

Қазақ экономика,
қаржы және
халықаралық сауда
университетінің
ЖАРҒЫСЫ



№ 3
2013

ВЕСТНИК
Казакского университета
экономики, финансов
и международной
торговли

Главный редактор:

Г.С. Сейткасимов,
научный руководитель
по экономическим исследованиям КазУЭФМТ,
д.э.н., профессор, академик НАН РК

Заместитель главного редактора:

А.А. Мусина,
проректор по научной работе КазУЭФМТ,
д.э.н., доцент

Редакционная коллегия:

С.А. Абдымананов	ректор КазУЭФМТ, д.пед.н., профессор математики
М.Ф. Федоров	ректор Уральского государственного экономического университета, д.э.н., профессор
И.Ж. Искаков	ректор Межрегионального института экономики и права при МПА ЕврАзЭС, к.ю.н.
В.П. Тихомиров	научный руководитель Московского государственного университета экономики, статистики и информатики, д.э.н., профессор
С.С. Сагинтаева	проректор по академическим вопросам КазУЭФМТ, профессор
Д.М. Турекулова	завкафедрой менеджмента КазУЭФМТ, д.э.н., доцент
Б.Т. Аймурзина	доцент кафедры финансов КазУЭФМТ, д.э.н.
Х.Г. Омарова	директор издательства КазУЭФМТ
Д.К. Аксеитова	технический секретарь, специалист отдела науки КазУЭФМТ

МАЗМУНЫ - СОДЕРЖАНИЕ

УПРАВЛЕНИЕ ГОСУДАРСТВОМ И ЭКОНОМИКОЙ

<i>Бурлаков Л.Н.</i> Государственная служба в Казахстане: состояние и перспективы.....	3
<i>Воріуева З.К.</i> Utilization of women's leadership potential in contemporary organizations.....	10
<i>Аймурзина Б.Т.</i> Проблемы функционирования налогово-бюджетной системы РК.....	16
<i>Галиев С.Ж., Жумабекова С.А., Шукитова Э.Б.</i> Актуальность научного подхода в реализации промышленной политики Казахстана.....	21
<i>Катунина Н.В.</i> Комплексный подход к определению структуры лояльностей потребителей.....	26
<i>Тайнова К.Е., Мухиядин А.У.</i> Политика безопасности организации с помощью программного пакета Firewall-1.....	31
<i>Абылкаиров А.Б.</i> Анализ конкурентной среды на телекоммуникационном рынке РК.....	35
<i>Рахимбердиева М.У.</i> Анализ развития малого и среднего предпринимательства в Республике Казахстан.....	39

МАКРО- И МИКРОЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ

<i>S. Baizakov., S. Sagintayeva.</i> The Total factorial productivity as the basic factor of the innovative development.....	46
<i>Лунева Е.А.</i> Система маркетинговых коммуникаций в концепции предпринимательского маркетинга.....	50
<i>Балтабаева Б.С.</i> Разработка организационного дизайна компании, ориентированное на лидерство.....	56
<i>Кудьяров Н.Б.</i> Преимущества и недостатки аутсорсинга в компании.....	61
<i>Куксов А.С.</i> Систематизация предпринимательских рисков в целях определения бизнес-процессов владельца бизнеса.....	66
<i>Муталиева Л.М.</i> Региональные особенности развития гостиничного бизнеса в Казахстане.....	69
<i>Тлеужанова М.А., Бисенова Т.К.</i> Қаржылық құралдардың кәсіпорынның іс-әрекетіне пайдалану тәсілдері.....	73
<i>Шимшиков Ж.Е.</i> Развитие конкуренции и проблемы биржевой торговли в РК.....	78

ПРОБЛЕМЫ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА И КОНТРОЛЯ

<i>Айбасова Г.К.</i> Совершенствование методов оценки земель населенных пунктов в Республике Казахстан.....	89
<i>Сакенов Н.А.</i> Особенности методики разработки учетной политики на основе МСФО в крестьянских (фермерских) хозяйствах.....	92
<i>Спатаева С.Б.</i> Налоговый учет как отдельная информационная система, и его связь с финансовым учетом.....	99
<i>Токенова С.М.</i> Интегрированная отчетность- новая модель отчетности для бизнеса.....	102
<i>Турарбеков М.А., Утибаев Б.С.</i> Модели определения теоретической стоимости акций национальных компаний при формировании портфеля IPO.....	107

СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОБЩЕСТВА

<i>Аюпова Г.К.</i> К проблеме межкультурного диалога в творческом наследии казахского мыслителя Шакарима Кудайбердиева.....	113
<i>Изтелеуова Л.И.</i> Роль музеев в культурной идентификации сообщества.....	116

Л.Н. Бурлаков,
к.э.н., доцент КазУЭФМТ,
заслуженный деятель РК

ГОСУДАРСТВЕННАЯ СЛУЖБА В КАЗАХСТАНЕ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Автором статьи проведено краткое исследование теоретических основ становления государственной службы в условиях унитарного государства, представлены предложения по механизмам реализации перспективной модели госслужбы, ориентированной на результат и качественное оказание управленческих услуг, соответствующих актуальным потребностям государственного и социально-экономического развития.

Ключевые слова: административная реформа, государственная служба, зарубежный опыт, карьера, Концепция создания профессиональной госслужбы в Казахстане, «Стратегия - 2050», политические и административные госслужащие, меритократия.

С момента обретения государственной независимости Казахстан, наряду с осуществлением системных экономических и политических преобразований, взял курс на широкомасштабное реформирование всей системы государственного управления в стране.

Начавшийся в Казахстане в начале 1990-х годов процесс государственного строительства сопровождался становлением новых государственных структур и изменением характера деятельности органов государственной власти в новых условиях. Стремительный переход к рыночной экономике и всесторонняя либерализация хозяйственной деятельности оказали значительное влияние на функции и структуру государственного управления.

В результате проведенных широкомасштабных реформ в Казахстане была сформирована система государственного управления, адаптированная к требованиям современной рыночной экономики, был начат процесс передачи центральными органами государственной власти функций и полномочий, а также ответственности в решении большинства вопросов территориального развития местному уровню государственного управления.

В настоящее время Казахстан продолжает масштабное реформирование своей системы государственного управления. Этот процесс является составной частью комплекса меро-

приятий, предусмотренного Административной реформой, и направлен на создание сильного, благополучного, устойчивого и процветающего государства.

Современная эффективная система государственного управления необходима Казахстану для того, чтобы сделать более благоприятными условия для развития отечественного крупного бизнеса, малого и среднего предпринимательства, которые должны стать главным двигателем экономического роста. Это, в свою очередь, позволит нашей стране успешно конкурировать на мировых рынках, создать у себя инвестиционный климат, привлекательный для отечественного капитала и инвесторов, существенно увеличить прямые иностранные инвестиции. Только так можно не только значительно ускорить общий рост казахстанской экономики, но и обеспечить ее диверсификацию в направлении индустриально-инновационного развития.

Ориентиры развития системы государственного управления определены в долгосрочной Стратегии развития нашего государства «Казахстан-2050. «Новый политический курс состоявшегося государства». Одной из ключевых задач государства в данном документе определено создание эффективной современной государственной службы и структуры государственного управления [1].

Успешное решение этих задач предпо-

лагают, что государственное управление должно стать системным, для каждого уровня управления должны быть четко определены функции и полномочия, подкрепленные финансовыми ресурсами, обеспечена межведомственная координация, создана законодательно-правовая база для эффективного функционирования всех уровней власти.

Что касается государственной службы то, как отметил в своем Послании Президент РК, лидер нации Н.А.Назарбаев в стратегии «Казахстан - 2050». «Новый политический курс состоявшегося государства»: «Предстоит сформировать профессиональный государственный аппарат, для которого в соответствии с провозглашением мною сегодня принципами служение народу и государству превыше всего» [1].

Президентом страны подписан Закон о новой системе госслужбы. Он обеспечивает усиление антикоррупционных мер, повышение прозрачности отбора госслужащих, внедрение принципа меритократии, то есть продвижения лучших кадров.

Будет сформирован принципиально новый класс профессиональных управленцев, ответственных за реализацию конкретных направлений государственной политики. Отныне государственный служащий должен будет продвигаться по карьерной лестнице поэтапно, переходя от одной ступени в иерархии власти к другой, совершенствуя свои навыки и повышая свой профессиональный уровень [2].

Поставленные задачи обуславливают необходимость комплексного изучения экономических и институциональных вопросов, связанных с разработкой дифференцированного подхода к формированию казахстанской системы профессиональной государственной службы, в т.ч. сделав заимствования из зарубежного опыта.

В то же время мировой опыт достаточно наглядно демонстрирует, что абсолютно совершенной системы управления государством и эффективной деятельности госслужбы нет ни в одной стране мира. Это наглядно видно из приведенного ниже опыта зарубежных стран.

Соединенные Штаты Америки

Начало современной гражданской службе на уровне федерации было положено в 1883 г. Законом о гражданской службе. Этим актом упраздняясь практиковавшаяся ранее система

«добычи», в соответствии с которой президент, победивший на выборах, мог полностью сместить всех должностных лиц. Закон ввел в действие систему заслуг и конкурсные экзамены для набора на службу и назначения на подавляющее число должностей. В 1978 г. был введен Закон о реформе гражданской службы. В соответствии с ним были созданы: Управление по работе с персоналом, Управление особого советника, Совет по охране системы заслуг. Кроме того было предусмотрено ежегодное проведение оценки работы служащих, была создана Служба высших руководителей (СВР) [3].

В США существует детальная классификация работ и должностей в зависимости от относительной сложности обязанностей и ответственности, к которой тесно привязаны ставки оплаты труда. Служащие, попадающие под юрисдикцию Управления по руководству персоналом, разбиты на 18 разрядов. Их жалование сравнимо с оплатой соответствующего труда в частном секторе [5]. Для СВР установлен особый порядок отбора, поощрения, продвижения, увольнения и пенсионного обеспечения. Набор служащих осуществляется управлением по руководству персоналом. Управление проводит экзамены по установленным программам. Совет по пересмотру квалификации Управления экзаменует старших руководителей. Для занятия должности более высокого разряда служащему также необходимо выдержать экзамен.

Управление отвечает за организацию обучения и повышения квалификации служащих. Оно разрабатывает методики ежегодных оценок работы служащих и контролирует их проведение департаментами и ведомствами [4].

В Законе о Службе высших руководителей определены два типа должностей: карьерные и общие. На карьерные должности могут назначаться лишь кадровые чиновники, что должно обеспечить стабильность госаппарата и «гарантировать его беспристрастность и доверие народа к правительству». Каждому министру дается квота на карьерные должности.

На общие должности могут назначаться представители других профессиональных групп.

Одна из важнейших особенностей СВР - ее гибкий характер. Пройдя квалификационные процедуры отбора и победив в конкурентной борьбе, государственный служащий полу-

чает возможность занимать различные должности внутри СВР, независимо от его первоначальной позиции, вследствие чего эта система не имеет должностных границ.

В 1989 г. был принят закон, согласно которому все карьерные чиновники обязаны проходить аттестацию. По этому поводу в справочнике для членов СВР сказано: «Аттестация имеет своей целью повысить результативность деятельности карьерных членов СВР, в том числе посредством поощрения их творческого развития и с целью оказания помощи тем руководителям, которые испытывают определенные трудности, но обладают потенциалом для достижения хороших результатов» [4].

Франция

В организации государственной службы Франции сочетаются система найма («открытая государственная служба») и система карьеры («закрытая государственная служба»). В соответствии с этим служащие делятся на две группы:

- служащие, не являющиеся чиновниками, работающие в государственных учреждениях по найму;

- служащие-чиновники, постоянно работающие в системе государственной службы, составляющие ее костяк [6].

Чиновником является лицо, назначенное на постоянную должность, включенное в определенный корпус госслужащих и получившее определенный разряд в иерархии административных органов, служб, учреждений государства. Корпус объединяет чиновников, выполняющих одинаковую работу (учителя, инспекторы казначейства, гражданские администраторы и пр.). Войдя в корпус, чиновник может оставаться в нем всю профессиональную жизнь.

Каждому чиновнику присваивается ранг. Ранг - это звание, дающее обладателю право занимать определенные должности. Каждый корпус состоит из многих рангов, которые, в свою очередь, делятся на ступени. Несмотря на взаимозависимость рангов и должностей, полное совпадение между ними необязательно. Карьера чиновника обычно проходит внутри корпуса путем повышения в ступени, ранге или должности. Получение ранга определяется результатами конкурсных экзаменов и прохождением повышения квалификации. Повышение

в ранге зависит от выслуги лет и аттестации. Аттестация является также условием повышения к должности. Для перевода в более высокую категорию необходимо либо решение руководства, либо прохождение конкурса. Конкурс обычно необходим и для перевода в другой корпус [6].

Забота о карьере государственных служащих во Франции начинается уже на этапе обучения. В систему обучения входит ряд специальных учебных заведений. Важнейшее из них - Национальная Школа Администрации (ЭНА) - готовит государственных служащих высшей категории. Окончание ЭНА открывает путь к самым высоким административным должностям. Учебный процесс продолжается более двух лет и рассчитан на активные методы обучения (работа с документами, семинары, контакты со специалистами и др.). Обучение платное. Изучаются дисциплины по следующим направлениям: юриспруденция, административное право, бюджет и налоги, экономика, государственное управление, иностранные языки. Выпускникам школы предоставляются места в администрации с учетом результатов учебы.

Япония

По численности государственных служащих Япония значительно уступает странам западной Европы и США, что связано с относительно небольшими размерами государственного сектора в стране.

Японская государственная служба в зависимости от характера работы делится на две основные группы: «обычная служба» - основная масса чиновников; и «особая служба» - немногочисленный самый верхний слой чиновников государственного аппарата [7].

Назначение на государственную службу производится на основе вступительных экзаменов, которые проводятся по принципу «открытых дверей» с сообщением о времени и месте их проведения в средствах массовой информации. Подобная система была введена в Японии еще в конце XIX в. и действует до настоящего времени практически без изменений. Через конкурсные экзамены проходит и повышение в должности. Японские законы формально дают каждому лицу, поступившему на административную службу, равное право на повышение в должности. Совет по делам пер-

сонала (контролирующий орган при кабинете министров) ежегодно летом проводит конкурсные экзамены на повышение в должности работников «обычной службы», в которых могут участвовать любые лица, находящиеся на нижестоящих постах. Однако существует ряд ограничительных условий, предъявляемых к претендентам на руководящие посты. Главным условием является образовательный ценз. Существующие порядки исключают возможность назначения на посты начальников отделов, департаментов лиц, не имеющих высшего образования. Кроме того успешная сдача экзаменов не означает автоматического назначения на должность. Как правило, требуется как минимум полугодовой испытательный срок, по истечении которого при положительных результатах и происходит назначение.

Служебное положение чиновников определяется должностями, которые они занимают в соответствии со своими рангами, стажем работы и прочими обстоятельствами. От должности, определяющей объем полномочий, зависят размеры жалования, жестко регламентированные специальной шкалой. В соответствии с ней, все чиновники подразделяются на восемь рангов. Каждый ранг, в свою очередь делится на 15 разрядов. Ранг зависит от должности, занимаемой в государственном аппарате, а разряд от стажа работы, образования, служебных характеристик [7].

На государственной службе Японии действует специфическая система «пожизненного найма» (что характерно и для большинства учреждений и предприятий страны). Эта система предполагает длительную (вплоть до ухода на пенсию) службу работающего по найму в одной организации. Его должность и размер жалования напрямую зависит от продолжительности непрерывного стажа.

Данная система предполагает практическое отсутствие межведомственных перемещений чиновников и частые (каждые 2-3 года) перемещения внутри ведомства, что можно считать основными отличительными чертами японской государственной службы.

Обобщая зарубежный опыт, следует отметить, что госслужба каждой страны имеет свою специфику, в зависимости от национальных традиций, обычаев, устоев, а ее реформирование

является перманентным процессом.

Что касается Казахстана, то необходимость реформирования государственного аппарата стала очевидной с начала обретения независимости, но особенно проявилась к 1997 году. При этом в РК существовали достаточно серьезные ресурсы для совершенствования системы государственного управления. Так, достаточно высокий уровень образованности населения Казахстана позволял при наличии соответствующих стимулов привлечь на государственную службу профессиональные кадры. Также определенную поддержку этому процессу оказывали международные организации. При их поддержке была проделана значительная работа по созданию эффективно функционирующей модели государственной службы [8].

18 сентября 1998 г. впервые на всем постсоветском пространстве в Казахстане был образован уполномоченный орган, непосредственно подчиненный и подотчетный главе государства - Агентство Республики Казахстан по делам государственной службы, призванный осуществлять единую государственную политику в этой сфере.

Вслед за этим в довольно сжатые сроки был принят новый Закон «О государственной службе» и 20 подзаконных актов, регламентирующих отношения на государственной службе [8].

Процесс реформирования государственной службы Казахстана характеризовался созданием профессионального государственного аппарата, стимулированием профессионального роста и увольнением с государственной службы людей, не соответствующих определенным требованиям.

В марте 2001 г., по примеру западных стран, в Казахстане было создано Республиканское общественное объединение - Ассоциация содействия государственной службе Казахстана. Целями Ассоциации обозначены содействие справедливому карьерному росту чиновников, установление конструктивного диалога между населением и госорганами, осуществление общественного мониторинга и оценки выполнения законодательства о государственной службе, содействие совершенствованию работы государственного аппарата и предупреждение коррупции.

Приняты Указы Президента Республики

Казахстан, которыми утверждены текст присяги государственного служащего, Правила служебной этики государственных служащих, Правила наложения дисциплинарных взысканий на государственных служащих, Порядок формирования кадрового резерва и другие акты, регулирующие отношения в сфере государственной службы: постановления Правительства о порядке передачи имущества государственных служащих в доверительное управление, акты Агентства Республики Казахстан по делам государственной службы: Правила проведения конкурсов на занятие административных должностей, Типовые квалификационные требования к категориям административных государственных должностей.

К 2010 г. казахстанская модель государственной службы стала сочетать в себе элементы двух существующих в мировой практике систем государственной службы: позиционной и карьерной. Согласно Закону РК «О государственной службе» все государственные должности разделены на политические и административные, введен обязательный конкурсный отбор на государственную службу с целью ликвидации сложившейся патронажной системы отбора и продвижения кадров по принципу личных связей. Если раньше главную роль играли анкетные данные, а нередко - знакомства, то после принятия нового Закона открытые конкурсы стали заметным явлением в общественной жизни. Информация об имеющихся вакансиях, требованиях, заработной плате стала публиковаться в СМИ. При этом основной акцент сделан на внедрение конкурсной системы при поступлении и продвижении по административной государственной службе [9].

Казахстанским подходом к вопросу реформы государственной службы заинтересовались многие страны СНГ - в частности, Россия, Беларусь, Украина, Кыргызстан, Таджикистан и Азербайджан.

К сожалению, процесс развития системы государственной службы характеризуется не только положительной динамикой, но и наличием определенных проблем объективного характера. Таковыми могут считаться:

- проблемы демократизации системы государственной службы и взаимодействия с институтами гражданского общества;

- проблемы ответственности государственных служащих и борьбы с коррупцией в государственных органах;

- недостаточная технологизация процесса оказания государственных услуг;

- проблемы стабилизации и дальнейшей оптимизации государственного аппарата.

Несмотря на проведенные структурные преобразования, сокращение числа государственных органов и их штатной численности, государственный аппарат по-прежнему остается недостаточно гибким и эффективным.

Многоуровневая структура, случаи дублирования функций и размытости задач, стоящих перед государственными органами, иногда приводят к неупорядоченности в вопросах их ответственности и подотчетности.

Случающиеся пересмотры структуры государственных органов и уточнения их задач и функций порой препятствуют развитию межведомственного взаимодействия и интеграции, контроля и координации как внутри государственного аппарата, так и в отношении внешних институтов.

Деятельность государственного аппарата, в особенности на местах, характеризуется недостаточно оперативной адаптацией к быстро меняющейся внешней среде и потребностям общества, не всегда эффективным механизмом принятия решений. В результате репутация деятельности государственного аппарата и государственных служащих в общественном сознании по-прежнему остается недостаточно высокой. Отчасти это обусловлено тем, что недостаточно активно ведется поиск, ограничение и нейтрализация социальных предпосылок коррупции в системе государственной службы.

Исходя из вышеизложенного, руководством страны было принято решение о продолжении процесса реформирования государственной службы в Казахстане.

Принятой в декабре 2012 г. Стратегией «Казахстан-2050» предусматривается повышение качественного потенциала государственной службы, реализация стратегии и координация практической деятельности государственных органов по работе с кадрами, осуществление государственной кадровой политики в республике на основе единых методологических подходов. Профессионализация государствен-

ной службы, основанная на принципах меритократии, эффективности, результативности, транспарентности и подотчетности обществу, выступает важнейшим фактором в обеспечении конкурентоспособности системы государственного управления и качественного оказания государственных услуг населению. В практической плоскости все это обеспечивается Стратегическим планом развития Казахстана до 2020 г., Концепцией правовой политики до 2020 г., Концепцией новой модели государственной службы и действующим законодательством о государственной службе.

Концепция новой модели государственной службы, прежде всего, включает модернизацию понятия «государственная служба», которое должно стать синонимом понятия «служение нации (обществу)» и означать ориентацию на население как потребителя государственных услуг. В связи с этим целями формирования новой модели государственной службы являются:

- 1) эффективная кадровая политика и система управления человеческим капиталом в системе государственной службы;
- 2) высокое качество оказания государственных услуг и эффективность деятельности государственных органов;
- 3) положительный имидж и этика поведения государственных служащих;
- 4) оптимизация государственного аппарата и повышение его эффективности;
- 5) разработка национальных стандартов оказания государственных услуг и внедрение международных систем контроля и менеджмента качества для всех категорий государственных служащих, предоставляющих административные услуги;
- 6) повышение социального престижа и ответственности государственных служащих.

В то же время необходимо заметить, что наблюдается значительная социальная дифференциация по уровню жизни между государственными служащими, с одной стороны, и работниками бизнес-структур и частного сектора, с другой.

Известно, что профессиональная деятельность государственного служащего характеризуется существенным ограничением определенных личных прав и свобод, что, несомненно, требует адекватной социальной компенсации

со стороны государства.

Отсутствие существенных льгот и социальных привилегий делают государственную службу неконкурентоспособной и малопривлекательной для перспективных и высокопрофессиональных кадров. В этой связи, необходимо понимание того, что именно привилегии являются объективной потребностью любой управленческой системы в любом обществе [10].

Поэтому для повышения уровня престижности государственной службы в обществе целесообразно усилить уровень социальной поддержки государственных служащих.

Первое. Одной из острых проблем является разработка стимулирующей системы оплаты труда для государственных служащих, которая будет предполагать:

- 1) ориентирование уровня заработной платы на конечный результат, оперативность и качество работы;
- 2) адекватность уровня заработной платы объему и сложности функциональных обязанностей;
- 3) поэтапное повышение уровня заработной платы и постепенное приближение к уровню частного сектора. К примеру, во Франции, США и Японии, опыт строительства государственной службы которых мы уже рассмотрели, устанавливают нижний порог заработной платы госслужащих в соответствии со средним уровнем заработной платы в частном секторе.

Второе. Требуется доработки вопрос создания дополнительных механизмов обеспечения доступным жильем госслужащих. В целом необходимо изыскание новых механизмов обеспечения доступным жильем государственных служащих на оптимальных условиях, а также привлечения дополнительных источников внебюджетного финансирования жилищного строительства для данной категории лиц.

Третье. Параллельно с этим следует разработать оптимальную модель медицинского страхования государственных служащих.

Четвертое. Тщательного рассмотрения требует вопрос об улучшении условий труда государственных служащих.

Для повышения престижа государственной службы нужно разработать достаточно объемный социальный пакет для государственных служащих, предполагающий поэтапное увели-

чение, включаемых в его состав социальных услуг и предпочтений, а также ежегодное обновление его рыночной стоимости.

Результатом формирования новой модели станет профессиональная государственная

служба, ориентированная на результат и качественное оказание государственных услуг, а также соответствующая актуальным потребностям государственного и социально-экономического развития.

Литература

1. Назарбаев Н.А. Послание Президента Республики Казахстан - Лидера Нации народу Казахстана. Стратегия Казахстан-2050: новый политический курс состоявшегося государства // Казахстанская правда, 14 декабря, 2012 г.
2. Реформа государственной службы в Республике Казахстан // Интернет-ресурс «Евразийский юридический портал» <http://www.eurasialegal.info>
3. Бирд Д. Политические преимущества децентрализации: опыт США. Муниципальное управление // Информационный бюллетень. - 1999. - Вып. №12.
4. Государственная служба в США // Интернет-ресурс <http://www.Xserver.ru/user/gossls>.
5. Административные учреждения штатов и местное самоуправление // Интернет-ресурс <http://www.gosuprava.narod.ra>.
6. Административно-государственное управление: опыт Франции // Проблемы теории и практики управления. - 1997. - №5.
7. Касаткина Н.М. Государственная служба в зарубежных странах. - М., 1996.
8. Реформирование системы государственного управления: зарубежный опыт и Казахстан. Научное издание. - Алматы: КИСИ при Президенте РК, 2005.
9. Спасибо В. Эволюция государственной службы в РК // Интернет-ресурс <http://www.proza.ru/2010/04/04/778>
10. Жангазы Р. Состояние и перспективы системы государственной службы Республики Казахстан. // Интернет-ресурс <http://zhangazy.yvision.kz/post/185614>

Түйін

Бурлаков Л.Н. Әкімшілік реформаның жаңа кезеңі: кәсіби мемлекеттік қызметке деген карьерден. Мақалада ҚР-да мемлекеттік қызметтің қалыптасу үдерісі сараланған.

