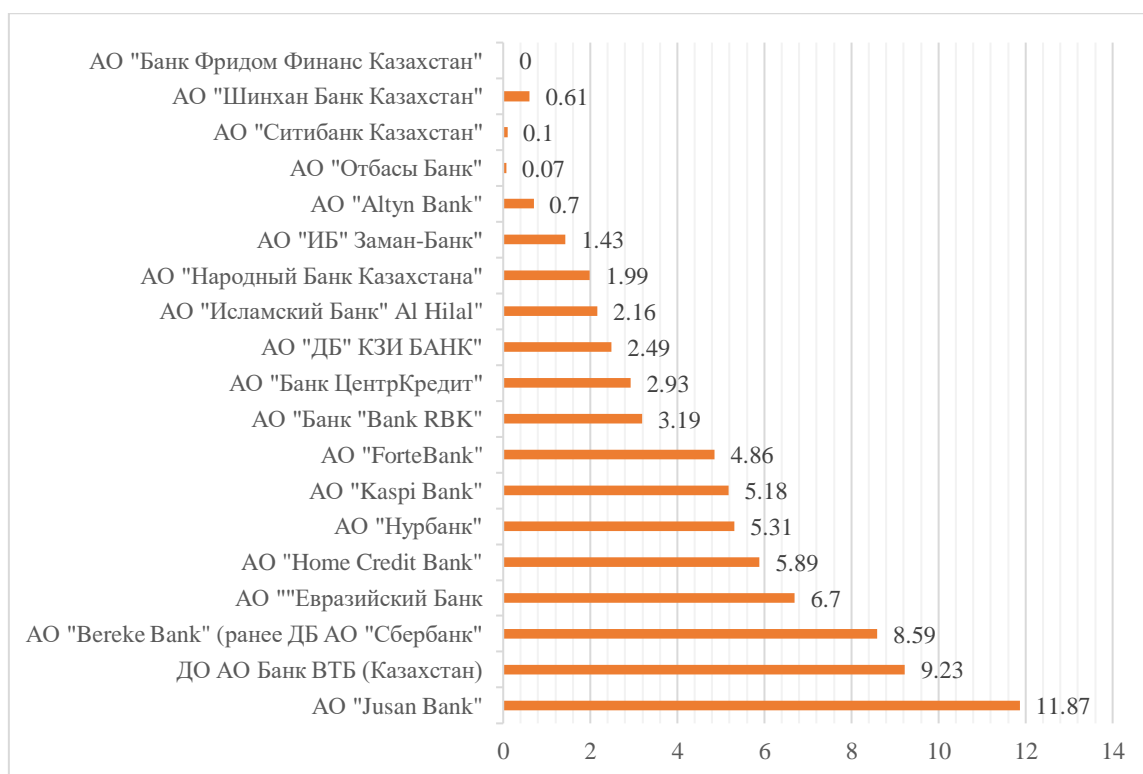


Рисунок 3 – NPL 90 + банков второго уровня, %

Примечание: рисунок составлен на основе источника [10].

Таким образом проблемные кредиты являются результатом денежного кризиса клиента, хотя в некоторых странах с очень слабой финансовой дисциплиной существует класс заемщиков, именуемых злостными неплательщиками, которые могут, но не желают погасить кредит. Кризис с денежными средствами может наступить внезапно, но развивается он постепенно. И по мере его развития начинают появляться еще слабые, но все же признаки (внешние и внутренние) его наступления. Сотрудники кредитного отдела банка являются его первой линией обороны против возможных убытков; они должны быть в состоянии распознать и проанализировать первые признаки наступающего кризиса.

Таким образом, опыт международных и отечественных коммерческих кредитных организаций позволяет сделать вывод что правильная классификация проблемных кредитов может помочь в управлении кредитным портфелем.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Хамитов Н.Н. Корнилова Л.П. Управление банковскими рисками: Учебное пособие. – Алматы: Университет «Улагат», 2012. –119 с.
2. Петров А.Ю., Петрова В.И. Комплексный анализ деятельности банка. - М.: Финансы и статистика, 2021. - 560 с.
3. Миржакыпова С.Т., Нургалиева А.М. Концепция управление кредитным риском в банках второго уровня //Сборник материалов научно-практической конференции «Стратегические парадигмы развития экономики Казахстана». - 2013. - С. 101-106.
4. Султанова А., Утегузина А. Организация управления кредитными рисками в банках второго уровня // Вестник КазНУ. – 2011. – № 1. – С. 102-106.
5. Кабушкин С.Н. Управление банковским кредитным риском. - Минск: Новое знание, 2021. – 336 с.
6. Грушенков Р.В. Банковские риски. Неизвестная категория заемщиков. Электронное

научное издание // Труды МГТА: электронный журнал» // [http: www.e-magazine.meli.ru/Vipusk_19/265_v19_Grushenkov.docx](http://www.e-magazine.meli.ru/Vipusk_19/265_v19_Grushenkov.docx).

7. Исакова З.Д. Качественное управление риском как основной критерий успехов казахстанских банков в перспективе // Макроэкономические аспекты развития финансово-кредитной системы РК: тенденции и перспективы. Материалы международного научного семинара. – Астана: КазЭУиМТ, 2011, январь.- С. 63-67.

8. Оголихина С.Д. По вопросу финансовой устойчивости банковской системы в настоящее время стадия развития // Современные научные исследования и инновации. 2022. № 2. С. 307.

9. Постановление Правления Национального Банка Республики Казахстан от 27 марта 2018 года № 62. Зарегистрировано в Министерстве юстиции Республики Казахстан 3 мая 2018 года № 16858 // Об утверждении Правил осуществления классификации активов и условных обязательств по предоставленным микрокредитам, отнесения активов по предоставленным микрокредитам к сомнительным и безнадежным, а также создания провизий (резервов) против них

10. Агентство Республики Казахстан по регулированию и развитию финансового рынка // <https://www.gov.kz/memleket/entities/ardfm/activities/789?lang=ru>

ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ НЕСИЕЛЕУДІҢ САЛАЛЫҚ ЦИКЛДАРЫ

Турсунтай А. Ә.

Каспий Қоғамдық Университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

Аңдатпа: Бұл мақала Қазақстандағы несиелеудің салалық циклдерін талдауға арналған. Қаржы секторы контекстінде әр түрлі аспектілер, соның ішінде елдегі несиелік процестерді қалыптастыратын ерекшеліктер мен тенденциялар қарастырылады. Зерттеу салалық циклдардың негізгі сипаттамаларына шолу жасайды, олардың несиелік қызметке әсерін көрсетеді. Экономикалық ортадағы өзгерістерге және олардың әртүрлі салалардағы несиелеу құрылымына әсеріне ерекше назар аударылады. Мақала сонымен қатар қаржы жүйесінің тұрақтылығына ықпал ететін факторларды анықтай отырып, салалық несиелеу циклдерін қалыптастырудағы реттеу мен қадағалаудың ролін талдайды. Нәтижесінде, зерттеу Қазақстандағы кредиттеудің салалық циклдерінің ағымдағы жай-күйі мен перспективаларына кешенді көзқарас береді.

Түйін сөздер: Салалық циклдар, кредиттеу, Қазақстан, қаржы секторы, талдау, экономикалық орта, реттеу, қадағалау, орнықтылық, түйінді факторлар, перспективалар.

ОТРАСЛЕВЫЕ ЦИКЛЫ КРЕДИТОВАНИЯ В КАЗАХСТАНЕ

Турсунтай А. А.

Каспийский общественный университет, г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация: Данная статья посвящена анализу отраслевых циклов кредитования в Казахстане. В контексте финансового сектора рассматриваются различные аспекты, включая особенности и тенденции, которые формируют кредитные процессы в стране. В исследовании дается обзор основных характеристик отраслевых циклов, демонстрирующих их влияние на кредитную деятельность. Особое внимание уделяется изменениям в экономической среде и их влиянию на структуру кредитования в различных отраслях. В статье также анализируется роль регулирования и надзора в формировании отраслевых циклов кредитования с выявлением факторов, способствующих устойчивости финансовой системы. В результате исследование дает комплексный взгляд на текущее состояние и перспективы отраслевых циклов кредитования в Казахстане.

Ключевые слова: Отраслевые циклы, кредитование, Казахстан, финансовый сектор, анализ, экономическая среда, регулирование, надзор, устойчивость, ключевые факторы, перспективы.

INDUSTRY LENDING CYCLES IN KAZAKHSTAN

Tursuntai A. A.

Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

Abstract: This article is devoted to the analysis of industry lending cycles in Kazakhstan. In the context of the financial sector, various aspects are considered, including the features and trends that shape the credit processes in the country. The study provides an overview of the main characteristics of industry cycles, demonstrating their impact on credit activity. Particular attention is paid to changes in the economic environment and their impact on the structure of lending in various industries. The article also analyzes the role of regulation and supervision in the formation of industry lending cycles with the

identification of factors contributing to the stability of the financial system. As a result, the study provides a comprehensive look at the current state and prospects of industry lending cycles in Kazakhstan.

Keywords: Industry cycles, lending, Kazakhstan, financial sector, analysis, economic environment, regulation, supervision, sustainability, key factors, prospects.

Салалық несиелеу циклдары әртүрлі салаларға әсер ететін экономикадағы өзгерістермен байланысты. Мысалы, экономикалық өрлеу кезеңінде белсенді құрылысқа байланысты несиелену сұранысының өсуі құрылыс индустриясында жоғары болуы мүмкін. Экономиканың құлдырау кезеңінде жылжымайтын мүлікке байланысты салалар нарықтағы белсенділіктің төмендеуіне байланысты несиелену қажеттілігінің төмендеуін сезінуі мүмкін.

Қазақстанның қазіргі серпінді экономикалық ортасында кредиттеудің салалық циклдары қаржы жүйесін қалыптастыру мен дамытуда шешуші рөл атқарады. Қаржы нарықтарының өсіп келе жатқан күрделілігі мен макроэкономикалық факторлардың әсері қаржы ресурстарын тиімді басқару және экономиканың тұрақтылығын ілгерілету үшін салалық циклдарды терең талдау қажеттілігін көрсетеді. Қазіргі уақытта, ел экономикасы әртүрлі қиындықтарға тап болған кезде, салалық несиелеу циклдерінің динамикасын анықтайтын механизмдер мен заңдылықтарды түсіну маңызды. Қаржы жүйесінің тұрақтылығы мен тиімділігі экономикалық ортадағы өзгерістерді болжау және бейімделу қабілетімен тікелей байланысты. Бұл Қазақстандағы кредиттеудің салалық циклдарын зерттеуді қаржы институттары, реттеушілер және бизнес-қоғамдастық үшін өзекті және стратегиялық маңызды етеді. Осы зерттеудің мақсаты негізгі трендтерді, ықпал ету факторларын және даму перспективаларын анықтау мақсатында Қазақстанда кредиттеудің салалық циклдеріне жан-жақты талдау жүргізу болып табылады.