Summary

Burlakov L.N. New stage of administrative reform : from a quarry to professional government service. In this article, becoming of government service is analysed in Republic of Kazakhstan, taking into account the study of foreign experience of organization of government service and possibility of his use in Kazakhstan.



Вориева З.К.

Doctor of economics,

Expert on regional development,

GDSILtd (Ireland)

UTILIZATION OF WOMEN'S LEADERSHIP POTENTIAL IN CONTEMPORARY ORGANISATIONS

In this paper one of the actual issues of our society was analyzed which is called the management of people within organizations. Within the framework of this theme the scarcity of women in the leadership positions and its reasons are considered. In compliance with this the importance of utilization of women's leadership potential in contemporary organisations is examined on the basis of leadership theories. Considering this situation the author proposes to remove obstacles on the way to utilize women's leadership potential. The main findings of the report have been made on the basis of the literature review.

Keywords: women's scarcity, competitiveness, investment, women's leadership potential.

Introduction. Challenges that organisations face in contemporary globalised environment is related to implementation of strategies which can raise their competitiveness. In this context under usage of women's potential for leadership can be evaluated as a waste of human resources. As Appelbaum and colleagues (2005 p. 43) write, 'by failing to maximize the potential of their female employees, organizations lose in two ways. First, they do not fully benefit from the unique talent and perspective that women can impart... Secondly, organizations get a poor return on their investment by driving out those that they have spent time and money training'.

Hence, this research was aimed at evaluating women's scarcity in the leadership positions as an issue of discrimination. In compliance with this aim the following research objectives were formulated: to outline statistical evidences of underrepresentation of women in top positions and theoretical approaches to this phenomenon description; to speculate about the importance of utilization of women's leadership potential in contemporary organisations on the basis of leadership theories; to identify obstacles in female leaders' contemporary organisations on the basis of leadership theories; to identify obstacles in female leaders' scarcity and to suggest some proposals to overcome the revealed obstacles.

The main findings of the report have been made on the basis of the literature review. To support the research statements, some articles of contemporary scholars, practices of companies' functioning and research papers of some official bodies have been used.

Scarcity of women in leadership positions.

Despite the fact that women constitute approximately one half of potential workforce, they are still underrepresented in leadership positions. In 2011, in particular, women occupied 16.1% of board seats in large companies of the United States compared with 15.7% in 2010 (Catalyst 2011). In accordance with 2011 Catalyst Census: Fortune 500 Companies, 'in both 2010 and 2011, less than one-fifth of companies had 25 percent or more women directors, while about one-tenth had no women serving on their boards' (Catalyst 2011 p. 1). These figures are related to at least three important notions. Firstly, that so called 'glass ceiling' effect, which has been introduced by Wall Street Journal, exists 'as an invisible but powerful barrier that allows women to advance only to a certain level' (Carli and Eagly 2001 p. 630). This concept was widely theorised and empirically evidenced by psychologists (Grout et al. 2007). Secondly, 'leaking pipeline' theory also confirms that the number of female leaders declines the higher the position becomes (PricewaterhouseCoopers 2008). Thirdly, it means that 'discrimination due to gender affects the largest population group and workplace discrimination is most apparent in the areas of job recruitment, promotion, remuneration and job assignment' (Harel et al. 2003 p. 249). So, in the next paragraph of the report, the significance of encouraging of women into the leadership positions will be considered.

The importance of utilisation of women's leadership potential in contemporary organisations. Astin and Leland, cited in Aldoory and Toth

(2004 p. 158), define leadership ‘as activity aimed at bringing about change in an organisation or social system to improve people’s life’. McWhinney, also being cited in Aldoory and Toth (2004) thinks, that leadership styles constitute the basis of current leadership theories, and that the most deliberated leadership styles are transactional and transformational leadership. Buchanan and Huczynski (2010 p. 617) emphasize, that ‘transactional leaders see their relationships with followers in terms of trade, swaps or bargains’, and that ‘transformational leaders are charismatic individuals who inspire and motivate others to perform ‘beyond contract’. It must be noted, that transformational leadership is recognized as the most popular in terms of conformity to challenges of globalization because it involves the following ‘Four Is’:

- Intellectual stimulation: encourage others to see what they are doing from new perspectives.
- Idealized influence: articulate the mission or vision of the organization.
- Individualized consideration: develop others to higher levels of ability.
- Inspirational motivation: motivate others to put organizational interests before self-interest. (Buchanan and Huczynski 2010 p. 618)

Eagly and Johannesen-Schmidt (2001p. 791) have found out that women manifest ‘idealized influence, inspirational motivation, and individualized consideration’ more than men. ‘In contrast, men exceeded women on the transactional scales’ (Eagly and Johannesen-Schmidt 2001 p. 793). It means that women’s leadership style can raise the effectiveness of organisations in contemporary changing environment. Moreover, in accordance with current globalized trends toward flatter organisational structures and toward team-based management women’s leadership style should benefit organisations (Appelbaum et al. 2003, Powel 2002).

Reasons of female scarcity in leadership positions. Jackson (2001) in relation to the barriers, which prevent women’s promotion to leadership positions, asserts that they are rooted in corporate culture. She describes corporate culture as a ‘pattern of basic assumptions developed as a group or organization learns to cope with environment’ (Jackson 2001 p. 31).

Most contemporary organisations’ cultures have adopted the perception that a leader is associated with male gender while the follower - with female

one. These stereotypes serve as a barrier and create negative attitudes toward a woman in power position. Scholars also note some barriers for women to share benefits of informal networking (e.g. ‘old boy’ network). Gender related biases in corporate cultures might bring to low ranks in supervisors’ evaluations of female employees. In addition to it, there is a tendency to delegate less significant or routine projects to women. Moreover, there are some issues related to personal style. For example, women’s socialized linguistic style (that is: asking more than ordering) which are often evaluated negatively. Similar obstacles are met in the field of professional style. Indeed, if a woman tries to act more aggressively like a man, such kind of behaviour is usually evaluated negatively. And if she tries to act like a female leader, it is again evaluated negatively as weakness and ineffectiveness (Jackson 2001).

A good example of such kind of corporate culture biases is provided by Eagly (2005 p. 464) in relation to women-conductors.

Conducting is such a male-dominated field that when a woman conductor comes through with the right amount of charisma and talent that it takes whether you are male or female to do the job, she has to push her talent and her charisma so far that some of her natural qualities as a woman are lost. And that can be disturbing and disappointing (Symphony Orchestra Institute, 1998, p. 75).

Tokenism in organisational culture is another reason of women’s isolation in their movement toward leadership. It means that in organisations with skewed sex ratio usually appears two groups: ‘dominants’ and ‘tokens’. Tokens (as a rule, they are women in upper management) experience more performance related pressure and they are the subject for frequent scrutiny, as they are noticeable group in the organization (Oakley 2000).

Corporate practices which are not aimed to support women’s promotion are also the reasons of female scarcity in top positions. For example, a candidate to be promoted to a CEO position must have some line experience (e.g. marketing). But usually these career options are not proposed to women in mid-career, because companies do not facilitate such kind of movement. Thus women do not have this traditional prerequisite for CEO position. Another reason is related to the absence of affirmative action programs to promote women to

leadership positions in organisations. Corporate practices still demonstrate reluctance to promote diversity, including executive educational programs for women and adequate mentorship. Similarly, women in managerial and top positions are usually less paid than their male colleagues. They also receive less time off for career training and fewer shares of stock holding. These compensation practices function as signs that women are less likely to be promoted to the top. (Oakley 2000)

In this paper following theoretical foundation for addressing revealed negative effects is proposed. In particular, this paper uses non-traditional theoretical approach to gender. From this viewpoint 'gender is neither an individual characteristic nor simply a basis for discrimination' (Ely and Meyerson 2000 p.113). Gender is seen as 'a complex set of social relations enacted across a range of social practices' in organisations (Ely and Meyerson 2000 p.113). So, proposals to address women's scarcity in top positions should be directed to the field of corporate culture. In this field only incremental and long term strategies can be fruitful

The next section of the paper will be devoted to outlining proposals to address the revealed obstacles to women's leadership.

Proposals to remove obstacles on the way to utilize women's leadership potential. In accordance with non-traditional approach to gender this report suggests that organisations should promote an essential type of culture to support institutional leadership development efforts. The theoretical concept of a 'leadership development culture' (Amagon 2009 p. 990) which is similar to the concept of learning organisation can be used as a ground for incremental interventions. It means that organisations should facilitate permanent learning activities to implement comprehensive leadership development program into the cultural fabric of the organisation. The report 'Successful initiatives for breaking the glass ceiling to upward mobility for minorities and women' suggests using a combination of the following initiatives in the context of leadership development culture: removal of cultural and environmental barriers to minorities' and women's advancement; early identification of high-potential minorities and women; leadership development programs that emphasize lateral moves and line experience and provide meaningful assignments as opposed to one-shot training events; and, flexibility in arranging

work schedules and sites (U.S. Department of Labor, Glass Ceiling Commission 1993 p. 2).

Bickel (2002) shows how the leadership development culture concept was implemented by the Association of American Medical Colleges (AAMC). AAMC, in particular, recognizes a great role of department chairs (which can be seen as managers) to develop female faculty. There are special requirements for them: to suggest succession plans, which are aimed to remove glass ceilings for women and minorities; to facilitate diversity; to use the assistance of organisational development experts and ombudspersons. AAMC established awards for chairs that succeeded in the department diversity sphere. Annual reports are used to evaluate organisational initiatives in this sphere. Another AAMC initiative is related to offering advising and mentoring programs for female junior faculty. For reaching this objective AAMC publishes special handbooks for mentors and facilitates the procedure of mentor's evaluation. It is interesting that AAMC has identified that women faculty is often involved into 'soft science' (research on prevention), while grants are more available in 'hard science' (related to 'discovery'). AAMC has had a purpose to make scholarships more available to women faculty, and re-examined current schemes of their granting. (Bickel 2002)

The AAMC example shows that leadership development culture should be embedded in the fields of: selection and assessment of personnel; leader's responsibilities; women's work motivation; training facilitation; and career management. It is obvious that successive implementation of women's advancement requires introduction of intra organisational systemic research and reporting practices related to this issue. This case indicates that women advancement supporting initiatives should be implanted into the long-term organisational development strategy as well as into the organisation's performance management system.

So, it could be seen that leadership development culture calls to changes in Human Resource Management (HRM) practices. In accordance with Shen et al. (2009 p. 239) they include 'recruitment and selection, training and development, performance management and pay'. Shen and colleagues suggest 'managing diversity' concept as an approach to develop HRM strategies and policies in this context. They argue, that 'managing diversity

is premised on recognition of diversity and differences as positive attributes of an organization, rather than as problems to be solved' (Shen et al. 2009 p. 236). These scholars explain that HRM in contemporary organisations should be concerned not only with equal employment opportunity. Shen and colleagues argue that diversity values should be used to facilitate operational, tactical and strategic levels of HRM practices. Some examples of managing diversity through strategic HRM practices presented below.

The 'Successful initiatives for breaking the glass ceiling to upward mobility for minorities and women' report emphasises that HRM strategic initiatives are important to address glass ceiling issues. The report indicates, in this respect, that leadership and career development and accountability programs are fruitful initiatives to support women's leadership. Leadership development initiative includes establishment of two types of plans: strategic plan for organisational development and succession plan for employees. The first includes career development tools which are unique to organisational culture: rotational job assignments, field experience, and terms of advancement. The second - clear time bounded objectives for employees' career development with identification of learning and practice activities and criteria for performance measurement. Accountability programs are designed for managers to take responsibilities to match talented women with career opportunities. These programs introduce goal and performance indicators setting procedures for managers and financial incentives for them. These HRM strategic initiatives are also aimed to facilitate diversity values implementation into the organisational culture. (U.S. Department of Labour, Glass Ceiling Commission 1993)

The next important theoretical concept of 'leadership development as identity work' (Ely, Ibarra, and Kolb 2011 p. 475) can be used to propose women-only trainings. As Ely and colleagues argue, their 'framework is distinctive by showing how gender shapes women's path to leadership without either victimizing or blaming women, while at the same time cultivating in women a sense of agency' (Ely, Ibarra, and Kolb 2011 p. 475).

Thus, in accordance with these scholars 'women-only management training' can be seen as a way to help women to demolish glass ceiling. Vini-

combe and Singh (2002) propose to design such programmes as supplementary (elective courses) to MBA programme or as separate development programme for managers. Women-only management training design takes into consideration women's socialized way of learning; women's values and sense of self. This training helps women-managers to become more effective and to work over social-psychological issues. The objectives of women-only programme are: to identify participant's attitudes to work and personal roles; to analyse their previous managerial experience emphasizing gender issues; to give advice on strengthening their managerial style; to teach women to apply power and politics studies into their practice; to provide guideline for career management and belief in themselves; to compare participants' experiences with other women's career in the same or senior positions (Vincic and Singh 2002).

The value of women-only management training is in its social-psychological orientation. Contemporary labour market needs special institutions to socialise female half of workforce to be more efficient and authentic.

In addition to 'women-only training' initiative, style advisement should be taken into consideration. As Vinkenburg and colleagues (2011 p.18) on the basis of their research argue, 'for women inspirational motivation and individualized consideration were regarded as equally important for promotion. Thus, a woman seeking advancement would be well advised to manifest both aspects of transformational leadership'. They also claim, that 'individualised consideration provides means for women to mitigate backlash against agentic women (Rudman & Glick, 2011) and to display leadership behaviours that are congruent with the female gender role' (Vinkenburg et al. 2011 p. 18). This approach is also important to address challenges of authenticity in leadership. It means that leaders should be legitimized by their subordinates to represent common values. As Eagly (2005 p. 472) states, 'the design of training programs that address the interpersonal processes through which relational authenticity emerges can further increase the odds that women and other outsiders achieve success as leaders'.

The next tool in the framework of 'leadership development as identity work' is associated with mentoring relationships, which are seen as crucial for women's advancement. Burke and McKeen

(1990 p. 318) quoted the idea of Collins on mentoring as a 'one-to-one relationship between a more experienced person and an inexperienced person, and only until the latter reaches maturity'. Theoretical basis for mentoring is related to developmental relationship and relationship constellation concepts. As the scholars suppose, the main requirements for successive mentorship are: the ability of mentors to fulfil their obligations and the existence of talents in apprentices. Thus, organisations, creating formal mentor programs should facilitate them carefully. Cross-gender mentoring programmes for women, in particular, can be affected by norms regarding cross-gender relationships. Clawson and Kram, cited in Burke and McKeen (1990 p. 327) describe it 'as a "developmental dilemma"; that is, the desire to develop one's subordinates demands a close relationship, but the desire to avoid complications demands a distance from them'. So, these issues should be discussed in organisation to provide an optimal level of relationships without compromising of participants. (Burke and McKeen 1990).

Thus, it can be noted that there are a lot of initiatives which can be used to eliminate glass ceiling problems in women's leadership. They address managerial issues of female leaders' discrimination. And it will result in the implementation of diversity values into organisational cultures; removal of psychological and behavioural obstacles in ad-

vancement of women; matching career opportunities for talented female employees and enhanced organisational effectiveness.

Conclusion. This paper was aimed at evaluating discriminatory aspects of women's scarcity in leadership positions. Statistical evidence of women's underrepresentation was interpreted through 'glass ceiling', 'pipeline leakage' and gender discrimination concepts. In accordance with leadership theories it was argued that women's leadership style is useful to raise organisational effectiveness and address issues of team based management and flatter organisations. It was revealed, that the main barriers for women in reaching top positions are the following: gender related stereotypes; personal and professional style limitations; lack of informal networking benefits; tokenism; constraints in obtaining line experience; absence of leadership development programs; underpayment. Some proposals were made to address these people management related issues and to remove the mentioned obstacles in women's advancement. They are: organisational culture changing; mentoring; 'women-only management trainings'; improvement of selection and assessment of personnel; enhancing leader's responsibilities; work motivation of women; leadership style trainings; career development and accountability programs.

Bibliography

ALDOORY, L. and TOTH, E., 2004. Leadership and gender in public relations: perceived effectiveness of transformational and transactional leadership styles. *Journal of public relations research*, 16(2), pp. 157-183.

AMAGON, F. 2009. Leadership development and leadership effectiveness. *Management Decision*, 47(6), pp. 989-999.

APPELBAUM, S., H., AUDET, L. and MILLER, J., S., 2003. Gender and leadership? Leadership and gender? A journey through the landscape of theories. *Leadership & Organizational Development Journal*, 24(1), pp. 43-51.

BICKEL et al., 2002. Increasing women's leadership in academic medicine: report of the AAMC project implementation committee. *Academic Medicine*, 77(10), pp. 1043-1061.

BUCHANAN, D., A. and HUCZYNSKI, A., A., 2010. *Organizational behaviour*. 7th ed. Harlow: Pearson Education Ltd.

BURKE, R., J. and MCKEEN, C., A, 1990. Mentoring in organizations: implications for women. *Journal of business ethics*, 9, pp. 317-332.

CARLY, L. and EAGLY, A., H., 2001. Gender, hierarchy and leadership: an introduction. *Journal of Social Issues*, 57(4), pp. 629-636.

CATALYST, 2011.2011 *Catalyst census: Fortune 500 Women Board Directors*. [online]. New

York. Available from: http://www.catalyst.org/file/533/2011_fortune_500_census_wbd.pdf [Accessed 01 December 2012].

EAGLY, A., H. and JOHANNESSEN-SCHMIDT, M., C., 2001. The leadership styles of women and men. *Journal of social issues*, 57(4), pp. 781-797.

EAGLY, A., H., 2005. Achieving relational authenticity in leadership: does gender matter? *The Leadership Quarterly*, 16, pp. 459-474.

ELY, R., J., IBARRA, H. and KOLB, D., M., 2011. Taking gender into account: theory and design for women's leadership development programs. *Academy of Management Learning and Education*, 10(3), pp. 474-493.

ELY, R., J. and MEYERSON, D., E., 2000. Theories of gender in organizations: a new approach to organizational analysis and change. *Research in Organizational Behaviour*, 22, pp. 103-151.

GROUT, P., A., PARK, I., U. and SONDEREGGER, S., 2007. *An Economic Theory of the Glass Ceiling*. Bristol: The centre for market and public organisation.

HAREL, H., TZAFRIR, S., S. and BARUCH, Y., 2003. Achieving organizational effectiveness through promotion of women into managerial positions: HRM practice focus. *The International Journal of Human Resource Management* 14(2), pp. 247-263.

JACKSON, J., C., 2001. Women middle managers' perception of the glass ceiling. *Women in Management Review*, 16(1), pp. 30-41.

OAKLEY, J., G., 2000. Gender-based barriers to Senior Management positions: understanding the scarcity of female CEOs. *Journal of Business Ethics*, 27, pp. 321-334.

POWELL, L., 2002. Shedding a tier: flattering organisational structures and employee empowerment. *International journal of educational management*, 16(1), pp. 54-59.

PRICEWATERHOUSECOOPERS, 2008. The leaking pipeline: Where are our female leaders? N/A: PricewaterhouseCoopers.

SHEN, J. et al., 2009. Managing diversity through human resource management: an international perspective and conceptual framework. *The International Journal of Human Resource Management*, 20(2), pp. 235-251.

U.S. DEPARTMENT OF LABOUR, GLASS CEILING COMMISSION, 1993. *Successful initiatives for breaking the glass ceiling to upward mobility for minorities and women*. New York: School of Industrial and Labour Relations, Cornell University.

VINNICOMBE, S. and SINGH, V., 2002. Women-only management training: an essential part of women's leadership development. *Journal of Change Management*, 3(4), pp. 294-306.

VINKENBURG, C. J. et al., 2011. An exploration of stereotypical beliefs about leadership styles: is transformational leadership a route to women's promotion? *The Leadership Quarterly*, 22, pp. 10-21.

Резюме

В данной научной работе автор рассматривает важнейшую для общества проблему управления человеческим капиталом в организациях. В рамках этой темы анализируется недостаток женщин в руководящих должностях и его причины, а также важность использования женского лидерского потенциала в современных организациях на основе теории лидерства.

Түйін

Бұл ғылыми жұмыста автор қоғамға маңызды болған мекемелердегі адам ресурстарын басқару мәселесін қарастырады. Бұл мәселе шеңберінде әйелдердің басшылық қызметтегі кемшілігі мен оның себептері, сонымен қатар жетекшілік теориясы негізінде қазіргі ұйымдардағы әйелдердің жетекшілік әлеуетінің қолданылу маңыздылығы талданады.



Б.Т. Аймурзина,

д.э.н., доцент

КазУЭФМТ

**ПРОБЛЕМЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ
НАЛОГОВО-БЮДЖЕТНОЙ СИСТЕМЫ РК**

В статье рассмотрены важные проблемы и особенности развития налогово-бюджетной системы в современных условиях РК. Проведен анализ структуры налоговых поступлений государственного бюджета за последние годы. Даны предложения по совершенствованию налогово-бюджетной политики в Казахстане.

Ключевые слова: налоги, налоговая система, налоговое администрирование, налоговая политика, бюджет.

Цель налоговой политики государства должна отражать ее тесное единство с бюджетной политикой страны, суть которой - обеспечение экономического развития государства и оказание первостепенного влияния на мобилизацию финансовых ресурсов. В этой связи одной из ключевых задач становится проблема фор-

мирования такой системы приоритетов налоговой политики, которая при наименьших затратах на ее осуществление позволит не только обеспечить пополнение доходной части бюджетов всех уровней, но и достичь сбалансированности доходов с расходами бюджетов в среднесрочной и долгосрочной перспективе.

КАЗАК ЭКОНОМИКА, ҚАРЖЫ ЖӘНЕ ХАЛЫҚАРАЛЫҚ САУДА УНИВЕРСИТЕТІНІҢ ЖАРШЫСЫ, 2013. - №3.



Рис. 1 - Приоритеты налоговой политики как проявление функций налога

Однако современная налоговая политика государства характеризуется недостаточностью обратной связи с субъектами налоговых отношений, так как не учитывает влияния мер политики на их поведение в налоговой сфере, что приводит к существенным финансовым потерям при реализации приоритетов политики.

Современная налоговая политика Казахстана направлена на создание благоприятной предпринимательской среды, реализацию стратегических целей развития страны и создание условий для дальнейшего стабильного социально-экономического развития.

В целях упрощения исполнения налогоплательщиками налоговых обязательств и улучшения условий для ведения бизнеса предусмотрен значительный комплекс норм по совершенствованию налогового администрирования.

Взаимосвязь долгосрочных и среднесрочных целей налоговой политики оказывает влияние на налоговую систему через налоговый механизм и взаимосогласование функций налога (рис. 1) как основного структурного компонента налоговой системы [1].

Как известно, основной целью фискальной политики является пополнение доходной части бюджета. Так, при плане по доходам республиканского бюджета на 2012 г. в сумме 4729,8 млрд тенге фактически поступило 4763,4 млрд тенге, или 100,7 % к годовому плану. В общей сумме доходов налоговые поступления составили

62,5%, неналоговые поступления - 5,2%, поступления от продажи основного капитала - 0,4%, поступления трансфертов - 31,9%.

Структура поступлений в государственный бюджет налогов и платежей в 2012 г. показывает, что на сегодняшний день почти более 95% дохода казахстанского бюджета формируют налоговые поступления. Значительную долю налоговых поступлений в государственном бюджете занимает корпоративный подоходный налог: в 2008 г. он составил 32,7% всех поступлений, в 2009 - 28,9% и в 2010- 28,5%, 2011 - 26,4% и 2012 г. - 25,4%. На втором месте по размерам поступлений составляет налог на добавленную стоимость: в 2008 г. его удельный вес в общем объеме налоговых поступлений составил 22,7%, в 2009 - 23,2%, в 2010 - 23,1%, 2011 - 21,7% и 2012 г. - 22,3%. Индивидуальный подоходный налог составил 9,5% структуры налоговых поступлений в 2008 г., в 2009 г. этот показатель вырос до 12,1%, а в 2010 г. снова снизился до 10,6%, в 2011 г. - 9,4% и в 2012 г. - 10,7%. Акцизы имеют небольшую долю налоговых поступлений. В налоговых поступлениях государственного бюджета в 2008 г. акцизы составили 2,0%, в 2009 - 2,6%, 2010 - 2,1%, 2011 - 1,9% и в 2012 г. - 2,3% (рис. 2).