Қазақстан экономикасының түрлі салаларындағы кредиттеу үрдістеріне арналған бөлімде негізгі секторлардағы қарыз операцияларының динамикасы мен ерекшеліктеріне терең талдау жүргіземіз. Қаржы институттары шағын және орта бизнеске белсенді түрде қарыз қаражатын беретін банк секторында несиелендірудің тұрақты өсуі байқалады. Бұл қаржы секторының бәсекеге қабілеттілігін арттыруға ықпал етеді және кәсіпкерлік белсенділікті ынталандырады. Ауыл шаруашылығы экономиканың маңызды құрамдас бөлігі ретінде несиелік тенденциялардың әсерін де сезінеді. Ауыл шаруашылығы технологияларын жетілдіруге, өнімділікті арттыруға және азық-түлік қауіпсіздігінің тұрақтылығын қамтамасыз етуге бағытталған аграрлық секторда кредиттеудің өсуі байқалады.

Қазақстанда несиелеудің салалық циклдары қаржылық тұрақтылық пен кәсіпкерліктің белсенділігіне әсер ете отырып, экономикалық дамуда маңызды рөл атқарады. Бұл циклдар экономиканың әртүрлі секторларындағы несиелік операциялардың динамикасын анықтайды, белсенділік пен тәуекелдердің өзіндік толқындарын тудырады.

Қазақстандағы кредиттеудің салалық циклдары баға серпінін, саяси тұрақтылықты және әлемдік трендтерді қоса алғанда, көптеген факторлардың күрделі өзара іс-қимылын білдіреді. Бұл циклдарды түсіну тәуекелдерді тиімді басқарудың және елдегі тұрақты қаржылық саясатты құрудың негізгі элементі болып табылады. Несиелеудің салалық циклдерін түсіну банктер, кәсіпорындар және мемлекеттік институттар үшін маңызды, өйткені бұл қаржылық тәуекелдерді тиімді басқаруға және Қазақстан экономикасының тұрақты дамуын қолдауға көмектеседі.

Қазақстандағы кредиттеудің салалық циклдары ұлттық экономиканың серпінімен тығыз байланысты. Шикізат бағасының өсуі немесе инвестициялық жобалар сияқты экономикалық өрлеу кезеңдерінде банктер, әсіресе мұнай-газ өнеркәсібі және тау-кен өндірісі сияқты шикізат секторының салаларында несиелерді белсенді түрде қамтамасыз етеді. Алайда, шикізат бағасының төмендеуі немесе әлемдік қаржы дағдарыстары сияқты экономикалық құлдырау басталған кезде Қазақстанда кредиттеудің салалық циклдары баяулауы мүмкін. Банктер несиелену

беру талаптарын қатаңдату арқылы сақ болады, Бұл бизнес үшін қаржыландырудың қол жетімділігіне әсер етуі мүмкін.

Сонымен қатар, салалық циклдардың әсері жылжымайтын мүлік пен құрылыста сезіледі. Белсенді құрылыс кезеңінде ипотекаға сұраныс артады, бірақ экономикалық құлдырау жағдайында бұл сұраныс төмендеуі мүмкін, бұл құрылыс белсенділігінің төмендеуіне әкеледі.

Үкімет саясаты, экономиканы тұрақтандыру және салаларды әртараптандыру шаралары осы циклдарға әсер етуі мүмкін. Қаржы жүйесінің тұрақтылығын қолдау және Қазақстанның түрлі салаларында экономикалық өсуді ынталандыру үшін кредиттеуді теңгерімді басқару маңызды.

Қазақстандағы кредиттеудің салалық циклдары экономикалық конъюнктура, кредиттер бойынша ставкалар, реттеу саласындағы өзгерістер сияқты түрлі факторлардың ықпалына ұшырайды. Мысалы, экономикалық өсу кезеңінде инфрақұрылым мен құрылысқа байланысты секторларда несиеге сұраныс артуы мүмкін. Дағдарыс кезеңдерінде, керісінше, банктер экономиканың әртүрлі секторларының салалық циклдеріне әсер ететін несие беруде ұстамды бола алады.

Қазақстандағы кредиттеудің салалық циклдары: талдау және үрдістер

Қазақстанның қазіргі экономикасында кредиттеудің салалық циклдары әртүрлі факторлардың ықпалына ұшырай отырып, шешуші рөл атқарады. Бұл талдау елдегі салалық несиелеу циклдерінің негізгі аспектілері мен тенденцияларын қарастырады.



1. Экономикалық жағдай және несиелеу циклділігі

Салалық циклдар экономикалық жағдаймен тығыз байланысты. Экономикалық өсу кезеңінде фирмалар бизнесті кеңейту үшін несиелерді белсенді түрде тартады. Құлдырау жағдайында несиеге деген сұраныс тәуекелдер мен белгісіздіктерге байланысты төмендейді.

2. Несие ставкалары және қаржылық реттеу

Орталық банк белгілеген кредиттер бойынша мөлшерлемелердегі өзгерістер салалық циклдарға айтарлықтай әсер етеді. Жоғары мөлшерлемелер несиелеуді тежеуі мүмкін, ал олардың төмендеуі әртүрлі секторлардағы белсенділікті ынталандыруы мүмкін.

3. Секторлық ерекшеліктері

Салалық циклдар экономика секторына байланысты өзгереді. Мысалы, инфрақұрылымдық даму кезеңінде құрылыс секторы несиеге сұраныстың артуына ұшырауы мүмкін.

4. Банк саясаты және тәуекелдерді басқару

Банктердің несие беру стратегиялары салалық циклдерге де әсер етеді. Банктік тәуекелдерді басқару және несиелеу тәсілі әртүрлі секторларды қаржыландыру динамикасын қалыптастырады.

5. Жаһандық экономикалық факторлар

Әлемдік экономикалық оқиғалар мен әлемдік нарық жағдайындағы өзгерістер, әсіресе ашық экономика жағдайында, кредиттеудің Қазақстандық салалық циклдеріне де әсер етуі мүмкін.

Қазақстандағы кредиттеудің салалық циклдерін талдау экономикалық даму динамикасын жақсы түсінуге мүмкіндік береді. Экономикалық жағдай, несие мөлшерлемелері және банк саясаты сияқты әртүрлі факторларды есепке алу қаржылық тәуекелдерді тиімді басқару және ел экономикасының әртүрлі секторларында тұрақты өсуді қолдау үшін қажет. [1]

Қазақстандағы банктердің несиелік портфелінің құрылымы

ҚР Ұлттық Банкінің деректері бойынша 2022 жылы жаңа кредиттеудің жиынтық өсімі бөлшек кредиттеудің өсуінің арқасында шамамен 10-12% - құрайды деп күтеміз. 2022 жылдың бірінші жартыжылдығында жеке тұлғаларға берілетін кредиттер көлемі орта есеппен 11,5% — ға (тұтынушылық кредиттер — 7,6% - ға, ипотекалық кредиттер-17,1% - ға) ұлғайды. Біз бөлшек несиелеуге деген сұраныс іс жүзінде қанағаттандырылды деп санаймыз және оның өсу қарқыны 2022 жылдың соңына қарай баяулайды деп күтеміз. Сонымен қатар, инфляцияны ескере отырып, бұл өсу агрессивті болып көрінбейді, оның қарқыны бөлшек несиелеудің өсу қарқынымен салыстырылады.

Қазақстандық банктер негізінен дәстүрлі коммерциялық банк өнімдері мен қызметтерін ұсынады. Әдетте, олардың қызметі жоғары тәуекелдерді қамтымайды-олар жоғары тәуекелді өнімдерді ұсынбайды және коммерциялық қызмет көрсетудің өте агрессивті тәжірибесін қолданбайды. Банктік қызметтер нарығындағы ең маңызды ойыншылардың бизнесті дамыту стратегиялары несиелік қабілеттілікті сақтау мен кірістілікті арттыру арасында айтарлықтай теңдестірілген. Бәсекелестік орта капитал құнын жабуды және акционерлерге сыйақы төлеуді жеңілдетпейді немесе аз дәрежеде қамтамасыз етеді. Қазақстандық банктер 2021 жылы ROE тұрақты көрсеткіштерін 20% - дан астам деңгейде көрсетті және біз олар 2018-2022 жылдары орта есеппен 24% - құрайды деп күтеміз. [2]

2-диаграмма



Бірнеше негізгі салаларды қарастырыңыз:

– Мұнай-Газ өнеркәсібі: Мұнай және газ сияқты энергия көздеріне бағаның өсу кезеңінде мұнай-газ саласына инвестициялар жандануда. Банктер кен орындарын игеру және

жабдықтарды жаңарту үшін несиелер беріледі. Алайда, энергия ресурстарының бағасы төмендеген жағдайда, осы саладағы компаниялар несиелерге қызмет көрсетуде қиындықтарға тап болуы мүмкін.

– Қаржы секторы: Банк секторының өзі салалық циклдардың объектісі болып табылады. Экономикалық өрлеу кезеңінде банктер экономиканың кеңейіп отыратын секторларға отырып, несиелерді белсенді түрде береді. Қаржылық қиындықтар немесе дағдарыс жағдайында банктердің белсенділігі төмендеуі мүмкін, бұл несиеленудің қол жетімділігіне әсер етеді.

– Ауыл шаруашылығы және агроөнеркәсіптік кешен: Ауыл шаруашылығындағы салалық циклдар климаттық жағдайларға және ауылшаруашылық өнімдерінің әлемдік бағасына байланысты. Банктер ауыл шаруашылығы тауарларына сұраныстың артуы кезеңінде кредиттер беруді жандандырады.

– Инфрақұрылымдық жобалар: Жолдар, көпірлер және энергетикалық құрылыстар сияқты ірі инфрақұрылымдық нысандардың құрылысы көбінесе несиеленумен қамтамасыз етіледі. Бұл саладағы салалық циклдар мемлекеттік инвестициялық бағдарламаларға және жалпы экономикалық белсенділікке байланысты.