Исполнение плана по налоговым поступлениям составило 100,8%, или при плане 2951,7 млрд тенге в бюджет поступило 2975,6 млрд тенге.



Рис. 2 - Структура налоговых поступлений государственного бюджета за 2008-2012 гг, %*

* Составлено автором по данным Министерства финансов РК

В рамках бюджетного процесса, с учетом поставленных Главой государства задач в Послании народу Казахстана «Социально-экономическая модернизация - главный вектор развития Казахстана», были определены новые инициативы расходов, направленные на реализацию приоритетов социально-экономического развития на трехлетний период, и сформирован перечень приоритетных бюджетных инвестиций.

В последнее время прослеживается устойчивая тенденция многократного увеличения объема выделяемых из республиканского бюджета субвенций и числа субвенциальных областей, то есть идет процесс перехода областей из категории «доноров» в категорию «реципиентов». С годами субвенции местным бюджетам на 2012-2014 гг. составят 880,6 млрд тенге, 865,8 млрд тенге и 1 027,8 млрд тенге соответственно. Финансовая самостоятельность местных органов власти в Казахстане по параметру «местные налоги» составляет 36,7% в 2009 г., 35,3% в 2010 г., 36,8% в 2011 г. и в 2012 г. 37,0% от общей суммы доходов. Передача корпоративного подоходного налога в республиканский бюджет, начиная с 2002 г., явилось оправданным решением в виду того, что данный налог порождал неравенство регионов в формировании своих доходов в зависимости от своего промышленного потенциала.

Практика показывает, что официальные трансферты и средства из Резерва Правительства РК в бюджете отдельных регионов составили от 50 до 70% от объема бюджета. В частности, в Жамбылской области удельный вес официальных трансфертов составил 70,6% от всех поступлений, Кызылординской области - 55,0%, Южно-Казахстанской области - 52,4%. Кроме того, действующая система межбюджетных трансфертов, служащая инструментом бюджетного выравнивания на местном уровне

государственного управления, воспринимается как непрозрачный механизм выравнивания местных бюджетов, ограничивающий экономические стимулы развития регионов и приводящая к различным нарушениям при использовании бюджетных средств [2].

Так, Счетным комитетом по контролю за исполнением республиканского бюджета в 2012 г. выявлены нарушения при использовании местными исполнительными органами целевых трансфертов, выделенных из республиканского бюджета. Общая сумма выявленных нарушений бюджетного законодательства - 125 459,3 млн тенге, среди них:

- необоснованное использование бюджетных средств;
- неэффективное использование бюджетных средств;
- недостачи товарно-материальных ценностей и денежных средств;
- нецелевое использование бюджетных средств;
- нарушение правил ведения бюджетного учета, составления финансовой отчетности, нарушение процедур государственных закупок [3].

Комитетом финансового контроля Министерства финансов РК в 2012 г. было проведено 6 817 контрольных мероприятий, в ходе которых контролем охвачено 5 290 объектов контроля, в том числе 497 государственных учреждений, финансируемых из республиканского бюджета, 3 043 государственных учреждений, финансируемых из местных бюджетов и 1 750 хозяйствующих субъектов. Общая сумма нарушений бюджетного законодательства за отчетный период составила 333 496,3 млн тенге [4].

Динамика результатов контроля исполнения республиканского бюджета по государственным учреждениям за 2011-2012 гг. приведена в таблице 1.

Таблица 1 - Результаты контроля исполнения республиканского бюджета по государственным учреждениям за 2011-2012 гг., млн тенге,*

Наименование показателей	2011 год	2012 год
1	2	3
количество объектов, охваченных контролем	554	497
сумма выявленных финансовых нарушений, всего	21 992,7	39 990,2
<i>в том числе:</i>		
недостача товарно-материал. ценностей и денежных средств	363,6	114,4

Продолжение таблицы 1

1	2	3
необоснованное использование бюджетных средств, грантов, гарантированных государством займов, денег от реализации госучреждениями товаров (работ, услуг), остающихся в их распоряжении	20 461,5	32 373,3
нецелевое использование бюджетных средств	70,9	0,3
неэффективное использование бюджетных средств	875,2	7 428,4
нарушения по поступлениям в бюджет	221,6	73,9
Сумма нарушений, правил ведения бюджетного учета и составления финансовой отчетности	11 466,1	4 423,4
Нарушения законодательства о государственных закупках	36 595,3	38 881,0

* Данные Правительства РК

Как показывает таблица 1, основными показателями нарушений бюджетного законодательства являются необоснованное использование бюджетных средств, грантов, гарантированных государством займов, денег от реализации государственными учреждениями товаров (работ, услуг), остающихся в их распоряжении и неэффективное использование бюджетных средств.

Дискуссионной проблемой также является и действующая система бюджетных изъятий, которая зачастую имеет отрицательный эффект на стремление регионов значительно пополнять доходную часть своих бюджетов.

Бюджетные изъятия (изъятия из местных

бюджетов в республиканский бюджет) запланированы на 2012-2014 гг. в размере 102,1 млрд тенге, 121,1 млрд тенге и 140,2 млрд тенге соответственно (рис. 3).

На 2012 г. объемы бюджетных изъятий из областных бюджетов, бюджета города Алматы в республиканский бюджет предусматривались в сумме 102,1 млрд тенге, в том числе, Атырауской области 39,5 млрд тенге, Мангистауской области 16,1 млрд тенге, города Алматы 46,6 млрд тенге.

За последние годы состав основных бюджетных доноров не изменяется, что объясняется наличием и концентрацией в этих областях природных, людских и финансовых ресурсов.

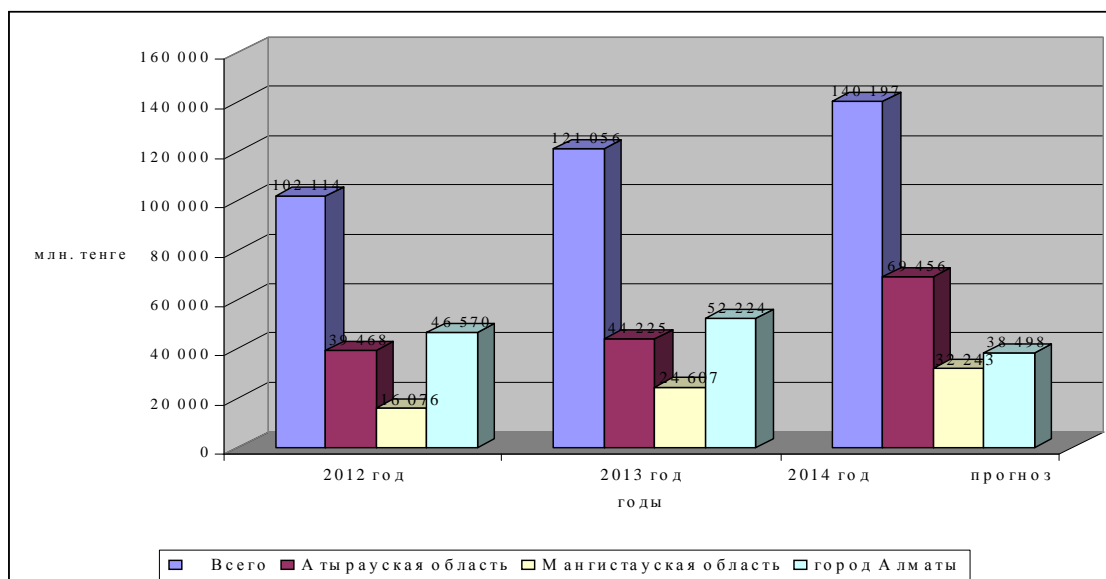


Рис. 3 - Бюджетные изъятия за 2012-2014 гг., млн тенге

Таким образом, решение проблем финансовой самостоятельности регионов республики должно быть нацелено на стимулирование развития собственной налоговой базы, создание стимулов для местных властей в укреплении собственных источников формирования местных бюджетов.

Опыт развитых стран показывает, что к настоящему времени достигнут практически максимальный уровень налоговых изъятий в бюджет. Поэтому дальнейший рост налоговых доходов в основном возможен за счет изменения структуры налогов и обеспечения на этой основе зависимости их роста от роста ВВП. Среди развитых стран выделяется группа стран, придерживающихся политики либерализации, с относительно небольшими показателями налоговой нагрузки в пределах 30-40% (США, Япония, Канада, Великобритания, Испания и др.), соотносимые с показателями налоговой нагрузки в нашей стране [5]. Однако при относительно сравнимых показателях налоговой нагрузки наша страна существенно отстает по среднедушевым показателям дохода насе-

ления. В связи с этим, для комплексного изучения состава совокупной налоговой нагрузки на экономику необходимо тщательнейшим образом изучить факторы, причины и специфику формирования данного показателя в отраслевом, структурном и территориальном аспектах, а также с учетом специфических факторов социально-экономического развития страны.

С этой целью основными приоритетными целями налогово-бюджетной политики должны быть:

- обеспечение необходимого уровня поступления доходов в бюджетную систему страны;
- создание стимулов для увеличения налоговых поступлений;
- соблюдение своевременности и полноты поступлений налогов в бюджет;
- поддержание социального равновесия в стране налоговыми методами;
- создание справедливых условий и соответствующих стимулов для налогоплательщиков в различных экономических условиях;
- оценка эффективности налогового механизма на каждом этапе развития страны.

Литература

1. Надточий Е.В. Налоговая политика государства в сфере взаимодействия субъектов налоговых отношений/Е.В. Надточий//Terra Economicus// Экономический вестник Ростовского государственного университета. - 2012. - Т. 10. - № 2. - Ч. 2. - С. 74-76.
2. Гражданский бюджет 2012-2014 гг.
3. Отчет Счетного Комитета об исполнении республиканского бюджета за 2011 г.
4. Отчет Правительства РК за 2012 г.
5. Калинина О.В. Принципы и методы социально-ориентированного развития налоговой политики Российской Федерации/ Автореф. дисс. на соиск. учен. степ. д-ра экон. наук. - Иваново, 2012. 36 с.

Түйін

Осы мақалада Қазақстан Республикасының салық-бюджеттік жүйесінің негізгі бағыттарын жетілдіру проблемалары қарастырылған. Мемлекеттік бюджетке түсетін салықтық түсімдердің соңғы жылдардағы құрылымына талдау жүргізілді. Республикалық бюджеттің атқарылуын бақылау жөніндегі Есеп комитеті қызметінің нәтижелері қарастырылған. Салықтық-бюджеттік саясаттың қазіргі таңдағы мақсаты мен негізгі бағыттары анықталған.

Summary

In this article the main problems of the fiscal system in the Republic of Kazakhstan. The analysis of the structure of the tax revenue of the state budget in recent years. The data of the Accounts Committee for Control over Execution of the Republican Budget. The basic priorities and objectives of fiscal policy at the present stage.



С.Ж. Галиев, д.т.н., проф., чл-корр. НАН РК
С.А. Жумабекова, к.э.н.,
Э.Б. Шукитова, магистр
АО «Казахстанский институт развития индустрии»

АКТУАЛЬНОСТЬ НАУЧНОГО ПОДХОДА В РЕАЛИЗАЦИИ ПРОМЫШЛЕННОЙ ПОЛИТИКИ КАЗАХСТАНА

Статья посвящена необходимости дальнейшего совершенствования методической основы промышленной политики в Казахстане. Учитываются результаты реализуемых государством стимулов и мер по модернизации промышленности. Проанализирован опыт модернизации различных стран.

Ключевые слова: ГПФИИР, модернизация, отрасли промышленности, сектора промышленности, промышленная политика, промышленность.

Вопросам теоретического и методологического обоснования категории «промышленная политика», принципам ее формирования, видам и типам, концепциям развития в настоящее время уделяется большое внимание как в отечественной, так и в зарубежной литературе. В особенности этот вопрос нарастает в странах СНГ в связи с началом процессов углубленной индустриализации. Ряд авторов среди которых: С. Авдашева [1], В.Архангельский [2], В.М. Гильмундинов [3], С. Губанов [4], Б. Плышевский [5], Д. Травин [6], С. Сулакшин, О. Сухарев, Н. Цикорев, В. Яковлев и др. - рассматривают данную проблему с различных точек зрения. При этом присутствует значительное различие в их взглядах на промышленную политику от ее пассивной характеристики, встречающейся в либеральной теории рынков до активной - в кейнсианской теории. Среди западных рубежных исследователей своей бизнес-ориентированностью в промышленной политике выделяются М. Портер, М. Бест, Г. Шмален и др. [7-9]. В ряде работ освещается зарубежный опыт ее реализации, например, Ю. Иванов, В. Княгинин, П. Щедровицкий [10-12]. Методы, формы и инструменты реализации промышленной политики рассматриваются в работах [13-18], затрагивающих аспекты региональных промышленных политик, соответствующих концепций, законов, программ и стратегий промышленного развития.

Проблемам отечественной промышленности, а также промышленной политики в управлении экономикой государства значительное внимание уделяется в работах казахстанских

ученых А.Есентугелова, Ж.А.Кулекеева, А. Канатчиновой, М.Кажыкена и др. [19-22].

Экономика РК, в особенности ее промышленность, является частью мировой хозяйственной системы. Однако Казахстан интегрирован в нее преимущественно как поставщик сырья и продуктов низкого передела. В частности, структура экспорта красноречиво свидетельствует о том, что страна специализируется на поставке углеводородного и минерального сырья, продукции металлургии первого и второго переделов. Вместе с тем давно ясно, что эффект от интеграции зависит в значительной степени от технического и технологического состояния отечественных предприятий, уровня развития транспортно-логистической, энергетической, производственной и научно-образовательной инфраструктуры, а также ряда других факторов, влияющих на конкурентоспособность продукции.

Практически все аспекты развития отечественной промышленности легли в основу реализуемой Государственной программы по форсированному индустриально-инновационному развитию Казахстана на 2010-2014 гг. (ГПФИИР), основная цель которой - обеспечение устойчивого и сбалансированного роста экономики через диверсификацию и повышение ее конкурентоспособности. Одна из задач ГПФИИР, наряду с усилением социальной эффективности секторов экономики, формирования центров экономического роста, обеспечения эффективного взаимодействия государства и бизнеса, является создание благоприятной среды для индустриализации.

Исходя из обозначенной цели и задач, а также по итогам первых лет реализации ГПФИИР, можно сделать предположение, что Программа не рассматривается как системный инструмент промышленной политики, т.к. не охватывает некоторых проблем ее развития, а меры и инструменты поддержки направлены преимущественно на стимулирование роста производственной базы промышленности.

В строгом понимании термин «промышленная политика» (industrial policy) означает не только стратегию по содействию компаниям в технологической модернизации, повышению технологического уровня процесса производства, совершенствовании бизнес-моделей, но и секторальную стратегию, т.е. стратегию развития отраслей и подотраслей, которая включает ряд системных мер: преодоление несоответствия между технологическими характеристиками отраслей и современными требованиями совершенствования конкурентоспособности промышленности, а также улучшение системы отношений между различными заинтересованными участниками принятия и реализации решений (государство, бизнес и сообщество) по модернизации промышленности.

Ведущим элементом промышленной политики должна быть ее концепция - система основополагающих идей, целей и направлений. В процессе ее разработки необходимо учесть требования общей методологии, а также системные исследования промышленности и экономики. В этом плане основной предпосылкой в недостаточно эффективной реализации ГПФИИР, в части реструктуризации промышленности является отсутствие соответствующего научно-методологического обоснования на стадии проект Программы. Это подтверждается регулярно возникающими в ходе ее реализации системными проблемами, отсутствием прогнозов развития структуры промышленности и территориальных промышленных систем, отсутствием прогнозно-аналитической работы с использованием традиционных экономико-математических моделей (балансовых, имитационных, оптимизационных), и самое главное - инструментов долгосрочного планирования.

Теория и современная мировая практика модернизации промышленности однозначно утверждают, что эффективная государственная

промышленная политика должна характеризоваться минимальным вмешательством государства в этот процесс. Осознание данного требования имеет место и у нас в стране, однако, казахстанская практика по-прежнему демонстрирует слабую приверженность системному программно-целевому регулированию процессов структурной и технологической модернизации. Это можно объяснить отсутствием общей концепции взаимодействия всех субъектов индустриально-инновационного развития казахстанской экономики, которая требует формирования качественной методологической базы и глубокого первоначального анализа современной ситуации. Модернизация, как и реструктуризация - задача долгосрочная и комплексная.

В этой связи возникает необходимость разработки научных методов разработки промышленной политики, методов корректировки системы мер государственного регулирования развития (модернизации) промышленности. Необходим научный подход при определении долгосрочных целей, приоритетов и задач государства, разработки системных мер и мониторинга их результатов. Разработка методологической базы промышленной политики РК - актуальна для создания системы принятия решений по крупномасштабным мерам, отражающимся на долгосрочных тенденциях развития как экономики и промышленности в целом, так и отдельных их сегментов (отрасли, компании).

Мировой опыт успешных реструктуризаций и модернизации промышленности свидетельствует, что они достигнуты в результате целенаправленной промышленной политики. В классическом виде, промышленная политика предполагает эффективное использование пяти основных функций управления: планирование (прогноз); организация работ по реализации плана мероприятий; стимулирование участников; координация деятельности участников; мониторинг результатов и реализация потенциала обратных связей. Этот подход был принят за основу южно-корейским правительством при реализации ряда пятилетних планов индустриализации и социально-экономического развития страны в период с 1961 по 1985 годы. Ранее аналогичная стратегия использовалась в Японии в период послевоенного восстановления промышленности и экономики.

Казахстану, взявшему курс на индустриализацию, необходимо максимально учесть положительный зарубежный опыт, адаптировать лучшую практику промышленных политик, поскольку простое копирование чужого опыта без учета отечественных особенностей не принесет существенных позитивных результатов. Вместе с тем необходимо изучить собственный опыт, накопленный в период реализации Стратегии индустриально-инновационного развития Казахстана на период до 2015 г., ГПФИИР, а также ряда программ, принятых в ее реализацию.

Отечественный потенциал развития методологии промышленной политики представляет собой существенный задел в данном направлении. На сегодня, в стране существует научный и интеллектуальный потенциал для разработки и реализации промышленной политики: АО «Казахстанский институт развития индустрии», АО «Национальное агентство по технологическому развитию», Национальное агентство по развитию местного содержания NADLoC и другие институты развития. Большой методический потенциал накоплен в научных организациях и университетах: Международная академия бизнеса, ТОО «НИИ инновационная экономика» и др., в международных организациях, имеющих в Казахстане свои представительства (Всемирный Банк, UNIDO и др.). Существует экспертное сообщество в лице отраслевых ассоциаций, отдельных ученых и специалистов, которые принимали участие в обсуждении и реализации ряда программ, направленных на модернизацию промышленности.

Предполагаемые направления и уровень исследований определяются фактическим состоянием вопроса. Правительством уже определен ряд ключевых направлений модернизации экономики, обозначены проблемы в различных сферах промышленности и пути их решения. Имеющийся аналитический и эмпирический материал - основа для разработки научных подходов национальной промышленной политики по модернизации индустриального комплекса.

Методы и формы научного исследования, базирующиеся на основах системного подхода, всегда определяются целями и задачами, которые ставятся в рамках того или иного вопроса. Для позиционирования уровня производственного развития необходим, прежде всего, сис-

темный анализ современного состояния элементов и подсистем промышленной инфраструктуры Казахстана, включая механизмы регулирования и оценки эффективности данного процесса. Также необходимо учесть международный опыт и мировые тенденции модернизации промышленности.

При формировании основ национальной промышленной политики необходимо также проанализировать и оценить эффективность комплекса принятых и планируемых к применению мер, отдельных механизмов и инструментов стимулирования процессов модернизации. В зависимости от выбранных целей и задач важно определиться с наиболее эффективными в инструментами и механизмами стимулирования промышленной политики и процессов модернизации. Они должны в большей степени соответствовать горизонтальному подходу и ориентированы преимущественно на поддержание инициатив снизу, а не сверху.

Особого внимания заслуживают принятые в международной практике методы оценки уровня конкурентоспособности, инновационности и технологичности отраслей промышленности, расчеты индексов развития и влияние их на индекс развития страны в целом.

Важным моментом исследований является выработка эффективной системы и методологической базы мониторинга промышленности, разработка комплекса целевых индикаторов, отражающих уровень развития и эффективность модернизации промышленного комплекса. В этой части важен опыт стран Восточной Европы, а также восточной Германии.

Казахстану целесообразно при разработке промышленной политики использовать опыт Королевства Саудовской Аравии в части развития более высоких технологических переделов основываясь на ресурсных сырьевых отраслях; Опыт Японии - в развитии собственного инновационного потенциала, который в будущем позволяющего перейти от политики импорта техники и технологий к политике их экспорта; опыт Германии - в системе стимулирования инновационной инфраструктуры; опыт других экономически развитых стран - в плане развития государственно-частного партнерства в реализации промышленной политики и т.д.

Основываясь на результатах анализа, важ-

но обосновать основные направления модернизации промышленности и промышленной политики, систематизировать определяющие внутренние и внешние факторы развития. С учетом современных требований должна быть сформирована методологическая основа (принципы и структура, методики оценки и расчетов конкурентоспособности, производительности и мониторинга) и разработаны целевые индикаторы по стратегии развития до 2030 и 2050 годов.

Сильным конкурентным преимуществом предполагаемого научно-методического продукта должна быть максимальная адаптированность к реализуемой промышленной политике, ориентированной на инициированную государством коренную и масштабную модернизацию промышленного комплекса страны, в увязке всех аспектов, начиная с кадрового потенциала. Для каждого уровня модернизации промышленности предполагается свой блок национальной инновационной инфраструктуры, взаимодействие между которыми должно быть обеспечено соответствующим методическим обеспечением.

В развитии научно-методического обеспечения промышленной политики, нацеленной на планомерную и масштабную модернизацию, принципиально важным является отражение инновационных и конкурентных преимуществ, которые имеют место в казахстанской экономике. Прежде всего, это развитый научный кадровый потенциал, богатая минерально-сырьевая база, развитые машиностроительный и агропромышленный комплексы.

Максимальный учет внутренних действующих и потенциальных факторов модернизации промышленности обеспечивают принципиальную научную новизну предполагаемого подхода, который в целом, как и везде, заключается в комплексном рассмотрении технической модернизации компаний (модернизация основных фондов, модернизация управленческих технологий и модернизация маркетингово-сбытовых технологий) в увязке с реструктуризацией компаний: диверсификация, специализация и изменение масштабов производства. Модернизация не является целью, это по-разному происходящий, но неотъемлемый процесс развития любого общества, обеспечивающий повышение производительности труда и конкурентоспо-

собность продукции. При этом направленность и качество модернизации определяются качеством системного подхода, обусловленного, в свою очередь, уровнем развития науки и технологии.

Несомненным признаком научной новизны станет и привязка развития промышленности к целям и приоритетам социально-экономического развития Казахстана. Иными словами, не просто реструктуризация и модернизация компаний и сегментов отраслей промышленности, а такая их комбинация, которая обеспечит заданный уровень жизни населения, его занятости, а также достижение других макроэкономических показателей.

Практическая ценность формирования научной методологии реализации промышленной политики должна заключаться в выработке конкретных рекомендаций и предложений по совершенствованию промышленной политики, ориентированной на коренную модернизацию промышленности, в тщательном анализе, позволяющем оценить уровень и основные направления развития промышленности, в изучении современного теоретического и практического опыта процессов модернизации.

Результаты реализации предполагаемого подхода должны лечь в основу промышленной политики, на базе которых будут разработаны конкретные рекомендации соответствующим государственным органам и общественным организациям. Приоритетной направленностью исследований должно стать формирование индустриально ориентированной инновационной инфраструктуры, что может иметь решающее значение при развитии перспектив модернизации промышленного комплекса страны. В перспективе, на основе промышленной концепции и стратегии, появится возможность разработки соответствующих программных документов на региональном и отраслевых уровнях, что имеет главное значение в национальной безопасности и экономического развития страны.

Казахстан является индустриально развитой страной с большим потенциалом перехода к постиндустриальному уровню развития своей экономики. Сегодня же для казахстанской промышленности характерно несбалансированность ее развития практически по всем принципиальным аспектам, что является последствием отсутствия качественной системы фор-

мирования и реализации промышленной политики, направленной на модернизацию промышленности. Именно в этих целях, одной из первоочередных задач в данной области долж-

но явиться формирование методологической базы для создания и поддержания систем формирования и реализации промышленной политики.