Халықаралық контексте жеке сектордың төмен борыштық әлеуеті және борыштық жүктеме деңгейі

Қазақстандағы заңды және жеке тұлғалардың берешек деңгейі халықаралық контексте салыстырмалы түрде төмен болып табылады. Сонымен қатар, әл — ауқат деңгейі төмен болып қалады, ал табыс деңгейіндегі айырмашылық айтарлықтай. Корпоративтік несиелендірудің өсу қарқыны күрделі операциялық жағдайлар аясында бір мәнді түрде көрсетілуі мүмкін. "Үй қарызы / ЖІӨ" (нетто) қатынасы аздап өсті және 2021 жылдың соңына қарай шамамен 12% құрады, бұл негізінен пандемия жағдайында кейінге қалдырылған сұранысқа байланысты ипотекалық және қамтамасыз етілмеген бөлшек несиелер көлемінің ұлғаюына байланысты. Біз бөлшек несиеленудің өсу қарқыны 2022 жылы номиналды түрде шамамен 20-25% құрайды деп күтеміз, негізінен мемлекет субсидиялайтын ипотека беру арқылы. Үкімет ипотекалық несиелендіруді субсидиялау бағдарламасына 1 трлн теңге бөлді, ол 2022 жылы аяқталады деп күтілуде. Реттеуші несиеленудің тез дамып келе жатқан бөлшек сегментін қадағалауға ниет білдірді және бұл реттеуші органның қатаюына және тұрғын үй нарығындағы сатылымның біртіндеп төмендеуіне әкеледі деп күтеміз (3-диаграмманы қараңыз).

3-диаграмма



Біз бөлшек Кредиттеу шарықтау шегіне жетеді деп күтеміз, бұл Қазақстандағы бөлшек Кредиттеу цикліне тежегіш әсер етеді. Қазақстандық банктердің бөлшек портфельдеріндегі активтердің сапасына ипотекалық кредиттердің неғұрлым жоғары үлесі едәуір дәрежеде қолдау көрсетіледі (бұл сегментте проблемалық кредиттердің үлесі шамамен 1,3% - құрайды). Ипотекалық несиелердің үлесі біртіндеп өсті және қазіргі уақытта бөлшек несиелер портфелінің шамамен 33% құрайды (2019 жылы 27%). Қазақстанда ипотекалық нарық дамып келеді. Ипотекалық несиелердің қолжетімділігін арттыру болашақта ипотекалық несиелендірудің өсуі және банк портфельдеріндегі ипотекалық несиелер үлесінің айтарлықтай артуы үшін өте маңызды деп санаймыз. Алдағы бірнеше жылда ипотекалық несиелеу бөлшек несиелеу нарығының ең тұрақты сегменті болып қала береді және резервтер мен маржа шығындарының балансы тұрғысынан банктер үшін тартымды болады деп сенеміз. [3]

Қазіргі жағдайы және даму перспективалары

Қазақстанның қаржы жүйесі өз дамуының қиылысында, маңызды сын-тегеуріндерді белгілеп, сонымен бірге жаңа мүмкіндіктер береді. Қаржы жүйесінің ағымдағы жай-күйін талдау оның күшті жақтарын неғұрлым толық түсінуге, сондай-ақ қосымша күш пен шешімдерді қажет ететін салаларды анықтауға мүмкіндік береді. Сонымен қатар, даму перспективаларын қарастыру технологиялық инновациялар, әлемдік экономикадағы өзгерістер және нарықтың серпінді талаптары Стратегиялық жоспарлау мен қаржы жүйесін жетілдіруге негіз болатын Болашаққа көзқарасты білдіреді. Бүгінгі таңда Қазақстанның қаржы жүйесі бірқатар оң сипаттамаларды көрсетеді. Тиімді реттеу мен қадағалау банктер мен басқа қаржы институттарының қызметіне бақылауды қамтамасыз етеді, бұл жүйенің жалпы тұрақтылығына ықпал етеді. Капитал нарығын дамыту да маңызды жетістік болып табылады. Эмиссиялық қызмет, бағалы қағаздармен сауда және капитал нарығының басқа аспектілері компаниялардың өсуі мен дамуына ықпал ететін қосымша қаржыландыру көздерін жасайды. Цифрлық төлемдер және онлайн-банкінг сияқты қаржылық технологияларға инновацияларды енгізу халық үшін қаржылық қызметтердің қолжетімділігін жақсартады. Алайда, Қазақстанның қаржы жүйесі алдында тұрған сын-қатерлер де бар. Мысалы, шикізат бағасының ауытқуымен байланысты макроэкономикалық тұрақсыздық банк секторына қысым көрсетіп, қарыз алушылардың несиелік қабілетіне әсер етуі мүмкін. Сонымен қатар, COVID-19 пандемиясы сияқты жаһандық экономикалық өзгерістер сыртқы қауіптерге дейін қаржы жүйесінің резиленттілігін нығайту қажеттілігін атап өтті. [4]

Даму перспективаларына көшсек, Қазақстанның қаржы жүйесінің болашағын айқындай алатын бірқатар бағыттар көрінеді.



1-сурет

1. Технологиялық инновациялар және цифрландыру

Негізгі трендтердің бірі технологиялық инновацияларды белсенді енгізу және қаржы секторын цифрландыру болып табылады. FinTech компанияларын дамыту, блокчейн технологияларын пайдалану, киберқауіпсіздікті жақсарту және жасанды интеллектті енгізу қаржылық қызметтерді тиімдірек, ыңғайлы және қолжетімді етеді.

2. Капитал нарығын дамыту

Капитал нарығын одан әрі дамыту компаниялар үшін қосымша қаржыландыру көздерін қамтамасыз етудің негізгі факторы болады. Корпоративтік облигациялар мен венчурлық қорлар сияқты құралдарды енгізу қаржы құралдарының алуан түрлілігіне ықпал етеді және капитал нарығының экономикадағы рөлін күшейтеді.

3. Тұрақтылық және жауапкершілік

Тұрақтылық пен әлеуметтік жауапкершілік мәселелеріне көбірек көңіл бөле отырып, қаржы жүйесі орнықты даму қағидаттарымен тығыз өзара іс-қимыл жасайтын болады. Экологиялық тұрақты және әлеуметтік жауапты қаржылық тәжірибелерді біріктіру банктер мен қаржы институттарының стратегияларының ажырамас бөлігі болады.

4. Жаһандық интеграция және халықаралық ынтымақтастық

Экономиканың жаһандануын ескере отырып, халықаралық ынтымақтастық пен әлемдік қаржы нарықтарымен интеграцияны дамыту маңызды элементтерге айналууда. Бұл шетелдік инвестицияларды тартуға, сондай-ақ халықаралық қаржылық қызметтерге қолжетімділікті кеңейтуге жаңа мүмкіндіктер ашады.

5. Қаржылық сауаттылық және білім

Қаржы саласындағы қаржылық сауаттылық пен білім беруді дамыту халықтың қаржы ресурстарын тиімді пайдалануына ықпал ететін негізгі аспект болады. Қаржылық сауаттылықты арттыру бағдарламалары, білім беру жобаларын енгізу және қаржы туралы ақпараттың қолжетімділігі жауапты қаржылық мінез-құлықты қалыптастыруға көмектеседі. [5].

Қорытындылай келе, Қазақстандағы несиелеудің салалық циклдары туралы мақала осы елдің қаржы жүйесі ішкі және сыртқы факторлардың әсерінен эволюцияның тұрақты процесінде екендігі айқын болады. Жүргізілген талдау осы қарқынды дамып келе жатқан несиелеу жүйесінің күшті жақтарын да, қиындықтарын да ашады. Табыстың негізгі факторларының бірі-қаржы жүйесінің өзгермелі нарық жағдайларына бейімделу және инновациялар енгізу мүмкіндігі. Технологиялардың, цифрландырудың және жаһандық үрдістердің өсіп келе жатқан ықпалын ескере отырып, Қазақстанның қаржы институттары

өздерінің технологиялық базасын жақсарту және заманауи цифрлық қызметтерді ұсыну қажеттілігіне тап болады. Алайда, сонымен бірге, қиындықтар қалады. Мысалы, шикізат бағасының ауытқуымен байланысты экономикалық тұрақсыздық банк жүйесі үшін ықтимал тәуекел көзі болып қала береді. COVID-19 пандемиясы қаржы жүйесінің күтпеген сыртқы әсерлерге төзімділігінің маңыздылығын атап өтіп, жаңа қиындықтар туғызды. Перспективалар тұрғысынан Қазақстанның қаржы жүйесін одан әрі дамыту оның тұрақтылық пен жауапкершілік сияқты инновациялар мен заманауи тәсілдерді ықпалдастыру қабілетімен тығыз байланысты болатыны анық. Капитал нарығын дамыту, стартаптар мен шағын бизнесті қолдау, сондай-ақ халықаралық қаржы нарықтарымен интеграциялау қаржы жүйесін әртараптандыруға және нығайтуға жаңа мүмкіндіктер ашады. Табыстың маңызды құрамдас бөлігі халық арасында қаржылық сауаттылықты арттыру болып табылады. Адамдар қаржылық өнімдер мен қызметтер туралы неғұрлым көп білсе, соғұрлым олар өз қаржысын тиімді басқара алады, бұл сайып келгенде қаржы жүйесінің тұрақтылығына ықпал етеді. Сонымен қатар, жүйелі реттеу және макроэкономикалық тұрақтылықты нығайту жөніндегі шаралар қаржы жүйесінің тұрақтылығын қамтамасыз ету үшін басымдықтар болып қала береді. Мемлекеттік реттеушілер нормативтік актілерді әзірлеуді және жетілдіруді жалғастыруы, халықаралық стандарттарға сәйкес келуі және экономикалық ортадағы өзгерістерге тиімді жауап беруі тиіс. Қазақстанның қаржы жүйесі маңызды сын – қатерлер мен перспективалардың алдында тұр және оның ұзақ мерзімді дамуы барлық қатысушылардың – банктер мен қаржы институттарынан бастап мемлекеттік реттеушілер мен Халыққа дейін-өзгермелі қаржылық ландшафтқа үйлесімді өзара іс-қимыл жасау және бейімделу қабілетіне байланысты болады. Өткеннің тәжірибесі мен оқу сәттеріне сүйене отырып, Қазақстандық қаржы жүйесі қаржы әлемінде қолжетімділікті, қауіпсіздікті және инновацияларды қамтамасыз ете отырып, орнықты болашақ құра алады.

ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ:

1. Аллен, ф. және Гейл, Д. (2000). Қаржы жүйелерін салыстыру. Мит баспасөзі.
2. Бек, Т., Демиргуч-Кунт, А., және Левин, Р. (2000). Қаржылық даму және құрылым туралы жаңа мәліметтер базасы. Дүниежүзілік банктің Экономикалық шолуы, 14 (3), 597-605.
3. Қазақстан Ұлттық Банкі. (2022). Жылдық есеп ішінен алынды.
4. Дүниежүзілік банк. (2021). Қазақстан елінің экономикалық меморандумы: жаңа нормаға көшу.
5. Халықаралық валюта қоры. (2022). Қазақстан: қаржы жүйесінің тұрақтылығын бағалау. [Сілтемені кірістіру] ішінен алынды.
6. Аллен, ф. және Карлетти, Э. (2008). Қаржылық дағдарыстардағы өтімділіктің рөлі. NBER жұмыс құжаты № 14564.
7. Қазақстан Республикасының Орталық Банкі. (2022). Қаржылық тұрақтылық туралы есеп. [Сілтемені кірістіру] ішінен алынды.
8. Демиргуч-Кунт, А., & Клаппер, Л. (2012). Қаржылық қызметтердің қолжетімділігін өлшеу: елдер арасындағы және олардың ішіндегі қаржылық қызметтерді пайдаланудағы айырмашылықтарды түсіндіру. Брукингстің экономикалық белсенділік туралы құжаттары, 2012 (1), 279-320.