Литература

1. Авдашева С. Промышленная и конкурентная политика: проблемы взаимодействия и уроки для России / С. Авдашева, А. Шашитко // Вопросы экономики. - 2003. - №9. - С.18 - 32.
2. Архангельский В.Н. Факторное прогнозирование развития промышленного региона и промышленная политика. - М.: Изд-во РАГС, 2002.
3. Гильмундинов В.М. Промышленная политика России: состояние и проблемы // Регион: экономика и социология, 2011, №1. С. 104-117.
4. Губанов С. Промышленная политика и государство // Экономист. - 2004. - №7. - С. 3-14.
5. Плышевский Б. О промышленной политике // Экономист. - 2004 - №9. - С.3-16.
6. Европейская модернизация: В 2 кн. Кн. 1 / Д. Травин. О. Маргания. - М.: ООО «Издательство АСТ»; СПб: Terra Fantastica, 2004. - 665 с. - (Philosophy).
7. Портер М. Конкуренция/Пер. с англ. М.: Изд. «Вильямс, 2000.- 495 с.
8. Портер М. Международная конкуренция/Пер. с англ. М.: Изд. Международные отношения, 1993. - 896 с.
9. Бест М. Новая конкуренция. Институты промышленного развития. -М.ГТЕИС, 2002. -356 с.
10. Промышленная политика в США /Под ред. Т.Кондратьевой. М.: ИНИОН, 1986.
11. Иванов Ю. Промышленная политика Китая: очередные достижения //Экономист. -2006. - №1. С.52-57.
12. Княгинин В., Щедровицкий П. Промышленная политика России: кто оплатит издержки глобализации? М.: Европа, 2005. - 160 с.
13. Андреев А. Модернизация и промышленная политика // Свободная мысль, 2010. №8. С. 5-26.
14. Ершов М. О формировании приоритетов промышленной политики и механизмах их реализации//РЭЖ. - 2006. - №1. - С. 38-45.
15. Карлик А. Промышленная политика и развитие регионов//Проблемы теории и практики управления. -2005. - №3. С. 66-71.
16. Костин И.Б., Мацкуляк И.Д. Приоритеты формирования промышленной региональной политики//Государственная служба. -2007. - №4.
17. Промышленная политика России: принципы формирования и механизмы реализации / Е.Вигдорчик, В.Кашин, И.Липсиц и др.// Общество и экономика.- 1997.- №5.- С. 66-125.
18. Смирнов С. Промышленная политика: проблемы и перспективы /С.Смирнов //Вопросы экономики. 2000. - №9.- С.4-10.
19. Основные направления развития и размещения производительных сил Казахстана на период до 2015 г.//Под ред. А.Е. Есентугелова и Ж.А. Кулекеева - Алматы: РГП «Институт экономических исследований». - 2002. - 656 с.
20. Канатчинова А.К. Промышленная политика государства в переходный период (регулирование, проблемы, перспективы). Отв. ред. А.К.Кошанов. - Алматы: Гылым, 1999. - 286 с.
21. Кажыкен М. Структура экономики Казахстана: основные характеристики диспропорций и их причины // Экономика и статистика, №4 2011.
22. Кажыкен М. Инерционная индустриализация Казахстана // Экономика и статистика, №1 2013. - С.25-30.

Түйін

Ғалиев С.Ж., Жұмабекова С.Ә., Шүкітова Э.Б. Қазақстанда ұлттық өнеркәсіптік саясатты жүзеге асырудағы ғылыми тәсілдерді пайдаланудың өзектілігі.

Мақала Қазақстанда өнеркәсіптік саясатты жүзеге асырудың ғылыми тәсілдерін әзірлеудің қажеттілігіне арналған. Осы орайда, мемлекет тарапынан өнеркәсіпті жаңғыртуға арналған шаралар жүйесі ескерілген. Дамыған елдердегі өнеркәсіпті жаңғыртудың тәжірибелеріне талдау жасалған.

Summary

Galiyev S.Zh., Zhumabekova S.A., Shukitova .B. The relevance of the scientific approach in the implementation of the national industrial policy of Kazakhstan.

The article is devoted to the need to develop a methodological framework of industrial policy in Kazakhstan. Taking into account the results of ongoing government incentives and measures to modernize the industry. It was analyzed the experience of modernization in different countries.



Н.В. Катунина,

к.э.н., доцент

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, РФ

КОМПЛЕКСНЫЙ ПОДХОД К ОПРЕДЕЛЕНИЮ СТРУКТУРЫ ЛОЯЛЬНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Формирование долгосрочных взаимоотношений с потребителями - важнейшая задача для большинства современных производителей. Исследование структуры комплексной лояльности позволяет находить более эффективные способы воздействия на рынок. Учет индивидуальных особенностей отдельных потребительских сегментов дает возможность выработать стратегию адресного управления потребительской лояльностью. Карта лояльности производителя (продукта или бренда) является современной методикой, позволяющей не только провести анализ типа лояльности, но и получить ее количественную оценку для различных потребительских сегментов рынка.

Ключевые слова: лояльность, потребительские предпочтения, сегментация, поведение потребителей.

В условиях современной экономики многих стран, когда рынки насыщены различными товарами и потребитель может выбрать среди множества аналогичных товаров, важное значение приобретает необходимость привязать потребителя к определенной торговой марке продукта. Для решения этой задачи производители стремятся к установлению долгосрочных отношений с клиентами, к формированию «особого отношения» к продукции компании, что способствует стабилизации постоянного потока прибыли. Достижение подобного состояния взаимоотношений с потребителями описывается в научной литературе как лояльность.

Лояльность потребителей представляет собой сложное экономическое явление, которое может быть определено различными спосо-

бами. В зависимости от угла зрения акцент делается на разные составляющие этого понятия, содержание раскрывается либо через эмоциональную сферу человека, либо через образ совершения определенных действий.

В связи с этим основными подходами к объяснению феномена лояльности являются:

1. *Транзакционный подход* (с помощью поведенческих терминов, как правило, на основе числа сделанных покупок и мониторинга их частоты). У этой точки зрения большое число сторонников. Так, например, авторы Д. Якоби и Дж. Честнат утверждают, что лояльность - это фактор реального поведения потребителя, которое измеряется показателями объема повторных покупок, длительности отношений с поставщиком, прибыли от конкретного покупателя (или

сегмента покупателей). Б. Шарп, А. Шарп и М. Райт, а также У. Нил высказали основной аргумент сторонников данной точки зрения: «...Именно поведение потребителя определяет продажи и прибыльность. Поведение - зависящая переменная, на которой и следует фокусировать внимание исследователям. С практической точки зрения изучать надо именно поведение, и только его. С научной точки зрения сложно найти аргументы другому подходу» [1, с. 25-32].

Однако недостатком данного подхода является слишком узкая трактовка этого понятия как поведенческой реакции потребителя.

Лояльность - решение о регулярном потреблении того или иного брэнда (осознанное или неосознанное), выражающееся через внимание и поведение [2, с. 16].

К аргументам сторонников данного подхода можно также отнести возможность легко измерить проявления лояльности в поведении. Х. Коснела считает, что лояльность потребителя определяют три параметра, два из которых можно измерить непосредственно:

- число повторных покупок;
- увеличение объема покупок данного товара или других товаров компании;
- рекомендации.

Поведенческую лояльность можно оценивать также на основе внутренней информации фирмы о следующем:

- частоте покупок;
- объему покупок (сумме чека - для магазина);
- склонности рекомендовать фирму/продукт друзьям и коллегам.

Последнее оценивается с помощью личного интервью с потребителями.

Несмотря на кажущуюся логичность, данный подход имеет несколько весьма существенных недостатков, главный из которых - отсутствие предсказывающей силы. Будущие покупки - не функция текущих покупок, поэтому, полагая, что самого факта покупки достаточно, чтобы считать покупателя «лояльным», сторонники данной точки зрения упускают из виду причины поведения потребителя. Потребитель может регулярно покупать товар, но не потому, что товар ему нравится, а, допустим, потому, что у него в данный момент нет альтернативы. Соответственно, когда такая альтернатива по-

является, он быстро меняет поставщика.

2. *Перцепционный подход* (посредством терминов отношений с учетом предпочтений клиента и его восприятия брендов) [3, с. 30]. В рамках этого подхода внимание акцентируется на причине поведения покупателя. То есть лояльность понимается как одобрительное отношение к продукту, услуге, сервису, торговой марке, внешнему виду, персоналу, месту продажи определенной компании [3, с. 30].

В данном случае подход является слишком узким, поскольку реальное отношение потребителей не всегда связано с соответствующим поведением. Этот тип лояльности иногда рассматривается как более значимый, т.к. считается, что он показывает скорее будущее поведение потребителя, чем отражает его прошлый опыт.

Подход рассмотрения лояльности с точки зрения отношения имел большое распространение, однако и этот подход имеет существенные недостатки. Во-первых, отдавая предпочтение субъективным мнениям, как определяющим факторам лояльности, данный подход не доказывает их влияние на покупку. Во-вторых, возникают проблемы измерения такого типа лояльности [1, с. 25-32]. С выделенными недостатками соглашается и автор работы.

Рассмотренные подходы позволяют пролить свет на различные аспекты феномена возникновения лояльности. Однако для большинства современных рынков характерно смешивание транзакционных и перцепционных факторов поведения потребителей. В связи с этим возникает новое понимание исследуемого предмета, *комплексная потребительская лояльность*, которое мы определим как явление, возникающее тогда, когда потребители положительно относятся к деятельности компании, предлагаемым ею продуктам и услугам, ее персоналу и т.д. Причем это отношение, выражающееся предпочтением, отдаваемым продуктам данной компании в сравнении с конкурентами, является устойчивым во времени и характеризуется совершением повторных покупок.

Состояние эмоциональной или поведенческой лояльности характерно для ограниченного количества рынков, таких например, как fashion продукция, естественные монополии, некоторые профессиональные услуги и др. Работа с потребителями таких товаров органи-

зуются проще с учетом особенностей их поведения. Большинство производителей сталкиваются именно с комплексной лояльностью, что существенно затрудняет процесс формирования долгосрочных взаимоотношений. При этом принципиально важное значение для принятия управленческих решений приобретает сочетание эмоциональных и поведенческих характеристик поведения потребителей, что предлагается определять термином «структура лояльности».

Анализ современной научной литературы позволяет выделить несколько подходов к анализу структуры комплексной потребительской лояльности.

В работах З. Куликовой и А.В. Цысарь представлена первая классификация, в рамках которой выделяются типы комплексной лояльности в зависимости от сочетания поведенческих (транзакционных) и эмоциональных (перцепционных) характеристик состояния потребителей [4, с. 6; 6, с. 56]. В рамках этого подхода в качестве показателя отношения рассматривается удовлетворенность брендом, в качестве поведения - количество повторных покупок и переключение на бренды конкурентов. Таким образом, авторы предлагают выделять истинную, ложную, латентную лояльности и состояние отсутствия лояльности.

Основная идея второй классификации заключается в том, что причины, вызывающие лояльность, и поведенческая реакция потребителя могут быть различны. В работах В. Никишкина, И. Широченской, основанных на исследованиях Дж. Хофмейра и Б. Райса, потребительская лояльность делится на следующие типы: приверженность, истинная лояльность, латентная лояльность, ложная лояльность [5, с. 81].

На наш взгляд необходимо также отметить ряд работ, посвященных анализу потребителей с точки зрения возможности возникновения лояльности к определенному бренду. В рамках этого направления можно назвать труды таких авторов, как Т. Джонс, С. Митрофанов, А. Нейман, В.В. Никишкин, Д. Олеванов, У. Сашер, А.Н. Селиванов, С. Сысоева, И.П. Широченская и др.

В.В. Никишкин и И.П. Широченская, рассматривая клиентов, предлагают проводить сегментацию на основе стоимости и частоты покупки. Этот подход идентичен предлагае-

мому А.Н. Селивановым, который классифицирует клиентов с точки зрения их рентабельности и требований к финансированию. Такая классификация позволяет выявлять клиентов, обеспечивающих доходы предприятия, а также облегчает коммуникации внутри компании. С. Митрофанов предлагает опираться на аналитические данные по результатам продаж и прогнозы дальнейших взаимоотношений с клиентом. Критерий в данном случае - взаимная выгода развития долгосрочных отношений. Недостатком подхода является то, что в нем взята за основу прибыльность клиента и не рассматриваются другие важные элементы взаимоотношений. С. Сысоева и А. Нейман предлагают еще один вариант классификации покупателей по уровню лояльности в розничной торговле. Данные авторы рассматривают лояльность относительно того, как покупатель воспринимал магазин вчера и как воспринимает сегодня. При этом подходе группы покупателей представляют собой стадии лояльности, которые и нужно учитывать при планировании программы лояльности.

В работах Т. Джонс, У. Сашер представлен вариант типологии лояльного поведения покупателей, основанный на чувстве их удовлетворенности компанией, а также на желании или отсутствии этого желания рассказывать об этом другим потенциальным пользователям. Это еще раз доказывает необходимость изучать в компании не только удовлетворенных потребителей, но и клиентов, разочарованных ее продукцией, обслуживанием продавцов или несоответствием обещаний реальным действиям в вопросах гарантии, рекламы, возможности получить скидку, подарок и т.д. Иными словами, необходимо отслеживать жалобы клиентов, которые следует воспринимать как важный источник информации, благодаря которому компания может лучше понять потребности своих клиентов и то, как они воспринимают ее продукцию.

Проанализировав различные подходы к пониманию содержания лояльности, можно сделать следующий вывод: в современной научной литературе нет единого виденья этого экономического явления. Наличие разных ракурсов рассмотрения свидетельствуют о возможности многостороннего изучения вопроса возникновения лояльности. Однако большинство авторов сходятся во мнении, что *источником возник-*

новения лояльности являются потребительские предпочтения, которые складываются под влиянием ряда факторов и зависят от состояния развития рынка. На наш взгляд, рассмотренные подходы к описанию структуры лояльности имеют ряд недостатков.

1. Авторы описывают различные сочетания эмоционального и поведенческого видов лояльности в целом, не акцентируя внимание на факторах, определяющих это сочетание, в частности на таком, как характеристика потребителей, в то время как для одного и того же бренда могут существовать разные сочетания видов лояльности для различных сегментов потребителей.

2. Получаемые потребителями выгоды от покупки описаны поверхностно, без указания на их взаимосвязь с видом лояльности, который возникает в результате его (потребителя) взаимодействия с производителем, в то время как формирование поведения или отношения основано на ощущаемой клиентом удовлетворенности покупкой. При этом важным является не

только восприятие ценности определенной характеристики продукта, но и ее значимость для потребителя.

3. В рассмотренных подходах не предлагаются показатели и критерии их оценки, по которым можно судить о том, какие факторы в наибольшей степени влияют на принятие решения о покупке потребителем - эмоциональные или рациональные. Это не позволяет проводить объективные сравнения лояльности в разных сегментах потребителей между собой, определить ситуации, при которых отдельный вид лояльности отсутствует.

Таким образом, нами предлагается использовать интегрированный подход, заключающийся в объединении рационального и эмоционального видов лояльности, а также особенностей потребителей. Главным отличием предложенного подхода и связанной с ним классификации является возможность количественной оценки различий в сочетании видов лояльности для разных потребительских сегментов одного и того же продукта, производителя или бренда (рис. 1).

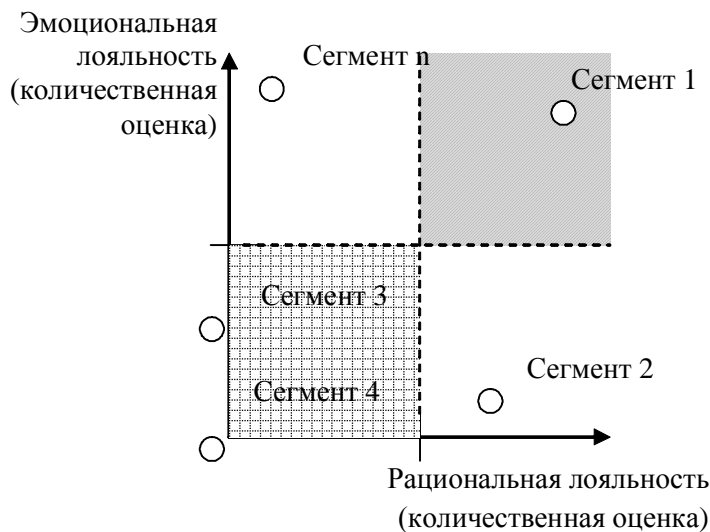


Рис. 1 - Карта лояльности продукта, производителя или бренда

Для классификации лояльности может быть использована карта, на которой выделены четыре основных типа лояльности, основанные на различном сочетании эмоциональных и рациональных факторов лояльности.

Для их описания предложено использовать количественную оценку отношения и поведения

потребителей. Для определения эмоциональной лояльности необходимо одновременно учитывать важность для клиентов получаемых выгод и степени их присутствия в конкретном объекте. Рациональная лояльность количественно может измеряться с помощью различных показателей, характеризующих покупатель-

ское поведение, например, таких как объем и частота совершения покупки. Далее на карту лояльности наносятся сегменты потребителей, объединенные в зависимости от искомым выгод и ощущаемых ценностей (сегменты 1 и 2 в изображенной условной модели). Для определения их места на карте учитывается сочетание в выделенном сегменте видов лояльности. При этом в случае расположения сегмента потребителей на осях координат можно делать вывод об отсутствии одного из видов лояльности (сегмент 3). Если потребители находятся в месте пересечения двух осей (сегмент 4), возникает ситуация отсутствия лояльности.

К преимуществам предлагаемого нами подхода к классификации потребительской лояльности можно отнести:

- одновременный учет как эмоциональных,

так и рациональных составляющих лояльности;
- возможность количественной оценки видов лояльности;

- универсальность применения для любого объекта лояльности (продукта, производителя, бренда);

-учет особенностей лояльности для различных групп потребителей.

Итак, в данной статье автором были рассмотрены и проанализированы различные управленческие подходы к формированию долгосрочных взаимоотношений с потребителями. Отдельное внимание уделено вопросу структуры лояльности и предложен авторский подход, на основе которого возможно ее определение с учетом особенностей потребительских сегментов.

Литература

1. Лопатинская И.В. Лояльность как основной показатель удержания потребителей банковских услуг // Маркетинг в России и за рубежом. - 2002. - №3.
2. Андреев А.Г. Лояльный потребитель - основа долгосрочного конкурентного преимущества компании // Маркетинг и маркетинговые исследования. - 2003. - №2.
3. Сысоева С., Нейман А. Как воспитать лояльность покупателей//Маркетолог. - 2004.
4. Куликова З.В. Программы лояльности для промышленной продукции // Маркетинг в России и за рубежом. - 2003. - №4.
5. Никишкин В.В., Широценская И.П. Лояльность покупателей и ее формирование в розничной торговле // Маркетинг и маркетинговые исследования. - 2004. - №3 (51).
6. Цысарь А.В. Лояльность покупателей: определения, методы измерения, способы управления // Маркетинг и маркетинговые исследования в России. - 2002. - №5 (41).

Түйін

Мақалада тұтынушылардың ниеттестіктерін қалыптастырудағы өзекті мәселелер қарастырылады. Тұтынушылардың талғамын зерттей отырып, ниеттестікті кешенді түсіну негізінде оның құрылымын айқындау ұсынылады. Автор әртүрлі нарықтық сараланымдағы өзінің ниеттестік түрлерін жіктеуде жеке үлгісін ұсынады.

Summary

Forming long-term relationships with customers is the most important goal for modern companies. Investigation of the structure of complex loyalty allows us to find more effective ways to influence the market. Analysis of the distinguishing features of consumer segments helps to create a focused strategy of loyalty management. The loyalty map, which the author offers, is an advanced technique that allows not only to analyze the type of loyalty, but also to get it's quantification for the various consumer segments.



К.Е.Тайнова,
магистр, ст. преподаватель
А.Ұ.Мұхиядин,
магистр, ст. преподаватель
КазУЭФМТ

ПОЛИТИКА БЕЗОПАСНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ С ПОМОЩЬЮ ПРОГРАММНОГО ПАКЕТА FIREWALL - 1

В настоящее время вопросам безопасности данных в распределенных компьютерных системах уделяется очень большое внимание. Разработано множество средств для обеспечения информационной безопасности, предназначенных для использования на различных компьютерах с разными ОС. В качестве одного из направлений можно выделить межсетевые экраны (firewalls), призванные контролировать доступ к информации со стороны пользователей внешних сетей.

Ключевые слова: firewalls, информационная система, Internet, Solstice, Cisco, UNIX

Проблема межсетевого экранирования формулируется следующим образом. Пусть имеется две информационные системы или два множества информационных систем. Экран (fire-

wall) - это средство разграничения доступа клиентов из одного множества систем к информации, хранящейся на серверах в другом множестве (рис.1).

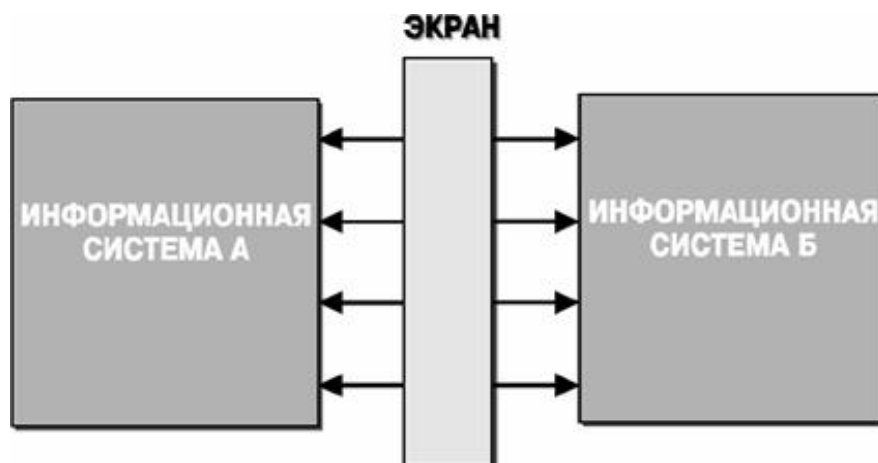


Рис. 1 - Экран FireWall

Обычно экранирующие системы делают несимметричными. Для экранов определяются понятия «внутри» и «снаружи», и задача экрана состоит в защите внутренней сети от «потенциально враждебного» окружения. Важнейшим примером потенциально враждебной внешней сети является Internet. [1]

Рассмотрим более подробно, какие проблемы возникают при построении экранирующих систем. При этом мы будем рассматривать не

только проблему безопасного подключения к Internet, но и разграничение доступа внутри корпоративной сети организации.

1. Очевидное требование к таким системам, это обеспечение безопасности внутренней (защищаемой) сети и полный контроль над внешними подключениями и сеансами связи.

2. Экранирующая система должна обладать мощными и гибкими средствами управления для простого и полного воплощения в жизнь

политики безопасности организации и, кроме того, для обеспечения простой реконфигурации системы при изменении структуры сети.

3. Экранирующая система должна работать незаметно для пользователей локальной сети и не затруднять выполнение ими легальных действий.

4. Экранирующая система должна работать достаточно эффективно и успевать обрабатывать весь входящий и исходящий трафик в «пиковых» режимах. Это необходимо для того, чтобы firewall нельзя было, образно говоря, «забросать» большим количеством вызовов, которые привели бы к нарушению ее работы.

5. Система обеспечения безопасности должна быть сама надежно защищена от любых несанкционированных воздействий, поскольку она является ключом к конфиденциальной информации в организации.

6. В идеале, если у организации имеется несколько внешних подключений, в том числе и в удаленных филиалах, система управления экранами должна иметь возможность централизованно обеспечивать для них проведение единой политики безопасности.

7. Система Firewall должна иметь средства авторизации доступа пользователей через внешние подключения. Типичной является ситуация,

когда часть персонала организации должна выезжать, например, в командировки, и в процессе работы им требуется доступ к некоторым ресурсам внутренней компьютерной сети организации. Система должна уметь надежно распознавать таких пользователей и предоставлять им необходимый доступ к информации.

Классическим примером, на котором хотелось бы проиллюстрировать все вышеизложенные принципы, является программный комплекс Solstice FireWall-1 компании Sun Microsystems. Данный пакет неоднократно отмечался наградами на выставках и конкурсах. Он обладает многими полезными особенностями, выделяющими его среди продуктов аналогичного назначения.

Рассмотрим основные компоненты Solstice FireWall-1 и функции, которые они реализуют (рис. 2).

Центральным для системы FireWall-1 является модуль управления всем комплексом. С этим модулем работает администратор безопасности сети. Следует отметить, что продуманность и удобство графического интерфейса модуля управления отмечалось во многих независимых обзорах, посвященных продуктам данного класса.

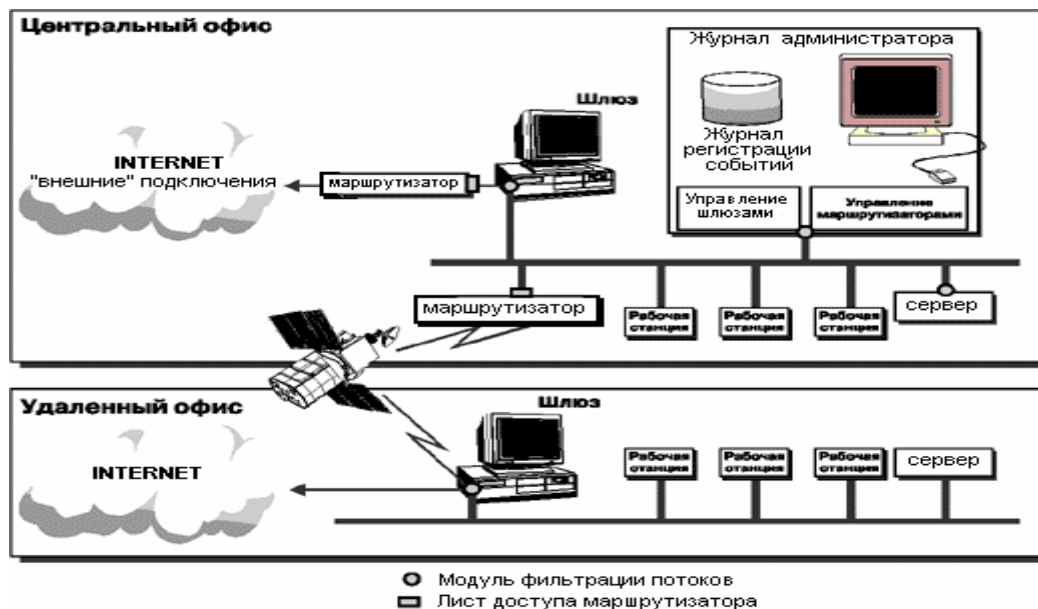


Рис. 2 - Основные компоненты Solstice FireWall-1

Администратору безопасности сети для конфигурирования комплекса FireWall-1 необходимо выполнить следующий ряд действий:

Определить объекты, участвующие в процессе обработки информации. Здесь имеются в виду пользователи и группы пользователей, компьютеры и их группы, маршрутизаторы и различные подсети локальной сети организации.

Описать сетевые протоколы и сервисы, с которыми будут работать приложения. Впрочем, обычно достаточным оказывается набор из более чем 40 описаний, поставляемых с системой FireWall-1.

Далее, с помощью введенных понятий описывается политика разграничения доступа в следующих терминах: «Группе пользователей А разрешен доступ к ресурсу Б с помощью сервиса или протокола С, но об этом необходимо сделать пометку в регистрационном журнале». Совокупность таких записей компилируется в исполнимую форму блоком управления и далее

передается на исполнение в модули фильтрации.

Модули фильтрации могут располагаться на компьютере - шлюзах или выделенных серверах - или в маршрутизаторах как часть конфигурационной информации. В настоящее время поддерживаются следующие два типа маршрутизаторов: Cisco IOS 9.x, 10.x, а также Bay-Networks (Wellfleet) OS v.8.

Модули фильтрации просматривают все пакеты, поступающие на сетевые интерфейсы, и, в зависимости от заданных правил, пропускают или отбрасывают эти пакеты, с соответствующей записью в регистрационном журнале. Следует отметить, что эти модули, работая непосредственно с драйверами сетевых интерфейсов, обрабатывают весь поток данных, располагая полной информацией о передаваемых пакетах [2].

Рассмотрим процесс практической реализации политики безопасности организации с помощью программного пакета FireWall-1 (рис. 3).

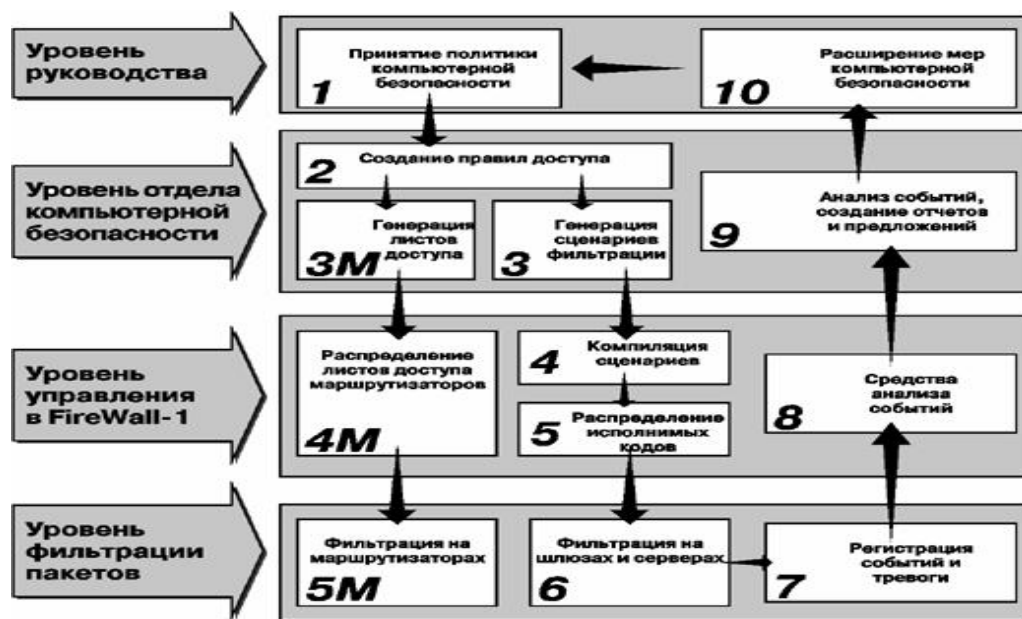


Рис. 3 - Реализация политики безопасности FireWall

Рассмотрим простой пример реализации следующих правил:

1. Из локальных сетей подразделений, возможно удаленных, разрешается связь с любой локальной сетью организации после аутентификации, например, по UNIX-паролю.

2. Всем запрещается доступ к сети финансового департамента, за исключением генерального директора и директора этого департамента.

3. Из Internet разрешается только отправлять и получать почту. Обо всех других попыт-

ках связи необходимо делать подробную запись.

После загрузки правил, FireWall-1 для каждого пакета, передаваемого по сети, последовательно просматривает список правил до нахождения элемента, соответствующего текущему случаю.

Важным моментом является защита системы, на которой размещен административно-конфигурационный модуль FireWall-1. Рекомендуется запретить средствами FireWall-1 все виды доступа к данной машине, или по крайней мере строго ограничить список пользователей, которым это разрешено, а также принять меры по физическому ограничению доступа и по за-

щите обычными средствами ОС UNIX.

Рассмотрим теперь случай, когда первоначальная конфигурация сети меняется, а вместе с ней меняется и политика безопасности.

Пусть мы решили установить у себя в организации несколько общедоступных серверов для предоставления информационных услуг. Это могут быть, например, серверы World Wide Web, FTP или другие информационные серверы. Поскольку такие системы обособлены от работы всей остальной сети организации, для них часто выделяют свою собственную подсеть, имеющую выход в Internet через шлюз (рис. 4).

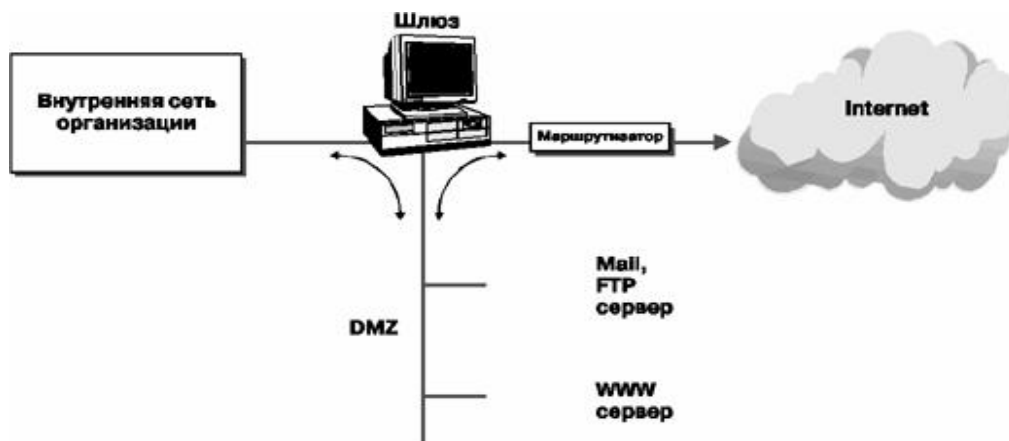


Рис. 4 - Схема шлюза Internet

Поскольку в предыдущем примере локальная сеть была уже защищена, то все, что нам надо сделать, это просто разрешить соответствующий доступ в выделенную подсеть. Это делается с помощью одной дополнительной строки в редакторе правил, которая здесь показана. Такая ситуация является типичной при изменении конфигурации FireWall-1. Обычно для этого требуется изменение одной или небольшого числа строк в наборе правил доступа, что, несомненно, иллюстрирует мощь средств конфигурирования и общую продуманность архитектуры FireWall-1.

Solstice FireWall-1 позволяет администратору установить различные режимы работы с интерактивными сервисами FTP и telnet для различных пользователей и групп пользователей. При установленном режиме аутентифи-

кации, FireWall-1 заменяет стандартные FTP и telnet демоны UNIX на свои собственные, располагая их на шлюзе, закрытом с помощью модулей фильтрации пакетов. Пользователь, желающий начать интерактивную сессию по FTP или telnet (это должен быть разрешенный пользователь и в разрешенное для него время), может сделать это только через вход на такой шлюз, где и выполняется вся процедура аутентификации. Она задается при описании пользователей или групп пользователей и может проводиться следующими способами:

- Unix-пароль;
- программа S/Key генерации одноразовых паролей;
- карточки SecurID с аппаратной генерацией одноразовых паролей [3].

Литература

1. Норткат С., Новак Дж. Обнаружение нарушений безопасности в сетях. 3-е изд. - М.: Издательский дом «Вильямс», 2003. С. 23.
2. Олифер В., Олифер Н. Компьютерные сети. Принципы, технологии, протоколы: Учебник для вузов. 2-е изд. - СПб.: Питер, 2002. С. 247.
3. Зима В., Молдовян А., Молдовян Н. Безопасность глобальных сетевых технологий. Сер. «Мастер». - СПб.: БХВ-Петербург, 2001. С. 124.

Түйін

Мақалада экрандалған жүйелердің негізгі ұғымдары және оларға қойылатын талаптар қарастырылады. Internet-қосылуларының қауіпсіздігін қамтамасыз ету мәселелеріне назар аударып, Solstice FireWall-1 пакеттері мысалында аталған жүйелерді қолданудың бірнеше қарапайым жағдайлары көрсетілген. Сонымен қатар, мұнда Solstice FireWall-1 пакетінің өз класының арасында үздік екендігін дәлелдейтін бірнеше ерекшеліктері қарастырылған.

Summary

This article is considered the main concepts of shielding systems, and also the demands made to them. On the example of a Solstice FireWall-1 package some typical cases of use of such systems, especially in relation to problems of safety of Internet-connections are considered. Some unique features of Solstice FireWall-1, allowing to speak about its leadership in this class of appendices are considered also.



А.Б. Абылкаиров,
магистрант Международной бизнес-школы

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ НА ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОМ РЫНКЕ РК

В статье рассматривается телекоммуникационный рынок РК. Данная сфера в стране является одним из перспективных областей. Согласно проведенным анализам автор уточняет, что доходы компаний действующих на этом рынке неуклонно растут, хотя прослеживается в последнее время относительное замедление темпов прироста. Удельный вес компаний, представляющих телекоммуникационные услуги, различен. Лидирующее положение занимает АО «Казахтелеком» с долей рынка - 34%. АО «Кселл» на долю, которого приходится 33%. Рыночная доля группы компаний «Билайн» составляет 24%. АО «Транстелеком» входит в число операторов, доля которых в совокупности составляет 9%, в т.ч. доля компании - 3%.

Ключевые фразы: телекоммуникационный рынок, инновационная политика, конкурентное преимущество, интегрированные услуги связи.

Телекоммуникационная отрасль на международном рынке характеризуется унифицированными стандартами услуг связи, едиными технологическими требованиями к телекоммуникационному оборудованию и высокой степенью зависимости от государства. На сегодня

на рынке телекоммуникаций присутствует большое количество операторов как фиксированной, так и мобильной связи. Все они занимаются предоставлением услуг связи, которые стали уже традиционными: междугородная, международная телефонная связь, доступ

к сети интернет, аренда цифровых местных, междугородних, международных каналов связи, передача данных и т. д.

Кроме того в рамках вступления РК в ВТО на телекоммуникационном рынке наблюдается изменение состава и объема игроков. Все больше интеграторов IT- услуг, как из стран СНГ, так и мировых, начинают разворачивать свои представительства, захватывая ограниченный объем рынка РК. Создаются совместные предприятия, открываются новые производства, идет передел рынка IT-услуг [1].

Все эти факторы усиливают конкуренцию на телекоммуникационном рынке, а также определяют основные направления инновационной политики компаний. Инновационный процесс в телекоммуникационной отрасли носит непрерывный характер в силу высокой наукоемкости продукции. Потенциальным целевым рынком данного вида услуг является большая часть населения, а степень его охвата зависит лишь от фактора времени и новых технических возможностей.

В силу технических характеристик телекоммуникационной продукции компаниям, работающим в данной отрасли, практически невозможно и нерентабельно развивать бизнес только в национальных рамках. По результатам обзора деятельности ведущих западных компаний было отмечено, что все они давно работают на международном уровне.

Уникальность телекоммуникационной среды заключается в том, что все операторы и Интернет-провайдеры на рынке являются одновременно друг другу и конкурентами и клиентами-поставщиками.

С 2000 г. АО «Транстелеком» осуществляет свою деятельность на телекоммуникационном рынке РК в качестве самостоятельного хозяйствующего субъекта. Основным направлением его деятельности является продажа телекоммуникационных услуг на рынке РК.

В настоящее время АО «Транстелеком» обеспечивает потребности АО «НК «ҚТЖ» в телекоммуникациях, что приносит ему 70% от общего дохода, и составляет около 10 млрд тенге в год.

Компания АО «Транстелеком» также является международным партнером для British-Telecom, сотрудничает с крупными иностран-

ными операторами связи, такими как China-TelecommunicationCorporations, ООО «СЦС «Вымпел-Коммуникации», ЗАО «Компания ТрансТелеКом», и другими.

Проанализировав телекоммуникационную отрасль в республике, можно сделать следующий вывод, что рынок является конкурентным. На рынке лидирующее положение занимает АО «Казхателеком». Компания имеет развитую сеть центров по предоставлению широкого спектра услуг связи. И охватывает все основные целевые рынки потребителей инфокоммуникационных услуг. В качестве международного оператора АО «Казхателеком» осуществляет тесное сотрудничество со 154 операторами дальнего зарубежья и 23 операторами стран СНГ и Балтии [2].

АО «KazTransCom» - телекоммуникационная компания, предоставляющая специализированные услуги связи, реализует важные телекоммуникационные проекты на большей части территории Казахстана. Инфраструктура связи компании включает кабельную магистральную сеть, спутниковые станции, обеспечивающие полное покрытие территории РК; оптоволоконные магистральные линии связи с возможностью предоставления целого комплекса телекоммуникационных услуг.

АО «ASTEL» на протяжении 19 лет своего существования компания занимает лидирующие позиции на рынке предоставления услуг связи для корпоративных клиентов. Компания является владельцем одной из самых мощных в Казахстане магистральных сетей связи; предлагает своим клиентам полный портфель телекоммуникационных продуктов и услуг; имеет разветвленную сеть региональных представительств и отделений продаж по Казахстану; имеет службу поддержки пользователей, обеспечивающую круглосуточное и безотказное функционирование всех телекоммуникационных продуктов и услуг.

АО «НУРСАТ» собственная спутниковая сеть компании охватывает более 80 городов и населенных пунктов республики. Сеть компании построена на базе спутниковых каналов связи, работающих через спутники NSS 703 и NSS 6.

Наряду со спутниковыми каналами компания имеет оптоволоконную и медную инфраструктуру, обеспечивающую дополнительную надежность и непрерывность предоставления

услуг. Сеть объединяет телекоммуникационные узлы в Казахстане и телепорт в Москве. Центр управления в Алматы позволяет обеспечивать оперативный мониторинг и управление сетью 24 часа в сутки.

ТОО «КаР-Тел» и ТОО «2Day Telecom» входят в Группу компаний «ВымпелКом». Компании предлагают интегрированные услуги мобильной и фиксированной телефонии, международной и междугородной связи, передачи данных, доступ в интернет на базе технологий оптоволоконного доступа, Wi-Fi и сети третьего поколения 3G.

По итогам 2012 г. лидирующим оператором связи на рынке остается АО «Казакхтелеком», доля которого составляет более 34%. Вторую позицию по объему доходов занимает сотовый оператор АО «Кселл», на долю которого приходится 33%. Тройку лидеров дополняет Группа компаний «Билайн», доходы которого составили 24%.

АО «Транстелеком» входит в число операторов, доля которых в совокупности составляет 9%, в том числе доля компании составляет - 3%.

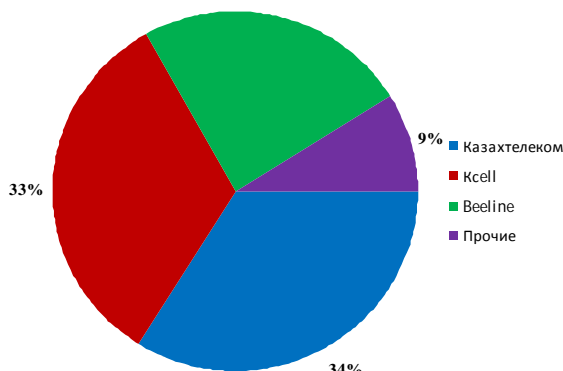


Рис. Структура телекоммуникационного рынка РК по основным операторам на 2012 год*

* Составлено автором

Совокупный объем доходов от услуг связи Республики Казахстан в 2012 г. составил 598 млрд тенге, что на 7,5% больше показателя 2011 г. [3].

Увеличение темпа роста рынка в 2012 г. свидетельствует об оживлении отрасли и росте потребления телекоммуникационных услуг. Кроме того, данный этап можно рассматривать как переломный в формировании новой структуры отрасли связи, в результате которого в от-

дельные сегменты выделились рынки мобильного доступа к интернет и передачи данных, а также усилилось влияние VAS-услуг на формирование доходов в основных сегментах рынка.

Несмотря на темп роста доходов в 2012 г. в целом по отрасли наблюдается снижение динамики роста доходов, которое связано с насыщением основных рынков традиционных услуг связи.

Отрасль телекоммуникаций в последние годы претерпела некоторые структурные изменения. Так, в структуре доходов усилилась позиция мобильной связи, доступа к сети Интернет. При этом продолжилось сокращение доли доходов от услуг фиксированной связи.

Высокий спрос на все более сложные и разнообразные услуги, усиливающаяся конкуренция на рынке, высокие требования пользователей к многообразию, функциональности и качеству услуг приводят к необходимости поиска принципиально новых подходов к развитию телекоммуникационной сети АО «Транстелеком».

Чтобы оставаться конкурентоспособным необходимо четко понимать, кто является клиентами компании, и какие компетенции обозначены ключевыми, которые мы можем предоставить нашим клиентам и предлагать на конкурентном рынке.

АО «Транстелеком», являясь естественным монополистом, подвергается регулированию со стороны государства. В частности, компания включена в регистр субъектов естественной монополии по нескольким видам профильной деятельности и регулируются Агентством РК по регулированию естественных монополий.

Изучив практику регулирования со стороны государства, мы выявили следующие проблемы:

- уровень тарифов не обеспечивает достаточную инвестиционную составляющую;
- механизмы регулирования не позволяют автоматически индексировать уровень тарифов, как это предусмотрено в мировой практике;
- установленные длительные сроки процедуры подачи и рассмотрения заявки на изменение уровня тарифов;
- временной разрыв с момента формирования тарифной сметы до утверждения тарифов приводит к тому, что при прогнозировании уровня общих операционных издержек компании не учитываются изменения уровня цен на потребляемые услуги за этот период;

- финансовый результат компании не зависит от удовлетворения потребности клиентов, а зависит от повышения тарифов регулирующим органом.

В связи с жесткой конкуренцией на рынке телекоммуникаций, а также регулированию со стороны государства компания использует механизм предоставления индивидуальных скидок, что делает ее более конкурентоспособным по отношению к другим операторам. Данный метод позволяет не только привлекать новых клиентов, но и способствует удержанию существующих клиентов, а также увеличению ими объемов услуг. В тоже время телекоммуникационная инфраструктура компании позволяет оказывать услуги сторонним организациям и населению. Стратегический синергетический эффект заключается в том, что инвестиции в корпоративную телекоммуникационную инфраструктуру АО «НК «КТЖ» позволяют значительно расширить возможности компании на общем рынке телекоммуникационных услуг РК без существенного увеличения капиталовложений. Так как основным потребителем

услуг АО «Транстелеком» является АО «НК «КТЖ», компания использует единую инфраструктуру (полоса отвода, кабельная канализация и др.), топологию и интегрированность сетей и оборудования телекоммуникаций, это позволяет обеспечивать технологические потребности управления перевозочным процессом и объектами инфраструктуры железнодорожного транспорта.

Конкурентным преимуществом АО «Транстелеком» и возможностью для перспективного роста является наличие магистральной сети по всей Республике Казахстан и возможность оказания услуг по транзиту трафика между Европой и Азией.

Таким образом, меры государственного регулирования снижают конкурентоспособность компании и не позволяют ей в полной мере реализовывать потенциальные возможности. Однако, утвердив стратегический план развития и имея серьезные конкурентные преимущества АО «Транстелеком» планируеткратно увеличить свою рыночную долю в предоставлении телекоммуникационных услуг.

Литературы

1. Статистика Международного союза телекоммуникаций (www.itu.int)
2. Статистические данные / Агентство статистики Республики Казахстан - www.stat.kz
3. Отраслевая программа о развитии информационных и коммуникационных технологий в Республике Казахстан на 2010-2014 гг.

Түйін

Бұл мақалада автор Қазақстан Республикасындағы перспективалы салалардың бірі болып есептелетін - телекоммуникация нарығын қарастырады. Сонымен қатар, ТМД және әлемдік елдерінің ИТ-қызметтерді енгізушілерінің басым бөлігінің Қазақстан нарығындағы рөлі мен өкілдіктерінің ашылуы туралы ақпараттар ұсынылады.

Summary

In this paper the author considers the telecommunication industry of Kazakhstan which is one of the upcoming sectors of our society. In addition, the roles of IT service integrators (from both CIS and the world countries) are analyzed as well as information about their expanding offices are given.



*М. У. Рахимбердиева,**магистрант**Международная бизнес - школа*

АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

В данной статье анализируется состояние малого и среднего предпринимательства Республики Казахстан на различных стадиях с момента обретения независимости.

Ключевые слова: малое и среднее предпринимательство (МСП), бизнес, экономика Казахстана, валовой внутренний продукт (ВВП), количество активных субъектов, численность занятых, выпуск продукции, Дорожная карта бизнеса - 2020 (ДКБ 2020).

Развитый предпринимательский сектор - это основа экономики любой страны [1].

Развитие малого и среднего предпринимательства (МСП) - успешное реформирование экономики страны и основа стабильного гражданского общества. С момента обретения независимости Казахстана, развитие МСП в экономике стало одним из главных приоритетов государственной политики страны. Развитие МСП ежегодно озвучивается Главой государства в послании народу Казахстана как одно из приоритетных направлений развития страны.

Сформировавшееся в условиях рыночной экономики предпринимательство является ведущим сектором, определяющим темпы экономического роста, структуру и качество валового внутреннего продукта. Бизнес оперативно реагирует на изменения конъюнктуры и придает экономике гибкость и жизнестойкость.

Для создания благоприятного делового климата в РК совершенствуется нормативная правовая база, регулирующая предпринимательскую деятельность, упрощаются процедуры открытия предприятия, осуществляется государственная поддержка МСП в виде финансовых и нефинансовых мер. В республике функционируют государственные, общественные и международные финансовые организации, целью деятельности которых является поддержка и развитие МСП.

В целом развитие экономики республики, формирование и становление малого предпринимательства можно разделить на следующие стадии [2], и несомненно, каждая стадия имеет свои особенности:

- малый бизнес незадолго до обретения независимости (1986-1990гг.);

- малый бизнес на ранней стадии перехода к рыночной экономике (1991-1996гг.);

- малый бизнес на стадии становления рыночных отношений в РК (1997-2000гг.);

- современное состояние развития малого бизнеса.

Первые три этапа связаны с обретением страны независимости, становлением рыночных отношений и появлением новых форм собственности в республике. На протяжении данных этапов происходило постепенное формирование нормативно-правовой и институциональной основы поддержки развития МСП.

Современный этап развития МСП в Казахстане, начиная с 2001 года, характеризуется внедрением ряда комплексных мер, направленных на упорядочение деятельности в сфере МСП.

По данным Агентства по статистике за последние восемь лет количество субъектов МСП в РК увеличилось практически вдвое и по итогам 2012 г. достигло 1,4 млн единиц. В результате этого доля субъектов МСП в общем количестве хозяйствующих субъектов повысилась с 92 до 95%, и сохраняется на этом уровне в течение последних трех лет. Таким образом, частное предпринимательство становится все более массовым видом деятельности среди экономически активного населения, что свидетельствует о благоприятности бизнес-климата в стране (рис. 1) [3,5].