Авторлар туралы мәліметтер

*Турсунтай Арайлым Әділқызы -Қаржыгер, бакалавр, Каспий Қоғамдық университеті, e-mail: adilkyzarailym@gmail.com

Сведения об авторах

*Турсунтай Арайлым Әділқызы-Финансист, бакалавр. Каспийский общественный университет, г. Алматы, Республика Казахстан, e-mail: adilkyzarailym@gmail.com

Information about the authors

*Tursuntai Arailym Adilkyzy- Financier, Bachelor, Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan, e-mail: adilkyzarailym@gmail.com

САҚТАНДЫРУ САЛАСЫН РЕТТЕУДЕГІ МЕМЛЕКЕТТІҢ РӨЛІ

Тұрсын Марал Қудайбергенқызы, бакалавр

Ғылыми жетекшісі: Өмір Айнұр Жұмаханқызы - э.ғ.м., сеньор-лектор, Каспий Қоғамдық Университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

Аңдатпа

Сақтандыру – қаржылық шығындарды азайту немесе келтірілген зиянды өтеу үшін мүмкіндік беретін қызмет түрі. Бұл – сақтандыру жағдайы барысында келген шығынды өтеу үшін негіз болатын сақтанушы мен сақтандыру қызметін жүзеге асырушы арасындағы келісім-шарт. Ұрлық, індетке шалдығу, мүлікке келтірілген зақым, қаза болу сынды сақтандыру жағдайларынан келген шығынды азайтуда көмек болады. Өзіңіз таңдаған уақыт аралығында сіздің тәуекелдеріңізден қорғану мүмкіндігін береді. Тәуекелдеріңізден қорғану үшін, яғни сақтандыру қызметі үшін сақтанушы «сыйлықақы» төлейді.

Түйін сөздер: Сақтандыру, сақтандыру сыйлықақысы, мемлекет, сақтандыру жағдайы, сақтандыру омбудсманы, сақтандырушы, сақтандыру төлемі, сақтандыру программасы.

РОЛЬ ГОСУДАРСТВА В РЕГУЛИРОВАНИИ СТРАХОВОЙ ОТРАСЛИ

Аннотация

Страхование – это вид услуги, предоставляющий возможность снизить финансовые затраты или возместить причиненный ущерб. Это договор между страхователем и поставщиком страховых услуг, который является основанием для возмещения убытков, возникших в ходе страховой ситуации. Это поможет снизить потери, вызванные такими страховыми случаями, как кража, эпидемия, порча имущества, смерть. Обеспечивает защиту от ваших рисков на период времени по вашему выбору. Чтобы защититься от ваших рисков, то есть за страховую услугу, страхователь платит «премию».

Ключевые слова: Страхование, страховая премия, государство, страховой случай, страховой омбудсман, страховщик, страховая выплата, страховая программа.

THE ROLE OF THE STATE IN REGULATING THE INSURANCE INDUSTRY

Annotation

Insurance is a type of service that provides the opportunity to reduce financial costs or compensate for damage caused. This is an agreement between the policyholder and the insurance service provider, which is the basis for compensation for losses incurred during the insurance situation. This will help reduce losses caused by insured events such as theft, epidemic, property damage, and death. Provides protection against your risks for a period of time of your choice. To protect against your risks, that is, for an insurance service, the policyholder pays a “premium”.

Keywords: Insurance, insurance premium, state, insurance event, insurance ombudsman, insurer, insurance payout, insurance program.

Сақтандыру өздеріне сақтанушылар төлеген сақтану төлемдерінен, сондай-ақ заңдарда тыйым салынбаған өзге де төлем көздерінен сақтандырушылар құрайтын ақша қорлары есебінен белгілі бір сақтандыру оқиғалары болған кезде сақтандыру өтемдерін төлеу арқылы азаматтар мен заңды тұлғалардың (сақтандырушылардың) мүдделерін мүлікті қорғау жөніндегі қарым-қатынасты білдіреді [1, 1 бет].

Сақтандыру қызметі - сақтандыру және қайта сақтандыру ұйымдарының, сақтандыру және қайта сақтандыру брокерлерінің уәкілетті мемлекеттік органның тиісті лицензиясы

негізінде жүзеге асыратын және сақтандыру мен қайта сақтандыру шарттарын жасасумен және оларды орындаумен байланысты қызметі[1, 1 бет].

Сонымен, мемлекет қатысушылардың қызметін құруды және тоқтатуды реттейтін, қызмет аясының шекараларын айқындайтын, есеп беру тәртібін және тексерулер жүргізу тәртібін белгілейтін міндетті нормативтік құқықтық актілер шығару арқылы сақтандыру нарығына қатысушылардың қызметін реттейді.

Мемлекет сақтандырушының қаржылық тұрақтылығын қамтамасыз етуге арналған шарттар тізбесін белгіледі. ҚҚА (Қаржылық қадағалау агенттігі) сақтандырушылардың қаржылық тұрақтылығын пруденциалдық стандарттарды және басқа да міндетті нормалар мен лимиттерді сақтау арқылы шоғырландырылған негізде қадағалайды. Пруденциалдық норматив - банк өзінің тұрақты қызметін қамтамасыз ету үшін орындауы тиіс маңызды құндылықтар: бұл капитал көрсеткіштері, өтімділік көрсеткіштері.

46-баптың 5-тармағында сақтандыру (қайта сақтандыру) ұйымының жеке сақтандыру немесе қайта сақтандыру шарты бойынша өз шегерімінің ең жоғары сомасын актуарий есептейтіні және төлем қабілеттілігі маржасының нақты мөлшерінен аспайтыны белгіленген[2].

Бұдан бөлек, мемлекеттің сақтандыру саласын дамытудағы рөлі сақтандыруға қатысушылардың қызметін реттеумен ғана емес, әлемдік қоғамдастыққа интеграциялану, яғни қалпына келтіру арқылы отандық компаниялардың даму мүмкіндіктерін арттырады.

Сақтандыру саласындағы мемлекеттік реттеудің міндеттері:

– Қазақстан Республикасында тұрақты сақтандыру жүйесін жасау мен қолдау және ұлттық сақтандыру нарығының инфрақұрлымын қалыптастыру;

– сақтандыру нарығын реттеу және сақтандыру қызметін қадағалау;

– сақтандыру негіздерін заңдармен баянды ету, міндетті сақтандыру түрлерін халықарарлық сақтандыру жүйесіне Қазақстан Республикасының қатысу принциптерін белгілеу;

– сақтандырушылардың, сақтандырылушылардың және пайда алушылардың құқықтары мен заңды мүдделерін қорғау болып табылады.

Қазақстан Республикасында ұлттық сақтандыру нарығының инфрақұрлысын қалыптастыруды, сақтанушылардың және сақтандыру нарығының өзге де қатысушыларының заңды мүдделерін қорғауды қамтамасыз ету жөніндегі мемлекеттік саясатты жүргізеді;

Сақтандыру мен қайта сақтандыру ұйымдары үшін жарғылық қордың минимальды көлемін белгілейді.

Сақтандыру және қайта сақтандыру ұйымдарының басшы қызметкерлеріне арналған біліктілік талаптарын белгілейді және де оларды сайлауға келісім береді;

Сақтандыру (қайта сақтандыру) ұйымдарын құруға, оларды бақылап отыру құқығын иемденуге, олардың өз еркімен қайта құрылуына және Қазақстан Республикасының аумағында да, оның аумағының шегінен тыс жерлерде де сақтандыру (қайта сақтандыру) ұйымдарының филиалдары мен өкілеттіктерін ашуға келісім береді;

Сақтандыру қызметін, сақтандыру боркерінің қызметін, сақтандыру нарығындағы актуаль қызметін, сақтандыру (қайта сақтандыру) ұйымдарының аудитін жүзеге асыру құқығына лицензиялар береді;

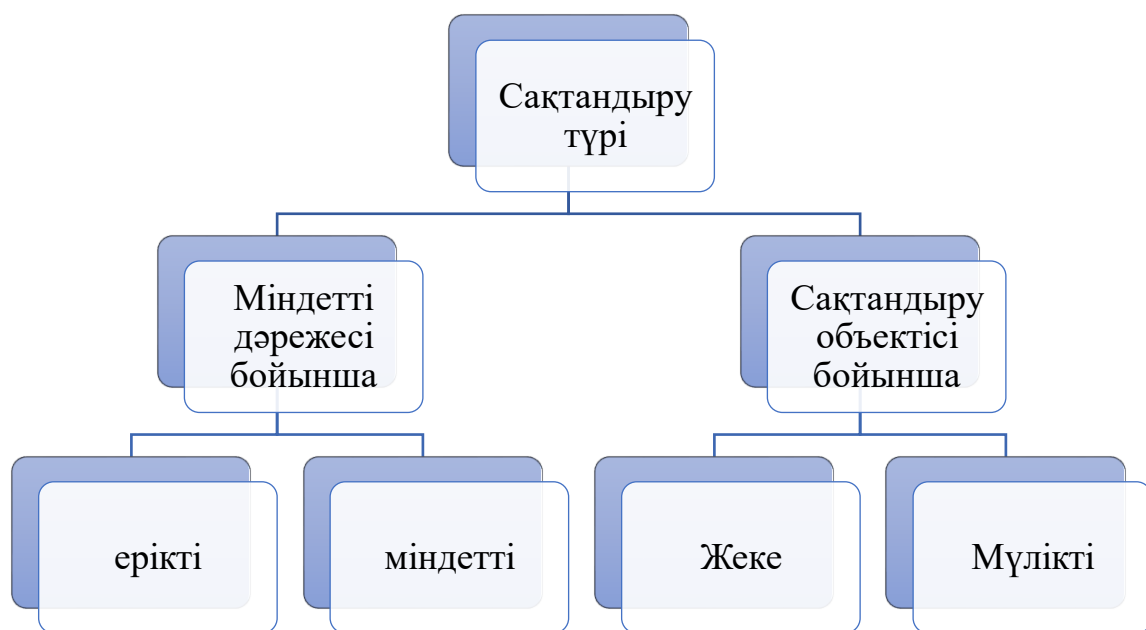
Таратылатын сақтандыру (қайта сақтандыру) ұйымдарын тарату комиссияларының қызметіне бақылау жасауды жүзеге асырады;

Сақтандыру және қайта сақтандыру ұйымының қаржылық жағынан тұрақтылығы мен төмен қабілетіне талдау жасауды, баға беруді және бақылауды жүзеге асырады.