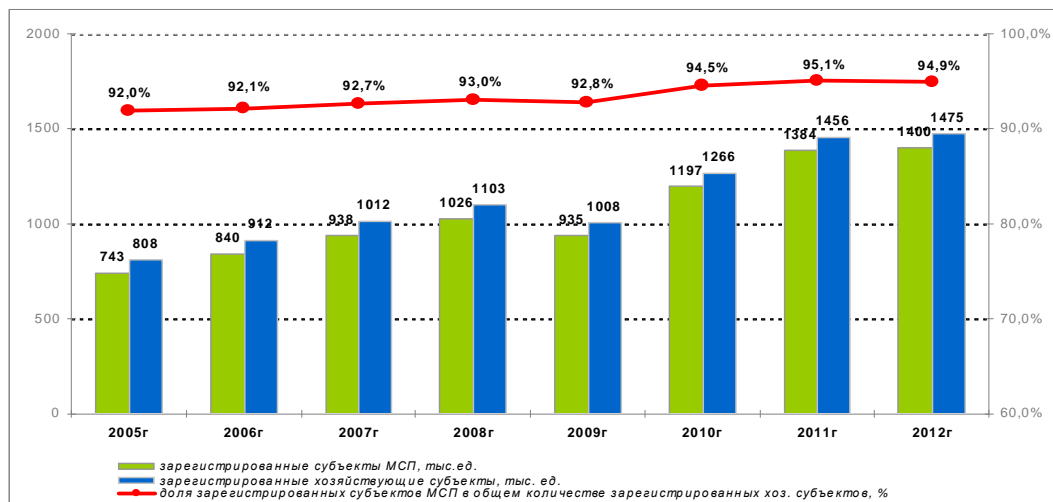


Рис. 1 - Динамика количества зарегистрированных субъектов МСП и их доли в общем количестве хозяйствующих субъектов

Динамичное увеличение количества субъектов МСП происходит на фоне планомерной политики государства по развитию сектора частного бизнеса через оптимизацию налоговой системы, сокращение административных барьеров, оказание прямой финансовой и нефинансовой поддержки и т.д. На начало 2013 г. по благоприятности условий ведения бизнеса Казахстан занимает 49 место среди стран мира согласно рейтингу Всемирного банка «DoingBusiness». При этом по таким параметрам, как «Регистрация предприятий», «Регистрация собственности» и «Налогообложение», Казахстан занимает 25, 28 и 17 места, соответственно. Стоит отметить, что за последние 4 года позиция Казахстана ста-

бильно повышалась, изменившись с 80 на 49.

В абсолютном выражении количество зарегистрированных субъектов МСП на конец 2012 г. увеличилось на 657 тыс. ед. по сравнению с показателем 2005 г., количество активных субъектов МСП - на 257 тыс. ед. При этом доля активных субъектов МСП в общем числе зарегистрированных субъектов МСП, имея положительную тенденцию до конца 2009 г., увеличившись с 68% до 71%, в 2010 г. сократилась до 55%. По итогам 2012 г., согласно оперативным данным, уровень активно действующих субъектов МСП в числе зарегистрированных также составил 55% (рис. 2) [3,5].



Рис. 2 - Динамика количества активных субъектов МСП и их доли в общем количестве зарегистрированных субъектов

Удельный вес населения, активно занятого в МСП, составил в 2012 г. 30% от общей численности занятых в экономике. Динамика данного показателя в период с 2005 по 2012 год имеет общую тенденцию роста: доля активно занятого в МСП населения увеличилась на 4 процентных пункта по отношению к 2005 году.

В абсолютном выражении за 8 лет количество рабочих мест в секторе МСП увели-

чилось на 679 тыс. человек и по состоянию на 01.01.2013 г. данный показатель достиг уровня 2 555 тыс. человек. Тем не менее, в 2011 г. произошло сокращение численности населения, занятого в МСП, на 204 тыс. человек. По оперативным данным за 2012 год количество рабочих мест в МСП выросло на 128 тыс. человек, но общий итог по-прежнему остается ниже уровня 2010 г. (рис. 3) [3,5].



Рис.3 - Доля занятых в МСП в общей численности занятого населения страны

Выпуск продукции активными субъектами МСП в абсолютном денежном выражении на протяжении последних лет демонстрирует общую тенденцию роста. Резкий рост показателя наблюдался в 2008 г. - почти в 2 раза по сравнению с предыдущим годом. Это произошло в

результате внесения изменений в законодательство о частном предпринимательстве: были введены новые критерии определения субъектов среднего предпринимательства, за счет чего в их число вошла часть предприятий, ранее классифицировавшихся как крупные.

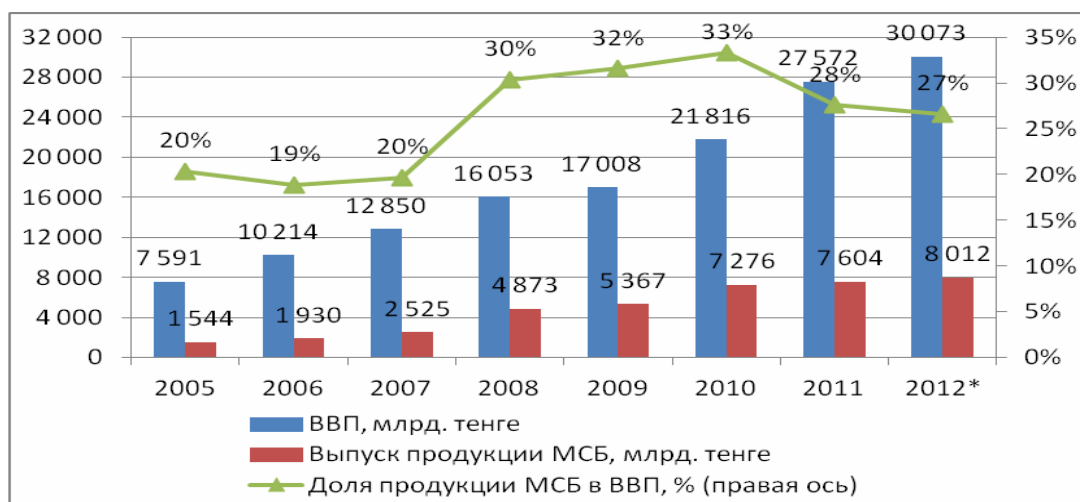


Рис. 4 - Вклад МСП в ВВП Республики Казахстан

Если рассматривать годовой прирост выпуска продукции МСП, в течение 2011-2012 гг. на фоне роста ВВП страны на 5-7%, продукция МСП в реальном выражении увеличилась на 2,9% в 2011 г. и на 0,2% в 2012 году. В результате этого доля выпуска продукции МСП в ВВП страны снизилась с 33% по итогам 2010 г. до 28% в 2011 г. и до 27% в 2012 г. Стоит отметить, что основная часть выпуска продукции МСП производится предприятиями МСП - юридическим

лицами (88%) (рис. 4) [3,5].

Структура субъектов МСП в разрезе отраслей экономики является важным показателем качественного развития предпринимательского сектора и экономики в целом. Предприятия промышленности, в первую очередь, в обрабатывающей сфере, обеспечивают диверсифицированное развитие экономики страны (рис. 5) [3,4,5].

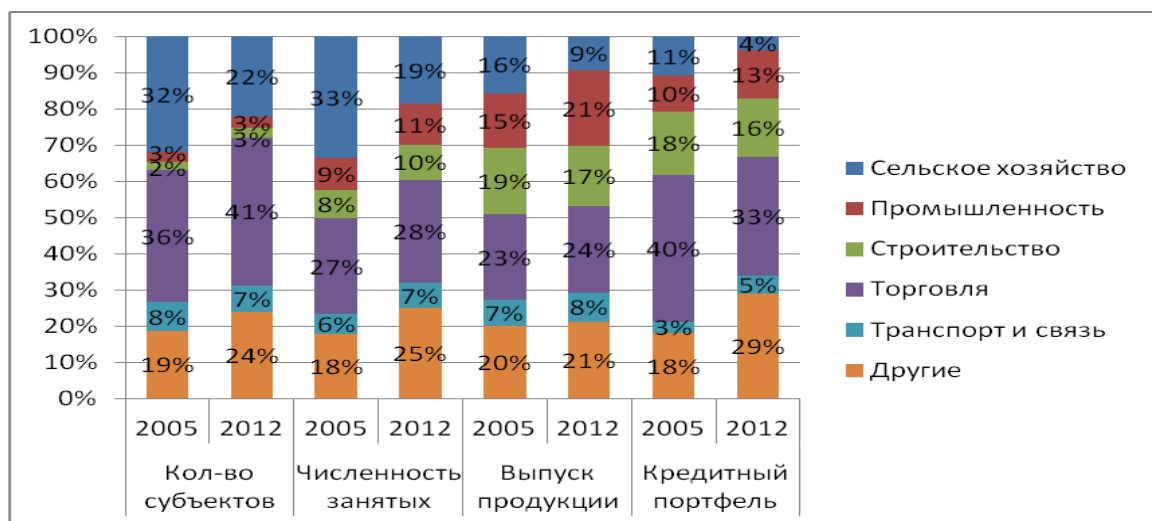


Рис. 5 - Отраслевая структура макропоказателей МСП

В Казахстане наибольшее число активных субъектов МСП осуществляют свою деятельность в сфере торговли (41%) и в сельском хозяйстве (22%). При этом, в сравнении с данными 2005 г. доля субъектов МСП в торговле увеличилась на 5%, а в сельском хозяйстве - снизилась на 10%. В сфере транспорта и связи осуществляют свою деятельность 7% активных субъектов МСП, в сфере строительства - 3%, в промышленном секторе - 3%. Показатели доли активных субъектов МСП в данных трех отраслях экономики в сравнении с 2005 г. практически не изменились.

Таким образом, анализ динамики отраслевой структуры количества активных субъектов МСП не выявляет тенденции к диверсификации экономики страны. Однако следует отметить, что история частного предпринимательства в Казахстане насчитывает немногим более 20 лет. При этом практически все предприниматели начинают свою деятельность в сфе-

ре торговли или услуг, которые характеризуются относительно низкими рисками и требуют небольшого стартового капитала. По мере роста масштабов бизнеса предприниматели начинают осваивать и производство. Причем, как правило, переход к производству происходит, когда бизнес принимает достаточно крупные размеры и перестает быть малым. Поэтому многие субъекты МСП, работающие в сфере торговли и услуг сегодня, являются потенциальными производителями в будущем.

Отраслевое представление количества занятых в МСП характеризует роль субъектов МСП в решении социальной задачи по обеспечению занятости населения в стране. Данный показатель существенно зависит от количества действующих субъектов МСП в тех или иных отраслях экономики, что объясняет схожие пропорции в отраслевом разрезе - рост количества действующих субъектов МСП пропорционально решает вопросы занятости населения в РК.

Динамика численности занятых в МСП также показывает тенденцию сокращения доли занятых в сфере сельского хозяйства в 2012 г. - на 14 % по сравнению с 2005 г. При этом выросла доля занятых в МСП в сферах строительства и промышленности - на 2%, торговли и транспорта и связи - на 1%.

Анализ отраслевой структуры выпуска продукции МСП подтверждает позитивную роль субъектов МСП, работающих в сфере промышленности. Здесь осуществляют свою деятельность всего 3% действующих субъектов МСП, которые обеспечивают 21% выпуска продукции субъектов МСП всех отраслей. Аналогичная ситуация и в сфере строительства, где работает 3% активных субъектов МСП, обеспечивающих 17% выпуска продукции МСП всех отраслей. При этом к 2012 г. доля выпуска МСП, работающих в промышленности увеличилась по сравнению с 2005 г. на 6%, в строительстве уменьшилась на 2%.

Торговля, занимая наибольшую долю в количестве субъектов МСП (41%), обеспечивает всего 24% объема выпуска продукции МСП всех отраслей. Аналогичная ситуация характерна и для субъектов МСП сельского хозяйства, которые, занимая 22% общего количества субъектов МСП, обеспечивают лишь 9% выпуска продукции субъектов МСП всех отраслей. Таким образом, сфера торговли и сельского хозяйства обнаруживают свою неэффективность в решении экономической задачи роста ВВП посредством увеличения выпуска продукции.

Субъекты МСП транспорта и связи решают экономическую задачу по обеспечению роста ВВП посредством увеличения выпуска продукции примерно пропорционально их количеству: занимая 7% численности в отраслевом разрезе субъектов МСП, данная отрасль обеспечивает 8% выпуска продукции субъектов МСП всех отраслей.

Развитие и нормальное функционирование сектора предпринимательства тесно связано с кредитованием - основным источником пополнения оборотных средств компаний. Снижение объемов финансирования сектора частного предпринимательства приводит к сокращению темпов роста ВВП страны.

Данные динамики отраслевой структуры кредитного портфеля свидетельствуют о том,

что государственная поддержка приоритетных секторов экономики не допустила снижения портфеля и даже способствовала увеличению его размера в таких отраслях, как промышленность, транспорт, связь и услуги.

Следует отметить, что субъекты предпринимательства в сфере сельского хозяйства, занимая 22% общего числа действующих субъектов МСП, получили всего 4% всех кредитов БВУ.

Привлекательным же сектором для кредитования БВУ в 2012 г. оказалась сфера строительства - занимая 3% от количества активных субъектов МСП, предприятия строительства получили 16% всех кредитов БВУ. Это связано с оживлением и постепенным восстановлением рынка недвижимости.

Наибольший удельный вес по показателю кредитования БВУ имеют субъекты предпринимательства, действующие в сфере торговли - занимая 41% всех субъектов МСП, они получили 33% всех кредитов БВУ. Эта тенденция является характерной особенностью экономики страны уже в течение семи лет.

Для решения задач посткризисного развития в Казахстане в рамках Государственной программы форсированного индустриально-инновационного развития РК на 2010-2014 гг. реализуется комплексная Программа развития предпринимательства «Дорожная карта бизнеса 2020» (Программа «ДКБ 2020»). Эта программа является самой масштабной инициативой по обеспечению устойчивого и сбалансированного развития регионального предпринимательства в несырьевых секторах экономики, способствуя сохранению действующих и созданию новых рабочих мест [6].

Реализация Программы на сегодня осуществляется по трем направлениям (рис. 6) [5]:

1. Государственная поддержка в рамках направления «Поддержка новых бизнес-инициатив» заключается в:

- субсидировании части процентной ставки по кредитам банков для реализации проектов (7%);
- частичном гарантировании по кредитам банков второго уровня, направленным на реализацию проектов (до 70%);
- развитии производственной (индустриальной) инфраструктуры.

2. В направлении «Усиление предприни-

матерского потенциала» входит:

- поддержка начинающих предпринимателей (стартап проекты);
- сервисная поддержка ведения действующего бизнеса;
- обучение топ-менеджмента малого и среднего бизнеса;
- модернизация и расширение производств путем установления деловых связей с иностранными партнерами (далее - проект «Деловые связи»);
- подготовка и переподготовка кадров по востребованным на рынке труда специальностям.

3. Направление «Оздоровление предпринимательского сектора» направлено на поддержку предпринимателей, пострадавших в результате кризиса. Реализация данного направ-

ления включает следующую поддержку:

- субсидирование части процентной ставки по уже имеющимся кредитам банков второго уровня (на момент одобрения) и на новую задолженность в рамках одной кредитной линии, которая возникает после одобрения проекта;
- рассмотрение вопроса о предоставлении отсрочки по погашению налоговой задолженности в бюджет (кроме индивидуального подоходного налога, удерживаемого у источника выплаты) без начисления пени;
- другие мероприятия по оздоровлению предприятий в рамках Плана финансово-экономического оздоровления, в том числе по задолженности перед внутренними кредиторами по облигациям.

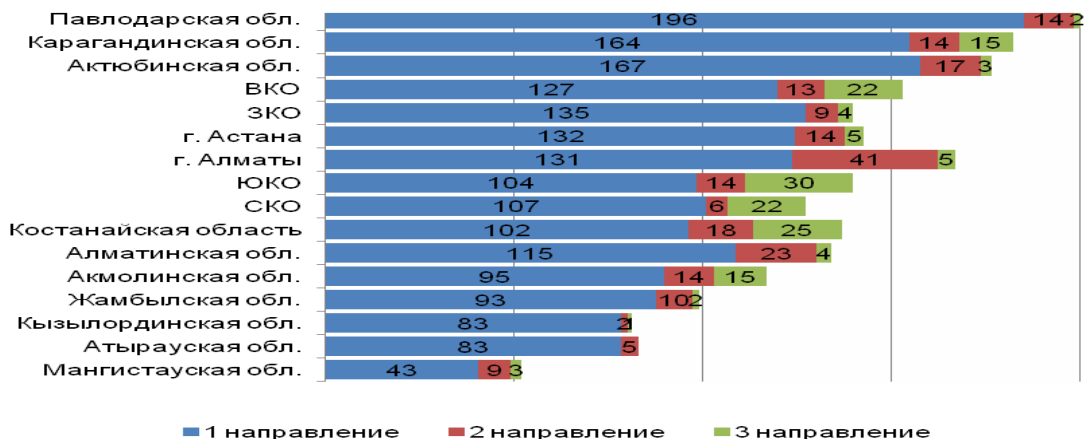


Рис. 6 - Количество подписанных договоров в региональном разрезе по направлениям программы «ДКБ 2020» на 01.01.2013г.

Используя опыт развитых стран по развитию МСП, Правительство проводит углубленную политику по реформе финансового сектора и комплексному развитию инфраструктуры поддержки МСП. Это расширение сети центров МСП, бизнес-инкубаторов, консалтинговых, лизинговых и других фирм, создание банков данных специализирующихся на обслуживании малых предприятий. Кроме того, облегчен порядок регистрации субъектов МСП; упрощена процедура сертификации продукции для субъектов МСП; введена система упрощенного бухгалтерского учета для субъектов МСП.

Таким образом, в настоящее время в об-

ласти поддержки предпринимательства существует большое количество различных институтов, сформированы базовые принципы, формы и механизмы поддержки.

Подводя итоги можно сделать вывод, что за последние восемь лет активизация деятельности субъектов малого и среднего бизнеса в республике стала динамичным явлением, что подтверждался статистическими данными. С 2005 по 2012 гг. наблюдался рост основных показателей (количество активных субъектов, численность занятых, выпуск продукции), характеризующих состояние субъектов малого и среднего предпринимательства в Казахстане.

Соответственно проведенный анализ подчеркивает, что для дальнейшего развития МСП в стране необходимо предусмотреть решение вопросов институционального усиления объединений бизнеса, создания на постоянной основе централизованной системы публичного анализа

регуляторного воздействия действующих и вновь вводимых норм законов и инструментов регулирования экономики, передачи в бизнес-среду отдельных государственных функций регулирования предпринимательской деятельности, направленных на развитие МСП.

Литература

1. Назарбаев Н.А. Послание Президента Республики Казахстан - Лидера Нации народу Казахстана «Повышение благосостояния граждан Казахстана - главная цель государственной политики»//Казахстанская правда, 6 февраля 2008 года.
2. Большие вызовы развитию малого бизнеса в Казахстане. - Алматы, 2004.
3. Отчеты Агентства РК по статистике//интернет-ресурс: www.stat.gov.kz.
4. Отчеты Национального Банка РК//интернет-ресурс: www.nationalbank.kz.
5. Годовой отчет АО «Фонд развития предпринимательства «Даму» за 2012 г.//интернет-ресурс: www.damu.kz.
6. Программа «Дорожная карта бизнеса 2020»//Постановление Правительства РК от 13 апреля 2010 года №301.

Түйін

Қазақстан Республикасының шағын және орта кәсіпкерлігіне талдау жүргізіліп шағын және орта кәсіпкерлік дамуының шартты түрде кезеңдерге бөлінуі, шағын және орта кәсіпкерлік субъектілерінің дамуына шолу жасалды.

Summary

The leading analysis to development of small and middle entrepreneurship in the Republic of Kazakhstan, was done conditional divisions on development stages of small and middle entrepreneurship; the development subject of small and middle entrepreneurship.



S. Baizakov ., *doctor of Economics, professor*
Economic Research Institute

S. Sagintayeva, *doctor of Economics, professor*
Kazakh University of Economics, Finance and International Trade

**THE TOTAL FACTORIAL PRODUCTIVITY AS THE BASIC FACTOR
OF THE INNOVATIVE DEVELOPMENT**

The article presents some results of the investigation of the problems of the economical management technology structure.

The passage on the innovative economics is a strategic direction in the development of Kazakhstan. It assumes the creation of the new economical management technology. Kantorovich-Kupmans' duality principle assumed as its basis makes it possible to conduct the estimation of the innovative activity of any economic agents. In this case the total factor productivity is the index of steady economic increase, and the system of the balanced indices may be used in the analysis of investment projects of innovative components in the form of economic or public profit.

Key words: innovation, innovative economics, cumulative factorial productivity.

Postindustrial development of global economics, firstly, offered innovation, which carrier is intellectual capital. Intellectual capitals mostly are applied not only in the development of production, but also in the management of currency-financial resources, and in improving instruments of economic management.

Nowadays people become witnesses of the fact that innovative testing is the most important factor which gives a strong impulse into the development of economics, finance and management.

On the way of movement of economies of the world states to progress, it can be possible to sort out three system-forming «floors» of development of economic science, which is the queen of all other sciences as Schumpeter said:

- development of innovations in the sphere of production of actual goods;
- development of innovations in the sphere of renovation of monetary-financial system;
- development of innovations in the sphere of management of social-political life of the people and management of business, enterprise, region etc.

We can understand innovative investment into actual economics as a process of achievement of high technique - technological orders of production, and we can understand innovations into further socio-political development as a process of development of new instruments of its economic management. In other words, to innovate the economic system in the sphere of production of any state it is

necessary to adequate innovative system of management instruments by its finances and socio-political development.

In our early works [1-2] we studied the causes of defects in the present technology of economic management, based on partial indexes of equilibrium prices of goods and services, labor and capital. The necessity of creating new technology and economic management, based on the principles of Kantorovich and Koopmans duality. Using the ideological legacy of the Nobel Prize in 1975 the authors were allowed to construct a concept of new technology for managing economics. There are private market indices corresponding to the principles of general economic balance and sustainable development. The basis of their agreement is total factor productivity, which is a measure of national dimension, and, consequently, the international reserve currency.

In macroeconomic studies considerable attention is given to the measurement of the percent contribution of factors «capital», «labor» and «total factor productivity» in increasing of GDP. In the World Bank report it was noted that the introduction of measurement of an economic increase «total factor productivity» became one of the important achievements in the economic science in the last fifty years.

The total factor productivity of labor and capital depends on the equipment of the human capital with the capital assets and the basic equations is the de-

composition of total factor productivity [3]:

$$\varphi = \gamma q \quad (1)$$

where

φ - the aggregate productivity of labor and capital;

γ - average annual wage per worker, representing the price of human capital;

q - performance unit of human capital, determined by market conditions for goods and services (hereinafter: in short form - «rate of return of wages»).

We have the following dual pair of production functions: the regulatory costs ($\varphi_1(0) = \gamma_1(1)q_0$) and the actual results of production ($\varphi_1(1) = \gamma_1(1)q_1$) of the real sector of the economics.

$\gamma_1(1)q_1$ - total factor costs of production, determined by conditions of the market of goods and services in the current situation.

This production function $\varphi_1(1)$ is represented by the actual results of production at the current situation and divides for the product of the average annual wage per worker and its impact factor (performance), thereby shifting the focus to distribution relations between labor and capital.

Another expression of total factor productivity is $\varphi_0 = \gamma q_0$ and defined by the actual cost of production at a fixed rate of return of wages in the base year (q_0).

If total factor productivity φ was higher φ_0 , the economics of the enterprise in the current year worked efficiently, otherwise, it was worse than in the base year, as $(\varphi - \varphi_0)$ is negative value. Or the same $q/q_0 = 1$.

Equality of the parameters φ and φ_0 means that the economics of the management level worked at the level of the base year, since $q/q_0 = 1$.

The natural desire of an entrepreneur to raise total factor productivity - φ requires a high return wage - q in each cycle of production.

In turn, the rate of return of wages - q is another term of supply of human capital - γ by financial capital (h) with normal efficiency (r), since the equality:

$$q = 1 + rh \quad (2)$$

takes place,

where h - fixed capital, which falls on unit wage per worker (a ratio of human capital by financial

capital), r - rate of return of capital.

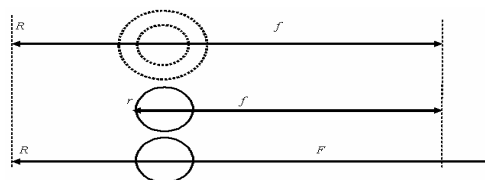
These two formulas (1) and (2) solve the problem of increasing human energy, as it was noticed even in the 20th century by a Serbian scientist Nikola Tesla:

«Imagine the person as the weight subject to influence of force. Though movement of a body does not carry the forward character meaning moving, nevertheless, to him laws of mechanical movement, and energy of this weight are applicable, according to the known formula it will be equal to half of product of weight on a square of a certain speed ...

The person, however, is not the ordinary weight consisting of rotating atoms and molecules and containing only thermal energy. It represents weight in which the certain higher properties which are starting with the creative beginning by which it is allocated are put. His weight as water in an ocean wave, constantly varies, new comes instead of the old. Besides, he grows, breeds and dies, and consequently the weight changes not only of the separate individual, but also of mankind as a whole

So, we present a diagram. M designates weight of mankind. This weight is induced to one-way traffic by force f to which counteracts other force R - partially force of a friction, partially negative force operating in an opposite direction and braking movement of weight.

Such counteracting force is present at each movement, and it should be taken into consideration. The difference between these two forces is a useful force which informs speed V to weight M in a direction specified by an arrow on a vector of force f . According to the aforesaid, energy of mankind will be defined by product $1/2 * M * V * V$ where M - is total weight of mankind in the usual sense of the term «weight», and V is a certain prospective speed which we cannot precisely characterize and define at a present condition of a science we cannot precisely characterize and define.



Picture 1- Three ways of increasing mankind energy

Hence, the increase of energy of mankind is equivalent to increase of this product and as it is easily possible to see, there are only three real ways of achievement of this result which is illustrated by the diagram. The first way assumes increase in weight without change of both counteracting forces. The second consists in reduction of braking force R to magnitude r and in preservation of weight and inducing force in former values. The third way consists in force increase f to magnitude F while the weight and counteracting force R remain invariable. It is obvious that there are fixed limits concerning weight and reduction of counteracting force, but inducing force can increase beyond all bounds. Each of three these possible decisions represents various aspect of the basic question of increase in energy of mankind. And thus, it is necessary to consider consistently these three separate problems» [4, P.20-23].

As the weight of one person is in average constant and also number of the occupied people in economics is limited by an aggregate number of the population of the country, then limited it is considered working hours resource. But economic capacity of the working person can be increased in a reasonable interval of time to desirable level by consecutive escalating of armament of its labor by means of production. So, at the fixed resources of working hours and the fixed price of work $\gamma_1(0)$, the only factor of increase (decrease) in total factorial productivity φ there is according to modules (1) dynamics of the indicator q_1 .

In the formulas (1)-(2) problem of N. Tesla finds full solving:

- Its first way on weight increase is realized by growth of number of the occupied people in economics or lengthening of duration of day working hours. And, on the contrary, surplus of this weight is eliminated by increase in duration of free day time of everyone working person at preservation of the price of the human capital: time replaces a monetary material;

- Its second way on restriction of braking force we realize by establishment of level of the price of the human capital depending on level of total factorial productivity φ . Otherwise the unreasonable rise in prices of the human capital becomes a brake on a way of steady rates of economic growth;

- Its third way on inducing force of economic development is easily realized by acceleration of

growth of the indicator q by continuous growth of armament of a payment by means of production (h), focused on innovative development (E).

Thus, N.Tesla's model is the original test for checking of a reality and a realizability of the formulas (1)-(2). So, decoding of the economic maintenance of model of N.Tesla consists in weight increase in the first way by means of growth of number of the occupied people in economics, in acceptance of the price of the human capital as braking force in the second way, and the indicator q - as inducing force and «catalyst» of acceleration of economic growth in the third way. At a stage of technique-technological progress, growth of armament of a payment by the basic means (h) acts as the carrier of the innovative industrialization which indicator is growth by norm of return of a fixed capital-. And in the absence of innovative technology, in process of saturation of armament of a payment by means of production (h) the norm of efficiency of a fixed capital (E) decreases. In the same way, as the living wage defines the bottom border of the price of work, the indicator defines that bottom border of efficiency of a fixed capital which defines a break-even point. Now this specification in the world is accepted equal to 0,12. As the different countries have different national currencies they can accept various indicators of a living wage and the specification of a recoupment of a fixed capital.

As we can see from the formulas (1)-(2), if profitable unit of national currency serves price of human assets γ , then so-called threshold of its productivity is q_0 , precisely, fixed meaning of indicator q at time moment $t=t_0$.

Indeed, changes in structure of indicator q occurs, firstly, when growth of capital endowment of labor payment (h) substitutes losses of economics from decrease of norm of effectiveness fixed assets ($r=E$).

Secondly, level of parameter q changes when under influence of factors of innovation development grows norm of effectiveness of fixed capital ($r=E$).

As a whole, shifts in parameter structure q are defined not differently, as changes in a performance level (qualitatively) techniques and «the know-how» ($r = E$), or an investment of the additional capital (quantitatively) - h .

At known parameters of the formulas (1)-(2) it is easy to analyze all possible variants of influence of these key indicators of a fixed capital on dyna-

mics of total factorial productivity, and then on dynamics of gross national product under incomes and the prices of the human capital [2, P.52]. So, in case of introduction of the innovative «know-how» there is conditional or even a real reduction of number of working people or as nowadays in Japan and in other developed countries of the world, there will be a reduction of duration of day working hours, and increase in duration of a free time.

These shifts in structure of factors of manufacture and, hence, in structure of the resources involved in economics grow out of growth of norm of efficiency of a fixed capital ($r = E$). In a consequence work is replaced with the capital, and less skilled work is replaced with work of higher qualification with probably high wages. Thereby in process of indicator growth there is a possibility for a reduction of work or for replacement of less difficult work with more difficult work.

Thus, here, as well as in former works of authors, the human capital is understood as not physical and not as intellectual force of the person of work, and its mid-annual monetary compensation recognized as market economics.

The size of economic magnitude of this compensation is certain by conditions of the general balance at the reached level of total factorial labor productivity in time present situation in the given concrete district (the company, the country or economic). And it corresponds to the size of physical energy of this person of work in 70 watts [2].

It is necessary to underline once again that the market as the force majeure, does not recognize expenses of neither physical nor intellectual force of the person of work, especially his high qualification and quantities of high school diplomas. The market defines only economic work - the price of a labor of this person of the work, corresponding to conditions of the general balance. Such understanding of economy of work and a market mechanism of definition of the price of the human capital does not contradict to the conventional theory of development of the human capital, developed by T.Schultz and S.Bekker [5], and in an essential measure sup-

plements their sights, bringing under their substantiations strictly certain principle of a duality.

Firstly, work hired just as work of the businessman or any other physical person has the price. And this price is a variable in time size, is defined not depending on the experience and qualification of an individual, and depending on the level of total factorial productivity recognized as market conditions of the general balance. The price of the human capital, as well as the price of the financial capital, is defined by the market, both capitals equally participates in creation of the total added cost defined by conditions of the market.

Secondly, only ability of businessmen and managers of manufacture to distribute again created cumulative income on a payment and on the income of the capital forms a basis of steady economic development of their enterprises. Unfairly low payment, equally and strongly high payment, leads to production efficiency loss: low - in the absence of stimulus to high efficiency, a high payment - because of infringement of interests of the businessman. And consequently optimum distribution of the cumulative income demands high qualification of managers of the enterprises and perfection of tools of economic management.

Thus, economic indicators r , h , γ and their optimum parities simultaneously define level of cumulative factorial productivity (φ) and they are defined by it. Hence, the problem of the coordination of work of three key markets of economics dares by definition of optimum levels between indicators: the work prices (γ), the capital prices (r) and armament of unit of a payment of a fixed capital (h) [1, P.36].

These three indicators of economic management, speaking in images, are children of cumulative factorial productivity and simultaneously they act as its major factors defining. Such dual nature of straight lines and feedback between industrial resources and their productivity causes parity innovative development of tools of economic management on a level with development of technological ways of the sphere of manufacture.

References

1. Baizakov S., Sagintayeva S. Economic concept of renovation of global monetary and financial system. - Astana, 2009. - 122 p.
2. Baizakov S., Sagintayeva S. Total factorial productivity as measure of national and global currencies

(Second edition, improved and added with comments of B. Bolshakov) - Astana, 2010. - 104 p.

3. Нефедов А., Байзаков С. Архитектура созидания профессионального государства. - Алматы, 2009. 205 с.

4. Арменский А.Е., Кочубей С.Э., Устюгов В.В. Экономика устойчивого развития: прорывные идеи и технологии. - М.: ООО Агентство «Социальный проект», 2008. - 424 с.

5. Смирнов В.Т., Сошников И.В., Романчин В.И., Скоблякова И.В. Человеческий капитал: содержание и виды, оценка и стимулирование. Моногр. // Под ред. д.э.н., проф. В.Т.Смирнова. - М.: Машиностроение-1, ОрелГТУ, 2005.-513 с.

Резюме

В качестве стратегического направления развития страны в Казахстане провозглашен переход к инновационной экономике, что предполагает создание новой технологии экономического управления. Положенный в ее основу принцип двойственности Канторовича-Купманса позволяет проводить оценку инновационной деятельности любых экономических агентов. Показателем устойчивого экономического роста при этом выступает совокупная факторная производительность, а система сбалансированных показателей позволяет проводить анализ инвестиционных проектов на наличие инновационных составляющих в форме экономических или общественных выгод.

Түйін

Ел дамуының стратегиялық бағыты ретінде Қазақстанда инновациялық экономикаға көшу ресми түрде қабылданған, бұл өз кезегінде экономикалық басқаруда жаңа технологиялар құруды көздейді. Оның негізі ретінде алынған Канторович-Купманстың екіжақтылық қағидаты кез келген экономикалық агенттердің инновациялық қызметін бағалауға мүмкіндік береді. Жиынтық факторлық өнімділік тұрақты экономикалық өсудің көрсеткіші болып табылады, ал үйлестірілген көрсеткіштер жүйесі инвестициялық жобаларда экономикалық және қоғамдық тиімділік формасындағы инновациялық құрамдастардың болуын талдауға мүмкіндік береді.



Е.А. Лунева,

к.э.н., доцент

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, РФ

СИСТЕМА МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ В КОНЦЕПЦИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО МАРКЕТИНГА

В статье рассматривается сущность современной концепции предпринимательского маркетинга, определены ее особенности и составляющие элементы. Автор выделяет специфику системы маркетинговых коммуникаций компании, ориентированной на концепцию предпринимательского маркетинга, а также приводит наиболее эффективные с точки зрения данной концепции инструменты продвижения.

Ключевые слова: предпринимательский маркетинг, BTL-коммуникации, прямой маркетинг, событийный маркетинг, партизанский маркетинг.

Концепция предпринимательского маркетинга сформировалась как самостоятельное на- правление научных и прикладных исследований на основе синтеза ключевых положений и под-

ходов маркетинга и предпринимательства. В 1725 г. Ричард Кантильон определил предпринимателя как человека, действующего в условиях риска. Дальнейшее развитие предпринимательской активности и исследований в данной области обусловило и выработку основных концепций маркетинга как инструмента эффективного управления компанией, действующей в условиях конкуренции и рынка покупателя. В связи с этим целесообразно рассматривать маркетинговую концепцию и теорию предпринимательства как взаимосвязанные и взаимообуславливающие сферы исследования. Именно предпринимательский маркетинг является связующим звеном концепций маркетинга и предпринимательства в деятельности компаний, особенно сферы малого бизнеса.

Изначально концепция предпринимательского маркетинга ассоциировалась с маркетинговой деятельностью в малых компаниях, функционирующих в условиях ограниченных ресурсов с использованием простейших маркетинговых стратегий и программ. Однако в конце 80-х гг. XX в. Американская Ассоциация Маркетинга определила предпринимательский маркетинг как отдельное направление исследований.

Согласно S. Kraus, R. Harms and M. Fink [1], предпринимательский маркетинг - это маркетинг для генерирования инноваций и реализации новых подходов к продвижению компании. По их мнению, предпринимательский маркетинг представляет собой маркетинговую деятельность, основанную на предпринимательском типе мышления.

В работе Morris M., LaForge R. предпринимательский маркетинг определяется как активное выявление и использование возможностей для привлечения и удержания прибыльных клиентов через инновационные подходы к управлению рисками, использование ресурсов и создание стоимости [2]. Предпринимательский маркетинг является деятельностью компаний, направленной на эффективное использование особенностей предпринимательства для удовлетворения потребностей клиентов и максимизации прибыли.

По мнению автора, предпринимательский маркетинг представляет собой концепцию и технологию создания потребительской ценности, которые предопределяются ментальными осо-

бенностями и внутренней мотивацией предпринимателя или владельца бизнеса и основываются на:

- 1) инновациях;
- 2) нестандартных маркетинговых решениях;
- 3) взаимовыгодном сотрудничестве с потребителями, поставщиками, конкурентами и деловыми партнерами;
- 4) гибкости и адаптивности организации маркетинга и принятия решений;
- 5) рискованности принимаемых решений и действий;
- 6) эффективном использовании ресурсов.

Решения, принимаемые в рамках предпринимательского маркетинга, тесно связаны с предпринимательским поведением, которое характеризуется стремлением к интенсивному развитию через внедрение инноваций, готовностью принимать рискованные решения, проактивным поведением и ориентацией на распознавание и использование возможностей, создаваемых рынком.

Таким образом, сущность предпринимательского маркетинга заключается в постоянном поиске новых способов создания потребительской ценности и удовлетворения потребностей покупателей при условии максимально эффективного использования ресурсов, ориентации на инновации и приемлемости уровня риска принимаемых решений.

Большинство ученых к предпринимательской составляющей данной концепции относят риск, новаторскую деятельность, творческую инициативность, проактивность, рациональное управление ограниченными ресурсами, проактивность. При этом к маркетинговой составляющей относится ориентация на потребителя. Kilenthong P., Hills G., Hultman C. отмечают, что приоритет клиента означает, что в концепции предпринимательского маркетинга к клиентам относятся как к активным участникам процесса принятия решений [3].

Таким образом, основными элементами предпринимательского маркетинга являются: 1) риск; 2) инновационная деятельность; 3) рациональное использование ресурсов; 4) творческий подход; 5) проактивное поведение; 6) ценность потребителя.

Соответственно, с точки зрения предпринимательского маркетинга маркетинговая дея-

тельность компании зачастую носит стихийный характер. Предприниматели чаще всего принимают решения интуитивно, в отсутствии эмпирических данных о потребительской и конкурентной активности на рынке. Предпринимательская ориентация предполагает отсутствие жесткой иерархической структуры компании, ее вертикальное сжатие, результатом которого является установление долгосрочных взаимовыгодных партнерских отношений с потребителями на всех уровнях компании - от менеджеров front office до непосредственных руководителей компании и владельцев бизнеса. Предприниматель может лично общаться со своими потребителями и именно посредством такого общения идентифицировать тенденции развития рынка, предпосылки, перспективы и последствия конъюнктурных изменений, появление новых потребностей своих клиентов. Как указывают Collinson E.M. and Shaw E. [4], чувствительность к рынку и интуитивные способности предвидеть изменения в потребностях клиента являются основной отличительной характеристикой предпринимательского маркетинга. Кроме того, в концепции предпринимательского маркетинга наряду с маркетинговыми исследованиями для сбора маркетинговой информации и разработки и реализации эффективных маркетинговых решений используется networking. Networking (организация личного общения) играет основополагающую роль в маркетинговой деятельности предпринимательской компании и предполагает постоянный контакт с клиентами, поставщиками, дистрибьюторами и выявление на их основе динамики развития потребностей и конъюнктуры рынка.

Таким образом, для успешного функционирования на рынке в условиях насыщения потребностей клиентов и усиления конкуренции предпринимателю необходимо минимизировать издержки, адаптировать компанию к условиям рыночной среды, быстро принимать решения, творчески подходить к маркетинговой деятельности, искать индивидуальный подход к каждому потребителю. Важно понимать, что предпринимательский маркетинг предполагает деятельность компании в условиях ограниченных ресурсов, поэтому направлен на минимизацию издержек посредством инновационной деятельности и творческого подхода. Именно это явля-

ется основополагающим подходом к маркетинговым коммуникациям компании, в основе управления которой лежит концепция предпринимательского маркетинга.

Система маркетинговых коммуникаций с ориентацией на предпринимательскую концепцию обладает следующими особенностями:

1. Креативность и творческий подход в выборе инструментов маркетинговых коммуникаций и разработке коммуникационного обращения, обеспечивающие более высокую по сравнению с традиционным подходом эффективность за счет привлечения внимания и сокращения числа контактов.

2. Ориентация на инструменты прямого маркетинга с целью формирования личностного канала коммуникации. Развитие 1-to-1 маркетинга является одним из основных инструментов при коммуникационной политике компании.

3. Использование возможностей бесплатных средств и инструментов продвижения, только если это не противоречит ценностям компании и особенностям целевой аудитории.

4. Привлечение партнеров и реализация cross-promotion программ с целью повышения эффективности реализуемой программы продвижения и сокращению расходов.

5. Использование нестандартных средств и носителей маркетинговых коммуникаций, направленных на привлечение внимания целевой аудитории и установление с ней первичного контакта.

6. Таргетирование программ маркетинговых коммуникаций по показателям времени и места размещения, профиля целевой аудитории.

С учетом этих особенностей в концепции предпринимательского маркетинга целесообразно сконцентрироваться на ВТЛ-коммуникациях как инструменте продвижения, так как именно они позволяют достигать целей привлечения и удержания клиентов, формирования их имиджа и репутации.

Изначально было абсолютно точно выделено содержание термина ATL: реклама на телевидении, на радио, в печатных СМИ, наружная реклама, реклама в кино. К термину ВТЛ относились все остальные коммуникации, не входящие в ATL. По мере развития сферы продвижения термин ATL остался практически неизменным (некоторые авторы приписывают к не-

му теперь рекламу на автотранспорте, что можно отнести к наружной рекламе и в сети Интернет (баннеры, контекстная реклама)), а вот термин ВТЛ постоянно деформировался и наполнился все новыми инструментами продвижения.

Следует отметить, что литературе нет четкого разделения, какие инструменты следует относить к ВТЛ-коммуникациям, а какие к АТЛ. Источник данной проблемы, по мнению многих практиков, кроется именно в происхождении данного разделения маркетинговых коммуникаций. Это деление было создано весьма искусно и грубо. Кроме того, позже была предложена категория TTL (through the line), что привнесло еще больше разночтений в отношении данной классификации.

Наиболее распространенная классификация подразделяет ВТЛ на 5 направлений [5]:

- consumer promotion (стимулирование сбыта среди потребителей);
- trade promotion (стимулирование сбыта среди торговых посредников);
- direct marketing (прямой маркетинг);
- POSm (рекламные материалы);
- special events (особые мероприятия).

Авторы А.А. Романов, А.В. Панько [6] к приведенной выше классификации добавляют и другие инструменты маркетинговых коммуникаций: 1) мерчендайзинг; 2) рекламные мероприятия, связанные с проведением ярмарок и выставок; 3) нестандартные рекламные проекты. Однако мерчендайзинг можно отнести к стимулированию сбыта среди потребителей, так как основная цель мерчендайзинга - это выделение товара на полке и привлечение к нему внимания. Проведение ярмарок и выставок можно отнести к особым мероприятиям, которые организует и проводит компания.

По мнению Е.В. Ромата [7], к группе ВТЛ относят мероприятия по стимулированию сбыта, публик рилейшнз, рекламу в местах продаж, директ-маркетинг, спонсорство. Категория «public relations» является одной из самых спорных. Автор работы выражает свое согласие с позицией Н. Самойловой по поводу взаимодействия TTL, АТЛ и ВТЛ и присутствия PR. Это взаимодействие выражается одной формулой:

$$TTL = ATL + BTL + PR.$$

То есть, общая коммуникационная стратегия строится на основе использования АТЛ и ВТЛ - инструментов, но в каждом случае присутствует такая составляющая, как PR, которая помогает формировать мнение о компании. По мнению автора, такая позиция наиболее полно отображает создание коммуникационного микса, интеграцию всех используемых коммуникационных инструментов.

Некоторые авторы лишь перечисляют отдельные инструменты, никак не классифицируя их. Ф.И. Шарков [8] приводит такое определение ВТЛ: это комплекс маркетинговых мероприятий, включающий в себя акции по стимулированию сбыта: раздачу листовок, семплинг и дегустации, оформление торговых точек POS-материалами, стимулирование продаж посредством проведения мгновенных лотерей, вручения подарка за покупку; организацию и проведению бренд-вечеринок; организацию шоу-программ; провокационный сейлз-промоушн.

В качестве основы для отнесения маркетинговых мероприятий к категории ВТЛ-коммуникаций является также выделение признаков, присущих данному виду коммуникаций. Рассмотрим определение рекламы. Согласно Федеральному Закону «О рекламе» [9], реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. Еще одна яркая черта АТЛ - рекламы - это преимущественно информативный характер сообщения без вовлечения потребителя непосредственно в процесс. Прямые рекламные материалы работают на информирование, узнавание, напоминание, формирование имиджа. То есть, несмотря на то, что реклама «прямая», коммуникативный канал с потенциальным потребителем получается опосредованный и без обратной связи. У АТЛ и ВТЛ-коммуникаций различные коммуникационные задачи. Задачей АТЛ-рекламы является информирование, сообщение, формирование узнаваемости и т.д. Если компания ставит перед собой задачу по стимулированию сбыта, тогда более целесообразно использовать систему ВТЛ-коммуникаций. Однако данное мнение также не яв-

ляется абсолютно верным, т.к зачастую информацию о проведении каких-либо BTL-мероприятий (например, дегустации, конкурсы, праздники) потребители получают из традиционных СМИ. Таким образом, два инструмента работают совместно на достижение общей цели, дополняя друг друга. И в то же время, некоторые инструменты BTL-коммуникаций не направлены на непосредственное стимулирование сбыта в краткосрочном периоде. Это такие инструменты, как спонсорство, проведение различных мероприятий, основная их цель - это построение долгосрочных отношений с потребителем, формирование положительного имиджа в его глазах.

BTL - коммуникации, в первую очередь, характеризуются наличием обратной связи (интерактивностью) и прямого контакта с потребителем. BTL-коммуникации - это современные инструменты коммуникаций, которые отличаются от безличных каналов продвижения тем, что способны обеспечить прямой, а в некоторых случаях даже личный контакт с потребителем с целью максимального вовлечения в процесс коммуникации.

Одним из наиболее эффективных с точки зрения затрат и получения отклика является прямой маркетинг. Смысл этого способа коммуникации заключается в персональном, индивидуализированном обращении к потребителю. Прямой маркетинг включает не только прямую почтовую рекламу (direct mail), но также теле-маркетинг и рекламу прямого отклика (direct response) на телевидении, по радио и в других СМИ, когда рекламное сообщение нацелено на порождение ответного действия. Также к каналам прямого маркетинга относятся мобильный маркетинг, рассылки по электронной почте.

К основным преимуществам прямого маркетинга можно отнести избирательность, конфиденциальность обращения, активный отклик аудитории, контроль за обратной реакцией потребителя, многообразие форм обращения, скрытость от конкурентов, возможность отслеживать колебания в настроениях потенциальных покупателей. Этот способ взаимоотношений с целевой аудиторией максимально приближен к общению между людьми. Важно отметить, что директ-маркетинговое письмо отправляется лично каждому адресату (персонализированное письмо), что повышает уровень доверия к ком-

муникациям. Прямое знакомство с клиентами позволяет узнать их мотивацию в приобретении тех или иных товаров и потребности, что дает возможность заинтересовать их индивидуальными предложениями.

Действие прямого маркетинга основано на ведении качественной базы данных своих потребителей. Она содержит информацию о покупателях и перспективных клиентах, которая собирается на протяжении длительного времени, и использует не общие, а специальные средства для доставки сообщений и применяет уникальный творческий потенциал. База данных должна постоянно обновляться и пополняться за счет проводимых маркетинговых исследований (опросов потребителей, наблюдений за реакцией на сообщения и т.д.).

Событийный маркетинг (event marketing) представляет собой продвижение товара или услуги с помощью создания и организации специальных мероприятий, создающих эмоциональные связи между потребителем и брендом.

Специальное мероприятие - не просто способ привлечь внимание потребителя к торговой марке. В зависимости от формата и контента события - происходит то или иное позиционирование марки. В событийном маркетинге выделяют следующие форматы мероприятий.

Открытие. В данном случае компания имеет отчетливый, не придуманный информационный повод - открытие чего-либо. Это самый популярный формат мероприятий, который, однако, сложнее всего сделать удачным и запоминающимся. Некоторые практики объясняют это банальностью информационного повода, другие же проблему видят в плохой проработанности концепций подобных мероприятий. По мнению автора, обе эти точки зрения абсолютно верны, и при разработке мероприятий такого типа необходимо учитывать эти факторы. Основная задача открытия, как правило, - привлечь как можно больше внимания целевой аудитории к появлению на рынке открываемого объекта. При этом презентация самого объекта происходит отчасти естественным путем - посещением его гостями. Поэтому на первое место при планировании открытия выходят как раз элементы шоу, способные привлечь аудиторию на мероприятие и, соответственно, склонить ее к посещению объекта.