Сонымен қатар, мемлекеттік реттеу белгілі-бір нысанға байланысты дәйекті саясат жүргізу үшін және отандық сақтандыру бизнесін шетелдік капитал көлемімен қатыстыруға қажет. Сақтандыру саласындағы мемлекеттік саясатты іске асыруды, сақтандыру нарығындағы істің жайына мемлекеттік бақылау жасауды қамтамасыз етуді қоса, уәкілетті мемлекеттік орган және мемлекеттің өзге де органдары өз құзыреті шегінде жүзеге асырады.

Бүгінгі күні Қазақстан Республикасының Ұлттық банкі Қазақстан Республикасының сақтандыру қатынастарын мемлекеттік реттеудің уәкілетті органы болып табылады.

Қазақстан Республикасының Ұлттық банктің бірден-бір негізгі тапсырмасы сақтандыру ісін қадағалау және өкілетті орган арқылы реттеу – лицензия деп аталады[3].



1 Сурет – Сақтандыру түрлері

Ескерту: [1, 2 бет] әдебиеттер негізінде құрастырылған

Міндетті сақтандыру - заң талаптарына орай жүзеге асырылатын сақтандыру. Міндетті сақтандырудың түрлері заң актілерімен белгіленеді. Міндетті сақтандыруды жүргізудің тәртібі мен шарттарын олардың Қазақстан Республикасының заң актілерінде көзделмегендігіне қарай Қазақстан Республикасының Үкіметі белгілейді[1, 2 бет].

Ерікті сақтандыру - тараптардың өз еркін білдіруіне орай жүзеге асырылатын сақтандыру. Ерікті сақтандырудың түрлері, шарттары мен тәртібі тараптардың келісімімен белгіленеді[1, 3 бет].

Сақтандырудың міндетті түріне көлік құралдары иелерінің азаматтық-құқықтық жауапкершілігін міндетті сақтандыру жатады.

Көлік құралдары иелерінің азаматтық-құқықтық жауапкершілігін міндетті сақтандыру ережесі (бұдан әрі мәтін бойынша - Ереже) «Көлік құралдары иелерінің азаматтық-құқықтық жауапкершілігін міндетті сақтандыру туралы» Қазақстан Республикасының 2003 жылғы 1 шілдедегі № 446-ІІ Заңына (бұдан әрі мәтін бойынша - Заң) сәйкес әзірленді, Қазақстан Республикасының өзге де нормативтік құқықтық актілерімен көлік құралдары иелерінің азаматтық-құқықтық жауапкершілігін міндетті сақтандыруға байланысты туындайтын құқықтық қатынастарды реттейді, сақтандырудың осы санаттың құқықтық, экономикалық және ұйымдастырушылық негіздерін белгілейді.

Көлік құралдарын пайдалану нәтижесінде өміріне, денсаулығына және (немесе) мүлкіне зиян келтірілген үшінші тұлғалардың мүлкілік мүдделерін қорғауды сақтандыру төлемдерін жүзеге асыру арқылы қамтамасыз ету көлік құралдары иелерінің жауапкершілігін міндетті сақтандырудың мақсаты болып табылады[4, 4 бет].

1-кесте – Көлік құралының түрі бойынша коэффициенттер мөлшері

№	Көлік құралының түрі	Қазақстан Республикасы Ішкі істер министрлігінің нормативтік құқықтық актісіне сәйкес жіктеу	Көлік құралының түріне байланысты

			коэффициент мөлшері
1	2	3	4
1.	Жеңіл автомобильдер	«В» - толық салмағы 3500 кг аспайтын және жүргізушінің отыруынан басқа, 8-ден аспайтын отыратын орындар саны бар автомобильдер	2,09
2.	16 жолаушы орнын қоса алғанда автобустар	«Д» - жолаушыларды тасымалдауға арналған және жүргізушінің орындығынан басқа, 8-ден астам отыратын орны бар автомобильдер	3,26
3.	16-дан астам жолаушылар орны бар автобустар	«Д» - жолаушыларды тасымалдауға арналған және жүргізушінің орындығынан басқа, 8-ден астам отыратын орны бар автомобильдер	3,45
4.	Жүк автомобильдер	«С» - толық салмағы 3500 кг асатын жүк автомобильдері	3,98
5.	Троллейбустар, трамвайлар	Троллейбустер, трамвайлар	2,33
6.	Мото көлігі	«А» - мотоциклдер, мотороллерлер және басқа мотокөлік құралдары	1,00
7.	Тіркемелер (жартылай тіркемелер)	«Е» - «В», «С» немесе «Д» көлік құралдарының санаттарына жататын тартқыштары бар көлік құралдарының құрамдары	1,00
Ескерту: [4, 25 бет] әдебиеттері негізінде құрастырылған.			

Меншік иелерінің жауапкершілігін міндетті сақтандыру шарты мерзімінен бұрын тоқтатылған және Қоғам көлік құралдары иелерінің жауапкершілігін міндетті сақтандырудың жаңа шартын жасасқан кезде Қоғамның келесі формула бойынша есептелетін сақтандыру сыйлықақысының бір бөлігін ұстап қалуға құқығы бар:

$$ССБ = СС * n/N$$

мұндағы:

ССБ - Қоғам ұстайтын сақтандыру сыйлықақысының мөлшері (теңгемен);

СС - көлік құралдары иелерінің жауапкершілігін міндетті сақтандыру шарты бойынша төленген сақтандыру сыйлықақысының мөлшері (теңгемен);

n - көлік құралдары иелерінің жауапкершілігін міндетті сақтандыру шарты күшіне енген сәттен бастап ол мерзімінен бұрын тоқтатылған сәтке дейін (күндермен), өтініш берілген күнді қоса алғанда, өткен мерзім;

N - көлік құралдары иелерінің жауапкершілігін міндетті сақтандыру шартын жасасу мерзімі (күндермен)[4, 16 бет].

2-кесте – Көлік құралын пайдалану мерзіміне байланысты коэффициенттер мөлшері

№ р/н	Көлік құралын пайдалану мерзімі	Көлік құралын пайдалану мерзіміне байланысты коэффициент мөлшері
1	2	3
1.	7 жылға дейін қоса алғанда	1,00
2.	7 жылдан жоғары	1,10
Ескерту: [4, 26 бет] әдебиет негізінде құрастырылған.		

Міндетті сақтандырудың сақтандыру сыйлықақысын есептеуге әсер ететін түрлі факторлар бар: жүргізушінің стажы; автокөліктің регионы, автокөліктің жылы, АЕК.

3 -кесте – Сақтандыру компанияларының рейтингі, 2023 жылғы жағдайы

орын	компания атауы	Актив, млрд.теңге	Жеке капитал, млрд теңге	Сақтандыру төлемі млрд теңге	Таза табыс, млрд теңге	ROE, %
1	АО «СК «Казахмыс»	52,44	14,15	-0,73	5,47	37,6
2	АО «СК «Халық»	158,42	74,50	-23,13	8,53	12,1
3	АО «СК «Виктория»	83,31	71,69	-2,39	8,44	10,3
4	АО «СК «НОМАД Иншуранс»	39,53	16,50	-9,33	6,27	42,4
5	АО «СК «Евразия»	426,84	227,91	-54,50	38,45	17,3
6	АО «Страховая компания «Basel»	13,22	8,34	-1,59	1,44	18,7
7	АО «СК «Jusan Garant»	46,84	14,87	-9,51	3,44	25,7
8	АО «СК «Freedom Insurance»	67,45	13,75	-5,05	0,41	4,4
9	АО «СК «Sinoasia B&R» (Синоазия БиЭндАр)»	10,93	4,29	-5,95	1,15	30,0
10	АО «СК «Коммеск-Өмір»	12,13	11,09	-4,04	-2,73	-22,0

Ескерту: [5, 1 бет] әдебиет негізінде құрастырылған.

Рейтингті KPMG Audit LLP аудиторлық компаниясы есептеген. 10 жалпы сақтандыру компаниясының рейтингі сақтандыру ұйымдарының қаржылық жағдайының абсолютті және салыстырмалы көрсеткіштерін білдіретін тоғыз көрсеткішке негізделген, атап айтқанда:

- өнімділік көрсеткіштері: ROE;
- аралас шығын коэффициенті;
- активтер сияқты абсолютті өлшемдер;
- жеке капитал;
- алынған таза сыйлықақылар;
- таза талаптар;
- таза кіріс;
- өсу көрсеткіштері: өткен жылмен салыстырғанда таза алынған сақтандыру сыйлықақыларының өсуі;
- сақтандыру резервін жабу коэффициенті[5, 2 бет].

Сақтандыру қызметін мемлекеттік реттеу сақтандыру нарығының жұмыс істеуін айқындайтын негіздемелік шарттарды құруды қамтамасыз етуге және шешімдер қабылдау кезінде нарық субъектілері үшін белгіленген шеңберде оның жұмыс істеу еркіндігін қамтамасыз етуге арналған.

Сақтандыру қызметін мемлекеттік реттеу келесі мақсаттарға қол жеткізуге бағытталған:

1. Сақтандыру нарығының тұрақты және сенімді жұмыс істеуін қамтамасыз ету;
2. Сақтандыру нарығы субъектілерінің қызметті жүзеге асыру кезінде заң талаптарын сақтауын қамтамасыз ету;
3. Сақтандыру арқылы қоғамның экономикалық және әлеуметтік тұрақтылығын арттыру;
4. Талаптардың сақтандыру шарты бойынша міндеттемелерді орындауын қамтамасыз ету;

5. Ішкі сақтандыру нарығын шетелдік сақтандыру субъектілерінің араласуынан қорғау;
6. Сақтандыру қызметін жүзеге асырудан елдің бюджет жүйесіне салықтар мен төлемдерді алу[6].

Қазақстанда нарықтық реформалар басталған кезде отандық сақтандыру нарығы тұрақты өсу қарқынын көрсетті. Бүгінгі таңда сақтандыру қатынастарын дамытудың ерекшеліктерін егжей-тегжейлі зерттей отырып, ҚР-да сақтандыру азаматтардың, шаруашылық жүргізуші субъектілердің және мемлекеттің мүдделерін қорғауға мүмкіндік беретін ең тиімді құралға айналмады деп айтуға болады. Бүгінгі таңда мемлекет сақтандыру жүйесін қалыптастыруға 100% тартылмаған. Бұл көптеген аспектілерде көрінеді, мысалы, қазіргі уақытта тиісті компаниялардың қызметін қатаң бақылауға негізделген басқару функцияларын қысқарту.

Сақтандыру нарығын дамыту әрқашан қиын болды. Осы қызметтердің түрімен сақтандыру қызметіне ешқандай қатысы жоқ түрлі операциялар жүзеге асырылды. Қазақстанның сақтандыру нарығының жай-күйі жағдайды толық сипаттайтын көрсеткіштердің көмегімен айқындалады. Олардың ішіндегі ең маңыздысы — сақтандыру агенттіктерінің саны. Тағы біреуі-сақтандырушылардың жиынтық активтерінің көлемі [7].

Қорытындылай келе, сақтандыру саласы қаржы нарығының басқа секторларына қарағанда әлемдік қаржы дағдарысының әсеріне осал емес болып шықты. Биржалық баға белгілеулердің төмендеуі сақтандыру (қайта сақтандыру) ұйымдарының рентабельділік көрсеткіштеріне айтарлықтай әсер етпеді, өйткені негізгі кіріс көзі негізгі қызметтен - сақтандырудан түсетін кірістер болып табылады.

Сақтандыру нарығын мемлекеттік реттеу арнайы салық саясаты, сақтандыру шарттарын жасасу тәртібін және туындайтын дауларды шешуді көрсететін кәсіпкерлік қызметтің жекелеген түрлері бойынша заңдар қабылдау арқылы жүзеге асырылады. Мемлекет сонымен қатар бүкіл қоғамның мүдделерін ескере отырып, сақтандырудың міндетті түрлерін белгілейді.

Қазақстанда сыйлықақылар мен сақтандыру төлемдерін жинау көрсеткіштері ТМД бойынша кейбір көршілерге қарағанда әлі де төмен болғанына қарамастан, Қазақстан Республикасы ТМД-ның барлық елдерінен сақтандыру қызметін нормативтік базаны және мемлекеттік реттеуді дамытудың жоғары деңгейімен ерекшеленеді.

Пайдаланылған әдебиеттер

1. Қазақстан Республикасы Президентінің 1995 жылғы 3 қазандағы N 2475 Заң күші бар жарлығы. Сақтандыру ұғымы және оның түрлері <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/U950002475>
2. Закон Республики Казахстан от 18 декабря 2000 года № 126-ІІ «О страховой деятельности»// Справочная правовая система «Юрист».
3. Бекзат Б. 30.08.2021 Сақтандыру саласындағы мемлекеттік реттеудің міндеттері <https://ulagat.com/2021/08/30/сақтандыру-саласындағы-мемлекеттік/>
4. Қазақстан Республикасының 2003 жылғы 1 шілдедегі N 446 Заңы. ҚР Әділет министрлігі. Көлік құралдары иелерінің азаматтық-құқықтық жауапкершілігін міндетті сақтандыру <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/Z030000446>
5. Айсултан Сеитов. Сақтандыру компанияларының рейтингі <https://forbes.kz/ranking/strahovyie kompanii po obschemu strahovaniyu - 2023>
6. Инна Смирнова. Сущность государственного регулирования страховой деятельности. https://spravochnick.ru/gosudarstvennoe_i_municipalnoe_upravlenie/gosudarstvennoe_regulirovanie_strahovoy_deyatelnosti_v_rf/
7. АО «МФО ОнлайнКазФинанс», Лицензия на осуществление микрофинансовой деятельности № 02.21.0004.М. от 06.03.2023 года, выдана Управлением региональных представителей в городе Алматы Агентства Республики Казахстан по регулированию и развитию финансового рынка. <https://solva.kz/strahovoj-rynok/>

Авторлар туралы мәліметтер

**Тұрсын Марал Құдайбергенқызы - бакалавр, Каспий Қоғамдық университеті, e-mail: maraltursyn60@gmail.com

*Өмір Айнұр Жұмаханқызы- э.ғ.м., сеньор-лектор, Каспий Қоғамдық университеті, e-mail: omir_ainura@mail.ru

Сведения об авторах

** Турсын Марал Құдайбергенқызы - бакалавр, Каспийский общественный университет, e-mail: maraltursyn60@gmail.com

* Омир Айнур Жумахановна-м. э. н., сеньор-лектор, Каспийский общественный университет, e-mail: omir_ainura@mail.ru

Information about the authors

** Tursyn Maral Kudaibergenkyzy - Bachelor, Caspian Public University, e-mail: maraltursyn60@gmail.com

* Omir Ainur Zhumakhanovna-M.E., Senior Lecturer, Caspian Public University, e-mail: omir_ainura@mail.ru

ӘОЖ 336.02

САЛЫҚ САЯСАТЫ, ОНЫҢ ЭКОНОМИКАДАҒЫ РОЛІ

Тілеужанқызы А.¹, 1 курс студенті, Өмір А.Ж.², э.ғ.м., сеньор-лектор,
Каспий Қоғамдық университеті, Алматы қ, Қазақстан Республикасы

Аңдатпа. Салық саясаты стратегиялық мақсаттарға жетуге бағытталған нақты шараларды жүзеге асырудың материалдық негізін қамтамасыз ететін жалпы әлеуметтік-экономикалық саясаттың құрамдас бөлігі болып табылады. Салық саясатын жүзеге асырудың теориялық және әдістемелік платформасын зерттеу және әзірлеу ғылыми зерттеулердің өте өзекті саласы болып көрінеді. Мемлекеттік салық саясатының негізгі міндеті салық ауыртпалығының оңтайлы деңгейін белгілеу арқылы салық төлеушілер мен мемлекет мүдделерінің тепе-теңдігін қамтамасыз ету болып табылады деген қорытынды жасалды.

Түйін сөздер: Салық, бюджет, саясат, реформа, нарық, заң, экономика.

УДК 336.02

НАЛОГОВАЯ ПОЛИТИКА, ЕЕ РОЛЬ В ЭКОНОМИКЕ

Тілеужанқызы А.¹, студент 1 курса, Өмір А.Ж.², ш.э.н., сеньор-лектор,
Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация. Налоговая политика является составной частью общей социально-экономической политики, обеспечивающей материальную основу для реализации конкретных мер, направленных на достижение стратегических целей. Исследование и разработка теоретико-методологической платформы реализации налоговой политики представляется весьма актуальной областью научных исследований. Сделан вывод, что основной задачей государственной налоговой политики является обеспечение баланса интересов налогоплательщиков и государства путем установления оптимального уровня налоговой нагрузки.

Ключевые слова: Налоги, бюджет, политика, реформа, рынок, право, экономика.

UDC 336.02

TAX POLICY, ITS ROLE IN THE ECONOMY

Tleuzhankyzy A.¹, 1st year student, Omir A.Zh.², s.e.s., senior-lecturer,
Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

Summary. Tax policy is an integral part of general socio-economic policy, providing a material basis for the implementation of specific measures aimed at achieving strategic goals. Research and development of a theoretical and methodological platform for the implementation of tax policy seems to be a very relevant area of scientific research. It is concluded that the main task of state tax policy is to ensure a balance of interests of taxpayers and the state by establishing the optimal level of tax burden.

Key words: Taxes, budget, politics, reform, market, law, economics.

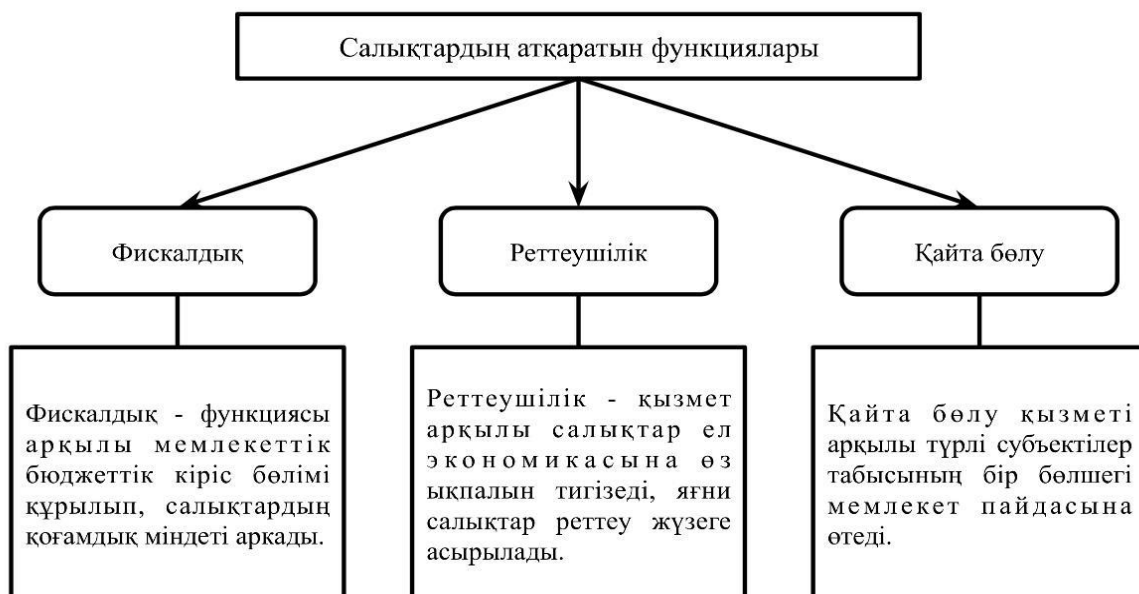
Экономиканы реттеуде және оның даму тенденцияларын анықтауда мемлекеттік реттеу құралы болып табылатын мемлекеттік салық саясаты маңызды орын алады. Салықтар мемлекеттік салық жүйесінің қайта құрылу тенденцияларын көрсететін мемлекеттік құрылымның маңызды және құрамдас бөлігі екені белгілі. Салық төлемдері мемлекеттік бюджеттің негізін, әлеуметтік саладағы, экономикадағы және т.б. шығындарды қаржыландыруды білдіреді.

Мемлекеттік салық саясаты – бұл салықтар мен алымдар саласындағы мемлекеттік шаралар жүйесі, мемлекеттің қаржы саясатының құрамдас бөлігі. Ол салық түрлерін, салық ставкаларын, салық төлеушілер шеңберін және салық салу объектілерін, салық жеңілдіктерін таңдауда көрінеді [1].

Кез келген дамыған елде салық саясаты қаржы-экономикалық салада маңызды рөл атқарады, сондықтан оның стратегиясын әзірлеу кезінде билік әртүрлі нұсқалар мен даму тактикасын қарастырады. Мұндай саясаттың негізі әрқашан көптеген заңдардан, салық түрлерінен, төлемдерден тұрады. Салық төлемдері мемлекеттік бюджетті, әлеуметтік салалардағы, экономикадағы шығындарды қаржыландыруды түсіндіреді. Салықтардың қызметі тек фискалдық қызметпен ғана шектелмейді, себебі салық саясатын мемлекет экономикаға әсер ету құрал ретінде пайдаланады. Салық саясаты зерттеушілердің еңбегінде әр түрлі сипатталады. Мысалы Майбуrow И.В. өзінің еңбегінде, мемлекеттік салық саясаты - бұл әр түрлі деңгейдегі мемлекеттік бюджеттердің кіріс бөлігін қамтамасыз ететін шаралар кешені ғана емес, сонымен қатар, салық саласындағы мемлекеттік сипаттағы өзара байланысты іс-шаралардың жиынтығы деп қарастырады [2]. Ал Малис Н.И. салық саясатын стратегиялық мақсаттарға қол жеткізуге бағытталған шараларды жүзеге асырудың материалдық негізін қамтамасыз ететін әлеуметтік-экономикалық саясаттың құрамдас бөлігі екенін, сонымен қатар, салық саясатының ерекшелігі мақсаттарда емес, оларға қол жеткізу құралдарында екенін атап көрсетті [3].

Салық дегеніміз, ҚР «Салық және бюджетке төленетін басқа да міндетті төлемдер туралы кодекске» сәйкес, мемлекет біржақты тәртіппен заң жүзінде белгілеген, белгілі бір мөлшерде жүргізілетін, қайтарымсыз және өтеусіз сипатта болатын бюджетке төленетін міндетті ақшалай төлемдер [1].

Салықтың үш атқаратын функциялары (қызметі) бар.



1 сурет - Салықтың негізгі атқаратын функциялары

Ескерту: [5] әдебиет көзінен алынған.

Салық саясатының ең маңызды құралы салық жүйесі болып табылады. Ол меншік нысанына қарамастан кәсіпкерлік субъектілерінің қызметін ынталандыру үшін жағдай жасауға,

кәсіпкерлік белсенділікті және еңбек белсенділігін ынталандыруға арналған және инфляциялық тепе-теңдікті ескере отырып, бағалар мен кірістердің өсуін шектеуге; мемлекеттік бюджеттік базаның өсуі мен нығаюын қамтамасыз ету. Осылайша салық жүйесі экономикалық және салық саясатының құралы ретінде мемлекеттің әлеуметтік-экономикалық саясатын жүзеге асыруға және тиімділігін арттыруға ықпал етуі тиіс.

Кезеңдер	Салық жүйесін құрудың негізгі мақсаты	Салықтардың саны	Орталықтандыру деңгейі	Қол жеткізілген нәтижелер
1-кезең (1992-1994жж)	Мемлекеттік бюджеттің кіріс бөлігін қалыптастыру және экономикадағы және салықтық қатынастардағы тәртіпсіздікті реттейтін ұлттық салық жүйесін құру.	13 жалпы мемлекеттік салық, 18 жергілікті салықтар мен алымдар, 11 жалпыға міндетті жергілікті салықтар мен алымдар енгізілді.	Төмен	16 жалпы мемлекеттік және 27 жергілікті салық түрін қарастыратын заң актілері пакеті қабылданады.
2-кезең (1995-1998жж)	Макроэкономикалық тұрақтылыққа қол жеткізу және барынша жоғары әлеуетті әрі бәсекеге қабілетті кәсіпорындарды ынталандыру жолымен бюджеттің кіріс бөлігін барынша көбейту.	Салықтар саны Президент Жарлығына сәйкес 11-ге дейін қысқартылды	Орташа	Экономикалық өсуге негіз болған макроэкономикалық тұрақтандыруға қол жеткізу. Салық салынатын базаны тарылтуды тоқтату.
3-кезең (1999-2001жж)	Мемлекеттік бюджеттің кіріс бөлігін арттыру және әлемдік салық тәжірибесі қызмет ететін тәртіп ескерілетін, салықтық реттеуді ұйымдастырудың жаңа принциптеріне көшуге байланысты экономикалық өсуге қол жеткізу.	17 салықтар мен басқа да міндетті төлемдер мемлекеттік бюджет негізін құрады.	Жоғары	Экономикалық өсуді бастау. Тұрақтыру және салынатын басын кенетуді бастау.
4-кезең (2002-2008жж)	Әлеуметтік-экономикалық бағдарламаларды қаржыландыруды	2002 ж Салық кодексі бойынша 9 салық, 12 алым	Жоғары	Мемлекет пен салық төлеушілердің мүддесін

	кеңейту мақсатында бюджеттің кірісін барынша көбейту.	және төлемақы болған.	9		теңгеруге мүмкіндік беретін экономикалық өсуді тұрақтандыру.
5-кезең (2009 жылдан басталпды.	Макроэкон омикалық тұрақтылыққа қол жеткізу және салық есебін жетілдіру жолымен бюджеттің кірісін барынша көбейту.	13 салық ,6 алым және 10 төлемақы бар		Жоғары	Мемлекет пен салық төлеушілердің мүддесін теңгеруге мүмкіндік беретін экономикалық өсуді тұрақтандыру.
Ескерту: [5] әдебиет көзінен алынған.					

Қазақстан Республикасының салық жүйесінің дамуы мен қалыптасуының бүкіл тарихында республика үкіметінің оны жаңғырту бойынша қабылдаған шаралары жаңа Салық кодексін әзірлеуге және қолданысқа енгізуге мүмкіндік берді, оған көптеген өзгерістер енгізілді.

Әзірленген Салық кодексі экономиканы жаңғырту мен әртараптандыруға, бизнестің «көлеңкеден» шығуына ықпал етуге арналған.

Экономикалық жағынан салық жүйесі мемлекеттің, аймақтардың және муниципалды құрылымдардың қызметін қаржылай қамтамасыз етуге байланысты әр түрлі мемлекеттер, мемлекет пен салық төлеуші арасындағы, әр түрлі салық төлеушілер арасындағы, сондай-ақ оған тікелей қатысушы заңды және жеке тұлғалар арасындағы күрделі өзара байланысты әлеуметтік-экономикалық қатынастардың жиынтығын құрайды.

Қазақстан Республикасы өзінің даму сатысында салық жүйесінің бес кезеңдерінен өтті. Оны төмендегі кестеден көруге болады.

1-кесте – Қазақстан Республикасында салық жүйесінің даму кезеңдері

Салық жүйесінің дұрыс қызмет атқаруын қадағалап отыратын органдар бар. Салық қызметі органдары салық және бюджетке төленетін басқа да міндетті төлемдердің толық түсуін, міндетті зейнетақы жарналарының толық және дер кезінде аударылуын қамтамасыз ету жөніндегі, сондай-ақ салық төлеушілердің салықтық міндеттемелерін орындауына салықтық бақылауды жүзеге асырады.

Салық саясатының мазмұны мен мақсаттарын қоғамның әлеуметтік-экономикалық жүйесі және билік басындағы әлеуметтік топтар анықтайды. Экономикалық негізделген салық саясаты салық жүйесі арқылы қаражаттарды орталықтандыруды оңтайландыруға бағытталған.

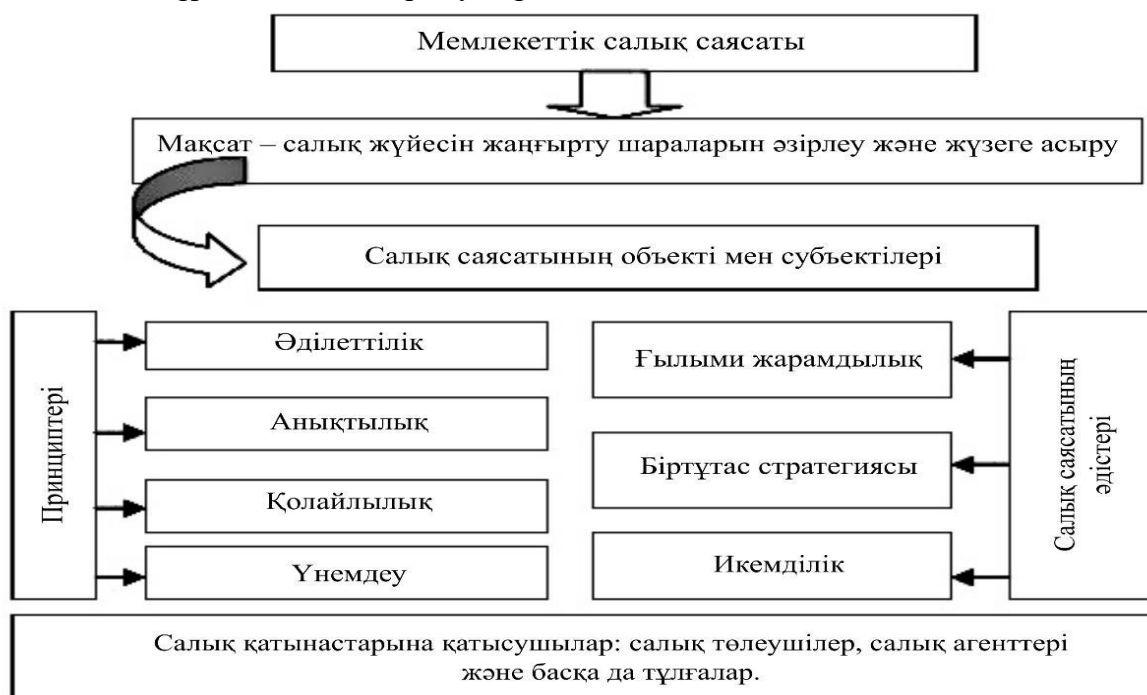
Экономикалық сөздіктерде бұл анықтама былайша жинақталған: «Салық саясаты – салықтық қатынастарға қатысушылардың белгілі бір мемлекеттің Конституциясында, салықтық заңдар мен басқа да заңнамалық актілерде айқындалған құқықтары мен міндеттерін орындаудағы стратегиялық бағыттары мен тактикалық іс-әрекеттері. салық салумен тікелей немесе жанама байланысты».



2 сурет - ҚР-ның Салық саясатының негізгі мақсаттары
Ескерту: [5] әдебиет көзінен алынған.

Салық саясатқа мемлекеттің бюджет қорын бөлу қызметі де жатады, яғни бір жағынан салық салу жүйесі арқылы бюджеттің кіріс қорын толтыратын болса, ал екінші жағынан – оларды экономикада және қоғамда қажеттілік туындап отырған салаларға немесе аумақтарға жұмсаумен, бөлумен айналысады. Мемлекет дәр осы қорлардың есебінен ұлттық қауіпсіздікті, халықтың қоғамдық игіліктері мен қызметтерін тұтынуын қамтамасыз етеді, сондай-ақ саяси, әлеуметтік, экологиялық және басқа да көптеген мәселелерді шешеді.

Салық қатынастарының саяси экономикалық мазмұнын және олардың нысандарын, олардың субъектілері мен объектілерін, салықтардың терең көздерін, салық жүйесіндегі кейбір өзгерістердің макроэкономикалық салдарын зерттеудің принципті маңызы бар. Нарықтық қатынастарды жетілдіру процесінде қазіргі Қазақстан үшін бұл мәселелерді шешу ерекше қажет. Бұл міндеттердің өзектілігі экономикалық сипатта да (экономикалық қиындықтарды тез жеңу үшін) және әлеуметтік сипатта (халықтың әртүрлі топтарының кірістерін ұтымды қайта бөлу және олардың қажеттіліктеріне салықтарды бағыттау үшін). Сонымен қатар, салық салу процесі елдегі саяси тұрақтылыққа әсер етуі мүмкін.



3 сурет - Бюджетаралық қатынастар жүйесіндегі салық саясаты

Ескерту: [3] әдебиет көзінен алынған.

Қазақстан Республикасындағы салық жүйесі – бұл олардың ставкалары, төлеушілері мен салық салу объектілері, шарттары мен төлеу мерзімдерінің тәртібі, есептеу және есепке алу әдістемесі, сондай-ақ тиісті әкімшілік ережелері көрсетілген қазіргі уақытта қолданылып жүрген барлық салықтардың заңмен бекітілген тізбесі.

Салық жүйесіне Қазақстандағы Мемлекеттік кіріс министрлігінің Салық комитеті және облыстардағы, ірі қалалардағы салық департаменттері, аудандар мен қалалардағы салық басқармалары өкілдік ететін мемлекеттік салық қызметі кіреді.

Салық қызметі республиканың салық және басқа да міндетті төлемдер туралы заңдарының орындалуына жалпымемлекеттік бақылауды жүзеге асырады.

Қазіргі уақытта республикадағы салық жүйесі қатаң, бірақ орынды сынға ұшырауда. Ал бүгінгі күні салық жүйесін жетілдіру қаржылық ресурстардың бюджетке толық түсуіне кедергі келтіретін кемшіліктерді жоюға және салықтар мен төлемдер құрылымын жеңілдетуге бағытталған.

Қазіргі салық жүйесі Қазақстанда 90-жылдардың басында енгізілді. Кеңес Одағында қолданыста болған салық жүйесін тез және түбегейлі өзгерту қажеттілігі экономикалық саясаттың өзгеруіне және қазақ экономикасындағы нарықтық қатынастардың қалыптасуына байланысты болды.

Қазіргі салық саясаты ең алдымен, Қазақстан экономикасының нарықтық экономикаға көшу процесі, өкінішке орай, бірқатар ірі қателіктермен өте азапты екенін атап өткен жөн. Ең бастысы, жаңаны жасаудың орнына ескіні жоюға көбірек мән беру, соның салдарынан салық жүйесі Қазақстан экономикасының тиімділігін арттырудың тиімді құралына әлі де айналып үлгерген жоқ.

Қазақстан экономикасы жаһандық бизнеске барған сайын ашық бола түсуде. Осының барлығы салық саясаты мен салық жүйесін талдау және қалыптастыру мәселесіне жаңаша көзқараспен қарау қажеттілігіне әкеледі.

Қазіргі салық жүйесінің ең үлкен кемшілігі, А.Байдусенов атап өткендей, ондағы фискалдық бағдардың шектен тыс басым болуы. Салық жүйесінің барлық басқа функциялары (инновациялық, инвестициялық және кәсіпкерлік қызметтің өндірісін ынталандыру, бәсекеге қабілеттілікті және отандық экономиканы арттыру, салыстырмалы әлеуметтік әділеттілікті құру) мүлде орындалмайды. Салық төлеушілерге салықтық қысымның жоғары деңгейі және заңға бағынатын салық төлеушілерге шамадан тыс салық қысымы Қазақстан экономикасын күйретіп, абсолютті деструктивті рөл атқарады.

Яғни, салық жүйесі түбегейлі реформаны қажет етеді. Бірақ бұған экономикалық реформалар барысын түбегейлі өзгерту жағдайында қол жеткізуге болады.

Соңғы жылдардағы салықтық түсімдер мен мемлекеттік бюджеттік төлемдерін талдасақ:

2 - кесте - 2022 жылғы 1 желтоқсандағы салықтық түсімдер және мемлекеттік бюджеттік төлемдердің динамикасы

млрд.теңге

Айлар	2021 жыл	2022 жыл	Ауытуы	Қарқын
қаңтар	5,2	8,6	3,4	165,0
ақпан	10,0	11,2	1,2	112,0
наурыз	8,5	7,5	-1,0	88,2
сәуір	7,9	13,3	5,4	168,9
мамыр	9,7	15,0	5,3	154,7
маусым	7,1	17,2	10,1	243,2
шілде	6,8	17,4	10,6	257,0
тамыз	10,2	24,4	14,2	239,8

қыркүйек	7,9	17,8	9,8	224,0
қазан	8,7	20,6	11,9	237,9
қараша	12,6	22,9	10,3	182,4
жиыны	94,4	175,7	81,3	186,2
Ескерту: [4] әдебиет көзінен алынған.				

Қазақстан Республикасының нарық жағдайында экономикасының дамуы, мемлекеттің экономикалық саясатының құрылымдық және қаржы саясаттарының шешуші шараларына байланысты. Қаржы саясатының негізі болып салық саясат, яғни үкіметтің салық салу жүйесіндегі және мемлекеттік шығындарды реттеуі төңірегінде жүргізетін бюджеттік-салық саясаты саналады. Салықтардың әлеуметтік-экономикалық мәні мен атқаратын рөлі, қоғамның саяси және экономикалық құрылысына, мемлекеттің табиғаты мен алдында тұрған міндеттеріне байланысты анықталады. Елдердің салық кодекстерінің заңдылық негіздерін салыстырсақ ұқсас болып келеді.

Мемлекет салық саясатын нарықтық жағымсыз құбылыстарға әсер етудің белгілі бір реттеушісі ретінде кеңінен пайдаланады. Салықтар бүкіл салық жүйесі сияқты нарық жағдайында экономиканы басқарудың қуатты құралы болып табылады. Бүкіл ұлттық экономиканың тиімді жұмыс істеуі салық салу жүйесінің қаншалықты дұрыс құрылғанына байланысты.

«Қазақстан 2050» ұзақ мерзімді стратегиясы мен индустриялық-инновациялық саясат экономиканың тұрақтылығы мен экономикалық өсуін қамтамасыз ету, өндірісті әртараптандыру және технологиялық жаңару арқылы оның шикізаттық бағыттылығын еңсеру, тауарлар мен қызметтердің сапасын арттыру, олардың бәсекеге қабілеттілігін арттыру үшін жаңа мүмкіндіктер ашады. әлемдік нарықтарда және т.б. Мемлекет басшысы фискалдық саясаттың бағыттарының бірі «Қазақстан 2050» Стратегиясы: қалыптасқан мемлекеттің жаңа саяси бағыты» атты Қазақстан халқына Жолдауында салық заңнамасы мен салықтық әкімшілендіру тәжірибесін одан әрі жетілдіру қажеттігін атап өтті.

3 - кесте - Салық әкімшілігін жетілдірудің негізгі шаралары

Салық әкімшілігін жетілдіру бойынша қабылданған шаралар	Салық есептілігін 30%-ға оңайлату.
	«Қыран» байланыссыз камералық басқару жүйесі енгізу.
	Жалпыға бірдей табыс декларациясына көшу бойынша іс-шаралар жоспары.
	Оңайлатылған салық салу жүйесін пайдаланатын жеке кәсіпкерлерді бухгалтерлік есепті жүргізуден босату
	Бақылау-кассалық машиналарды пайдалану міндеттілігі.
	саудада біржолғы талондарды жою
Ескерту: [3] әдебиет көзінен алынған.	

Қорытындылай келе, қазіргі уақытта Қазақстанда билік органдарына сенім орнату және бірқатар салаларда ашық әкімшілік тетіктер мен қолайлы бизнес-ортаны қамтитын тұрақты салық жүйесін дамыту бойынша қарқынды жұмыс жүргізілуде.

Салық органдары бизнес өкілдерімен бірлесе отырып, ұлттық экономиканы да, бизнес құрылымдарының мүдделерін де қозғайтын мәселелер бойынша сенімді ынтымақтастық пен ашық диалог жүйесін құру үшін күш біріктіруге бағытталған.

Салық әкімшілігінің тұрақтылығының маңызды факторларының бірі салық салудың оңтайлы тепе-теңдігін сақтау болып табылады. Бұл, атап айтқанда, мүмкін болатын резервтерді барынша пайдалануды талап етеді. Бұған, біріншіден, әртүрлі шаруашылық жүргізуші субъектілерден түсетін түсімдердің нақты көлемдеріне сүйене отырып, салық түсімдерін

барабар жоспарлау, екіншіден, көрсеткіштерді тұрақты бақылау және түзету арқылы қол жеткізіледі.

Салық менеджментін жетілдіру тек заңнамаға ғана емес, сонымен қатар салық органдары мен салық төлеушілер арасындағы қарым-қатынас мәдениеті мен идеологиясын өзгертуге негізделуі керек.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. «Салық және бюджетке төленетін басқа да міндетті төлемдер туралы» Қазақстан Республикасының “Салық Кодексі” 01.01.2023 ж. өзгерістер мен толықтыруларға сәйкес.

2. Налоговая политика. Теория и практика: учебник для магистрантов, обучающихся по специальностям «Финансы и кредит», «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», «Мировая экономика» / И.А. Майбуров, М.Д. Абрамов, Г.А. Агарков [и др.]; под редакцией И.А. Майбунова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 518 с

3. Налоговая политика государства: учебник и практикум для вузов / Н.И. Малис [и др.]; под редакцией Н.И. Малис. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2022. — 361 с.

4. Алматы қаласы бойынша Мемлекеттік Кірістер Департаментінің ресми интернет ресурсы - almaty.kgd.gov.kz.

5. Жакипбеков С.Т; Канатов А.С. «Салық және салық салу» оқулық - Алматы, 2016.

Авторлар туралы мәліметтер

Тілеужанқызы Аружан - Каспий Қоғамдық университетінің 1 курс студенті, e-mail: aru_review@mail.ru

Өмір Айнұр Жұмаханқызы- э.ғ.м., сеньор-лектор, Каспий Қоғамдық университеті, e-mail: omir_ainura@mail.ru

Сведения об авторах

Тілеужанқызы Аружан – студент 1 курса Каспийского Общественного Университета, e-mail: aru_review@mail.ru

Өмір Айнұр Жұмаханқызы- ш.э.н., сеньор-лектор, Каспий Общественный Университет, e-mail: omir_ainura@mail.ru

Information about the authors

Tleuzhankyzy Aruzhan – 1st year student at Caspian Public University, e-mail: aru_review@mail.ru

Omir Ainur Zhumahankyzy – s.e.s., senior-lecturer, Caspian Public University, e-mail: omir_ainura@mail.ru