Презентации. В основном презентации - это мероприятия закрытого типа, хотя бывают исключения. Презентация продукта - это событие на 80% посвященное самому продукту. Поэтому основное ее время должно быть отведено именно ему. При разработке презентации необходимо позаботиться о максимальной иллюстративности и зрелищности всего того, о чем будет сказано, с целью заинтересовать целевую аудиторию. В то же время уделять большую часть времени развлекательным элементам во время презентации неуместно. Цель мероприятия в этом случае - максимально заинтересовать потребителя представленным продуктом и дать ему полную и исчерпывающую информацию о нем. В этом могут помочь проекторы, флэш-презентации, демонстрационные видеofilмы и прочие технические средства, позволяющие обеспечить зрелищность процесса.

Праздники, такие как участие в праздниках городского масштаба, создание мероприятия к общенациональному празднику или создание собственного уникального события (например, юбилей фирмы). В зависимости от праздника будет различаться специфика организации каждого из них, но общим будет одно - акцентирование развлекательной составляющей мероприятия с параллельной презентацией продукта или бренда или компании. Маркетинговый эффект мероприятий подобного плана достигается за счет связи конкретной марки с обилием положительных эмоций получаемых аудиторией.

Партизанским маркетингом (в переводе с испанского guerrilla marketing) называют малобюджетные способы рекламы и маркетинга, позволяющие эффективно продвигать свой товар или услугу, привлекать новых клиентов и увеличивать свою прибыль, почти не вкладывая денег. Поэтому партизанский маркетинг называют также «малобюджетным маркетингом» или «малозатратным маркетингом» [10]. В основе партизанского маркетинга лежит простой

принцип: при отсутствии необходимого количества денег целесообразно использовать нестандартные рекламные носители и необычные идеи. Однако при организации «партизанских» мероприятий компания может столкнуться с неспособностью генерировать и реализовывать творческие идеи. Кроме того, практически каждая партизанская акция уникальна, поэтому не всегда существует возможность многократно эффективно использовать удачные идеи.

В настоящее время существует уже огромное количество разнообразных инструментов партизанского маркетинга. Наиболее популярным инструментом массового воздействия является flashmob, вирусный маркетинг, вирусные игры в сети Интернет, а также коммуникации из уст в уста.

Инструменты локального воздействия предназначены как для повышения уровня узнаваемости бренда, так и для среднесрочного увеличения продаж. В отличие от инструментов массового воздействия таргетируется целевая аудитория, она разбивается на узкие сегменты и подсегменты. В качестве такого инструмента часто используют ambient media - размещение нестандартной рекламы в городской среде. Рекламное сообщение доносится путем органичного вписывания в городской ландшафт. Говоря об ambient media, чаще всего имеют в виду нестандартность самого канала коммуникации. Однако идеальным ambient -проектом является тот, в котором пересекаются три ценности: ценность бренда, среда (канал коммуникации) и креативное решение.

Следует отметить, что перечисленные инструменты VTL - коммуникаций не являются обособленными. На практике отдельные инструменты VTL должны дополнять друг друга и вместе работать на достижение одной цели, например, через прямую почтовую рассылку распространяется информация об акциях или присылается купон со скидкой.

Литература

1. Kraus S., R. Harms and M. Fink Entrepreneurial Marketing: Moving beyond Marketing in New Ventures // Entrepreneurship and Innovation Management, Special Issue - 2009. - p.8.
2. Morris M., LaForge R. Entrepreneurial marketing: a construct for integrating emerging entrepreneurship and marketing perspectives // Journal of Marketing. - 2002. - № 2. - p.5.

3. Kilenthong P., Hills G., Hultman C. Entrepreneurial Marketing Practice: Systematic Relationships with Firm Age, Firm Size, and Operator's Status - <http://www.unisg.ch/>
4. Collinson E.M., Shaw E. Entrepreneurial marketing: a historical perspective on development and practice // Management Decision - 2001. - p.7.
5. Что такое BTL и что в него входит? - <http://www.biztimes.ru/index.php?artid=494>
6. Романов А.А., Панько А.В. Маркетинговые коммуникации - М.: Эксмо, 2006. - С. 270-271.
7. Ромат Е.В. Реклама. 5-е изд. - СПб.: Питер, 2002. - С. 141.
8. Шарков Ф.И. Реклама в коммуникационном процессе: Учебник. - М.: «Дашков и К», 2008.- С. 85.
9. Федеральный закон от 13.03.2006 №38 - ФЗ (ред. От 27.10.2008) О рекламе - принят ГД ФС РФ 22.02.2006 - С. 6.
10. Левинсон Д.К. Маркетинг по-партизански/Серия «Бизнес-класс». - Ростов н/Д: Феникс, 2003. - С. 8.

Түйін

Бұл мақалада автор кәсіпорын қызметіндегі кәсіпкерлік маркетинг әлеуетін максималды толық ашуға мүмкіндік беретін компанияның негізгі және тиімді маркетингтік байланыс құралдарын қарастырған.

Summary

In the article the author examines the main and most effective tools of marketing communication, the use of which allows the fullest unleash the entrepreneurial marketing activities of enterprises, especially small business.



Б.С. Балтабаева,
магистрант МШБ Каз.ЭУ
им.Т. Рыскулова

РАЗРАБОТКА ОРГАНИЗАЦИОННОГО ДИЗАЙНА КОМПАНИИ, ОРИЕНТИРОВАННОЙ НА ЛИДЕРСТВО

В статье описаны основы организационного дизайна, раскрываются современные концепции управления с позиций их воздействия на управленческие блоки в организации, приводятся инструменты и методы проведения организационных изменений.

Ключевые слова: задачи организации, стратегия менеджмента.

Термин «Организационный дизайн» появился в экономической литературе сравнительно недавно. Его возникновение связано с необходимостью комплексного подхода к анализу и построению организаций, с рассмотрением организаций как открытых систем, на все аспекты деятельности которых оказывают существенное влияние быстро меняющиеся внешние условия ведения бизнеса.

Традиционный подход к изучению организации связан, прежде всего, с анализом организационной структуры, которая отражает схемы административной подчиненности и отчетности. Однако эффективность функционирования организации связана не только и не столько с ее структурными характеристиками, но также с другими блоками управления, такими как организация процессов, в т.ч. межфункциональ-

ных, системой стимулирования сотрудников, качеством людских ресурсов, задействованных в работе организации. Определяющее значение для эффективной работы организации имеет соответствие всех управленческих блоков друг другу, а также их нацеленность на выполнение задач, вытекающих из стратегии организации.

Именно стратегия, разработанная с учетом всех внутренних и внешних возможностей организации, является определяющим фактором при определении всех характеристик организационного дизайна. Изменение стратегической направленности всегда влечет за собой изменения в конфигурации организации, пересмотр принципов, лежащих в основе функционирования всех ее управленческих блоков. В то же время крупномасштабные изменения в организации, затрагивающие все блоки организационного дизайна, возможны и при поиске новых, более эффективных концепций управления при неизменной стратегии. К таким концепциям относятся управление качеством, реинжиниринг, аутсорсинг, самообучающаяся организация.

Анализ специфики организационного лидерства неизбежно поставил вопрос о различиях между системами, в которых реализуются групповое и организационное лидерство, т.е. между группой и организацией. Основываясь на динамической концепции совместной деятельности и коллективного субъекта [1], анализ был проведен основных признаков совместной деятельности в группе и организации. Совместная деятельность становится целесообразной при наличии сознательно поставленной цели, которой она подчиняется. Кроме того, участники совместной деятельности должны иметь побуждение работать вместе, т.е. иметь общую мотивацию. Причем общая цель и общая мотивация - обязательные условия не просто выполнения совместной деятельности разными ее участниками, а формирования некоторой общности. Понятие индивидуальной *цели* связано с базовыми психологическими свойствами личности: ее направленностью, волей, мотивами и потребностями. Более того, индивидуальная цель определяет и «конструирует» характеристики и динамику деятельности и поведения человека в целом [2].

Однако, включаясь в совместную деятельность, люди могут иметь разные цели. По спра-

ведливому замечанию Ломова, «вопрос о том, как формируется общая цель и как с ней соотносятся цели индивидуальные, является, пожалуй, *ключевым для психологического изучения совместной деятельности*» [2].

Именно это положение подсказало нам основное направление в исследовании принципиальных различий между группой и организацией, между групповым лидерством и организационным: если мы сможем ответить на вопрос, «как формируется общая цель и как с ней соотносятся цели индивидуальные», как решается противоречие между общей целью и индивидуальными целями, мы сможем ответить, что такое группа и организация как предметы психологического исследования.

Когда разговор идет об общей цели группы, то ее «связанность» и согласованность с индивидуальными целями детерминирована целым рядом факторов: регулярностью и непосредственностью взаимодействия членов группы между собой в выполнении общей задачи, общностью принятых в группе норм, тождественностью общих интересов, обусловленных зависимостью всех членов группы (включая лидера) друг от друга в удовлетворении своих потребностей. Иными словами, лидер группы взаимосвязан с другими членами группы. Причем этих связей множество, и ими он не может пренебречь. Поэтому процесс целеполагания группового лидера необходимым образом привязан к интересам и потребностям группы, т.е. групповая цель, задаваемая лидером, формируется на основе групповых мотивов и потому обязательным образом должна быть мотивирующей группу. В этом контексте можно сказать, что лидером члена группы делает мотивация самой группы, и общая цель в контексте группового лидерства - по своей сути, действительная общая цель группы. В действительности, общая цель организации - это цель отдельного человека или узкой группы людей, руководящих ею или являющихся ее собственниками. В должностных обязанностях высших руководителей организации четко прописана их ответственность за общую миссию организации, формулирование политики, формирование стратегических планов (т.е. общих целей организации) и распределение ресурсов [3]. Иными словами, это повседневная работа высшего руководства, ко-

торая никоим образом не предусматривает привлечение и вовлечение других членов организации, выполняющих свои собственные функции и обязанности. В реальной организационной жизни общая цель оказывается для большинства сотрудников чьей-то, «чужой» целью, которая лишь опосредованно и частично ассоциируется с личными, индивидуальными целями, потребностями и интересами, и иногда даже противоречит последним. Поэтому она по своей сути лишена мотивационной энергии, и менеджменту необходимо постоянно искать средства, способные «нацелить» индивидуальные цели сотрудников в нужном направлении и внести мотивационный импульс в их деятельность.

«Принципы построения организации» - определяется понятие организационного дизайна с использованием модели организационного дизайна и характеристик всех ее управленческих блоков. Простейшие элементы построения организации, «кирпичики», из которых складывается организационный дизайн и которые должны быть тщательно проанализированы для каждой компании с учетом специфики конкретного бизнеса. К таким элементам относятся типы и степень специализации, группировка видов деятельности, «сфера управления» или норма управляемости, сложность организации, распределение полномочий, степень делегирования задач и полномочий, степень централизации принятия решений, степень формализации процедур, механизмы координации деятельности подразделений и групп сотрудников, тип организационной культуры, наличие неформальной организации, степень профессионализма сотрудников и персональные соотношения. А также анализируются основные типы организационных структур, их характеристики, их сильные и слабые стороны и условия, при которых определенный тип организационной структуры является наиболее эффективным.

Процесс, способный придать какой-либо индивидуальной цели статус общей и сделать ее субъекта носителем общей организационной цели, в конечном счете, выступает главным условием создания организации. Такой процесс, позволяющий разрешить базовое психологическое противоречие организации и создать общую мотивацию, объединяющую разнонаправленные устремления членов организации в общий

поток, мы именуем организационной властью. *Организационная власть* - это процесс использования различных организационных средств для обеспечения устойчивой приоритетности общей цели, даже в том случае, когда она противоречит индивидуальным целям, интересам, желаниям или убеждениям членов организации.

Для раскрытия психологического содержания процесса организационной власти проведен анализ властных отношений на межперсональном уровне, исследованы властные взаимоотношения между двумя индивидами [4]. Психологическая основа властных отношений - актуальные потребности и мотивы индивида, которые он стремится удовлетворить, но не имеет возможности сделать это самостоятельно.

Стремясь к удовлетворению своих актуальных потребностей, индивид вынужден изменять свое поведение и соглашаться с ограничениями собственной свободы даже в том случае, если они ему не очень приятны или даже противоречат его принципам, убеждениям или ценностям. В зависимости от того, какие ресурсы используются для изменения поведения, выделяются 6 видов или ресурсов власти: 1) власть силы (насилие); 2) власть поощрения (вознаграждение); 3) должностная (легитимная) власть; 4) информационная власть; 5) экспертная власть (власть знаний); 6) референтная (харизматическая) власть.

Ключевая роль власти в функционировании и самом существовании организации требует переосмысления понятия «организация», которое в свете сказанного зазвучит иначе, а именно: *совокупность людей, объединенных организационной властью для достижения цели/целей её субъекта. Рассмотренный выше процесс организационной власти является существенной характеристикой любой организации вне зависимости от содержания общей цели и личностных особенностей ее субъекта.*

Рост и развития организаций, раскрываемых с помощью концепции жизненного цикла организаций. Раскрытие основных характеристик организаций, находящихся на разных стадиях жизненного цикла, помогает определить, на какой стадии находится компания в настоящее время, какие элементы управления в ней представляют собой «пережитки» прошлых стадий, а какие являются явными «ростка-

ми будущего», тем самым позволяя конкретизировать направления ее дальнейшего развития.

«Принципы построения организации: исторический аспект» - история развития теории организации как составной части теории управления, разнообразие подходов к изучению и построению организаций, раскрытие закономерности построения организаций в различных исторических и экономических условиях, история развития представлений об управлении как науке.

Основные положения классической теории управления, школы человеческих отношений, ситуативной теории.

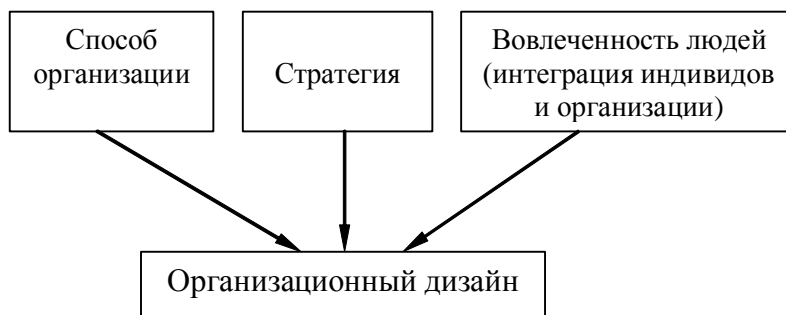
Обзор современных концепций управления организацией, получивших широкое распространение в западных компаниях в последние десятилетия. Эти концепции развивались на базе общих тенденций изменения практики ведения бизнеса вследствие быстрого изменения окружающей среды компаний в большинстве секторов экономики. В число рассматриваемых концепций входят концепция создания горизонтальной организации, концепция управления качеством, реинжиниринг, аутсорсинг, концепция самообучающейся организации. Преобладание той или иной концепции в управлении организацией требует определенного характера изменений ее организационного дизайна.

Согласно выдвигаемой концепции, организационное лидерство является специфической формой обеспечения устойчивой целенаправленности организации, т.е. формой власти, реализуемой преимущественно личностными и информационными ресурсами. Организационное лидерство выступает как ценностно-ориентированное руководство, которое для формирования общеорганизационной мотивации и устойчивого согласования индивидуальных и групповых це-

лей сотрудников с общей целью организации преимущественно использует информационный и личностные ресурсы организационной власти. Организационное лидерство необходимым образом включает уровень ценностной регуляции, которая отражает ценности и принципы идеальной корпоративной культуры, преломленные через систему индивидуальных ценностей лидера и реализуемые в управленческой деятельности. Таким образом, формирование общеорганизационной мотивации и указанного согласования целей во многом реализуется посредством управления корпоративной культурой. Принципиальное отличие организационного лидерства от руководства (как управления организацией посредством формально регламентированных прав и ресурсов) состоит в том, что оно обязательным образом является ценностно-ориентированным и преимущественно использует личностные (экспертный и референтный), а также информационный ресурсы в качестве важнейших инструментов влияния.

Финансовая нестабильность последнего времени потребовала от каждого предпринимателя, каждой организации и даже от каждого государства пересмотра основных параметров действия: изменение стратегии, уточнение целей, сокращение отдельных статей расходов. В этих условиях многократно возрастает роль стратегических выборов организационного дизайна.

Напомним, что организационный дизайн - это процесс снижения неуверенности в процессе принятия решений для соответствующих целей и задач способами разделения труда между структурами организации и людьми, выполняющими эту работу. Задача организационного дизайна - поддерживать во времени внутреннюю согласованность этих действия.



Отсюда можно сделать важный вывод:

Организационный дизайн - это:

- 1) постоянный мониторинг алгоритма постановки задач принятия решений в организации в конкретных внешних условиях;
- 2) снижение неуверенности (т.е. неспособности предсказать будущее в окружающей среде) в последствиях избранных решений;
- 3) рассмотрение проблемы неуверенности с точки зрения поведения людей.

Можно утверждать, что в условиях нестабильной внешней среды требования к объему

информации по каждой задаче и способности организации обрабатывать эту информацию должны совпадать. Иными словами, объективно существует взаимосвязь и взаимодействие между тем, что мы назвали неуверенностью в конкретной среде, и другими переменными, которые должны учитываться в выборах организационного дизайна: изменчивость задачи, разнообразие и сложность задач, связь со структурой, с процессами принятия решений, со стилем руководства и лидерства.

Заключение

Организационный дизайн насчитывает пять блоков элементов управления: стратегия, структура, процессы информации, система вознаграждений, человеческие ресурсы.

Совокупность этих ключевых блоков управления в их взаимосвязи и взаимозависимости представляет собой понятие организационного дизайна. Удачно разработанный организационный дизайн является эффективным механизмом реализации стратегии компании. Стратегия задает направление, по которому строится организационный дизайн. Именно стратегия определяет цели, задачи развития фирмы. Организация не может быть спроектирована в отрыве от стратегии.

Если взаимодействие перечисленных выше блоков управления происходит в вашей компании «без сучка и задоринки», а их взаимозависимости сбалансированы с аптекарской точностью, организационный дизайн вашего бизнеса идеален.

На практике, как правило, во взаимодействии есть большие резервы, а сбалансированность отдельных элементов бизнеса оставляет желать лучшего.

Литература

1. Журавлев А.Л. Психология совместной деятельности. М., 2005.
2. Ломов Б.Ф. Методологические и теоретические проблемы психологии, 1984. - С. 234.
3. Минцберг Г. Структура в кулаке, 1983.
4. Занковский А.Н. Организационная психология. М.: МПСИ, Флинта. 2000.

Түйін

Көшбасшылыққа бағдарланған компанияның ұйымдастырылған дизайнын әзірлеу «Ұйымдастырылған дизайн» ұғымы экономика әдебиетінде жаңадан пайда болды. Оның пайда болуы кәсіпорынды құру және талдау барысына байланысты қажеттіліктен туындайды, кәсіпорынды ашық жүйе ретінде қарастыруда, бизнестің тез өзгеретін сыртқы жағдайында бүкіл қызмет саласына әсер етеді.

Summary

Development of organizational design of company oriented to leadership
 «Organizational design» appeared in the economic literature recently. Its appearance is due to the necessity for an integrated approach to the analysis and construction of organizations, with consideration of organizations as open systems, on all aspects of which the rapidly changing external business environment has a significant effect.



*Н.Б. Кудьяров,
магистрант МШБ при КазЭУ
им. Т. Рыскулова*

ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ АУТСОРСИНГА В КОМПАНИИ

Статья посвящена исследованию вопросов аутсорсинга, который заключается в передаче функций некоторых подразделений компании сторонней организации. Наиболее востребован на данный момент аутсорсинг финансовых и бухгалтерских функций, в т.ч. расчет заработной платы, а также кадрового делопроизводства.

Ключевые слова: аутсорсинг, компания, организация, стратегические преимущества, компания-аутсорсер, дезинтеграция.

Все чаще в современном деловом мире однопрофильные компании концентрируют свою деятельность на очень узких отрезках цепочки ценности, а остальные виды деятельности передают независимым внешним поставщикам, другими словами, передают функции в аутсорсинг. При этом очень важно решить, какие звенья цепочки ценности оставить внутри компании, а какие - передать контрагентам. Дезинтеграция и аутсорсинг предполагают отказ от самостоятельного исполнения ряда функций за счет передачи их поставщикам товаров и услуг и другим партнерам [1].

Передача в аутсорсинг части функций компании целесообразна, если, во-первых, независимые партнеры выполнят их лучше и дешевле. Многие производители компьютеров, например, отказались от конечной сборки, передав эту работу контрагентам, что дало им значительную экономию на закупке комплектующих и организации сборочного процесса. Cisco передала почти все производство и сборку маршрутизаторов и коммутационного оборудования компании-партнеру, которая владеет 37 заводами, координируемыми через Интернет; во-вторых, этот вид деятельности не является конкурентно значимым и его передача в аутсорсинг не угрожает ключевой компетенции, возможностям и ноу-хау компании. Широко распространена передача в аутсорсинг обслуживания оборудования, обработки данных, ведения бухгалтерского учета и ряда вспомогательных административных функций компаниям, специализирующимся на этой деятельности:

- это снижает риск, связанный с изменениями технологии и/или покупательских предпочтений;

- это повышает организационную гибкость и оперативность принятия решений, сокращает время разработки и выведения на рынок новых товаров, снижает издержки на координацию;

- это позволяет компании сосредоточиться на основном бизнесе.

Можно освоить или сохранить за собой ключевые виды деятельности и при этом избежать недостатков вертикальной интеграции, если избрать стратегию долгосрочных партнерских соглашений с ключевыми поставщиками и получить, таким образом, доступ к их компетенциям. Раньше многие компании старались не работать с поставщиками слишком тесно и заключали с ними, в основном, краткосрочные контракты. Хотя при этом компании работали с поставщиками достаточно долго, последние опасались, что сотрудничество в любой момент может прекратиться, обычно при заключении контракта определяющим фактором была цена, и компании пытались получить самые выгодные условия поставки в обмен на долгосрочное сотрудничество. Угроза перейти к другому поставщику была серьезным оружием, и чтобы она действовала сильнее, компании вместо долгосрочных контрактов практиковали заключение краткосрочных с многочисленными поставщиками, создавая среди последних ожесточенную конкуренцию. Сегодня наблюдается почти повсеместный отказ от этой стратегии в пользу долгосрочных союзов и партнерских соглашений с немногочисленными высокоэффективными поставщиками. На смену краткосрочным контрактам, заключаемым исключительно из-за выгоды цены, приходят длительные партнерские взаимоотношения.

Dell Computer, благодаря партнерству с пос-

тавщиками и организации поставок точно в срок, содержит запас деталей только на семь дней, отказалась от содержания складских помещений и предлагает компьютеры с новыми комплектующими уже через неделю после начала поставок последних.

Cisco организовала настолько тесное взаимодействие со своими поставщиками, что они отгружают аппаратуру Cisco непосредственно потребителям Cisco без какого бы то ни было участия работников Cisco. Компании это обходится ежегодно на 500-800 млн долл. дешевле, чем приобретение собственных предприятий.

Hewlett-Packard, IBM, Silicon Graphics (теперь SGI) и другие компании продали часть принадлежавших им заводов поставщикам и заключили контракты на закупку продукции этих заводов. Starbucks закупает кофе в зернах у независимых поставщиков и считает, что это выгоднее, чем интегрироваться «назад».

Некоторые виды деятельности слишком затратны и обременительны, если выполнять их силами компании, например, если они требуют длительного обучения или наличия определенных материальных и нематериальных активов, в частности особой корпоративной культуры, мотивации, высокого уровня доверия покупателей и поставщиков. Все это нельзя приобрести в одночасье, а можно только получить со временем и благодаря целенаправленным усилиям.

Поглощение компании, располагающей необходимыми возможностями, представляется наиболее очевидным решением проблемы восполнения недостающих ресурсов или функций, однако это может вызвать затруднения юридического характера, проблемы реорганизации и необратимые последствия в случае неудачи. Крайне редко полный набор недостающих ресурсов и возможностей сосредотачивается в одном подразделении поглощаемой компании, чаще они рассеяны по всем или нескольким подразделениям; к тому же их нельзя приобрести отдельно от других ресурсов [2]. Союз или партнерство более эффективны в такой ситуации. Поглощение другой компании в условиях быстро меняющегося рынка не обеспечивает требуемой гибкости, а стратегический союз можно расторгнуть в случае непредвиденного изменения ситуации.

Преимущества аутсорсинга - передача

внешним партнерам функций одного или нескольких звеньев цепочки ценности обладает рядом стратегических преимуществ:

- позволяет получить комплектующие или услуги выше качеством и/или дешевле;
- улучшает инновационные возможности компании за счет взаимодействия и партнерства с поставщиками мирового уровня, имеющими большой интеллектуальный потенциал и богатый инновационный опыт;
- обеспечивает большую гибкость компании в случае внезапного изменения рыночной ситуации или потребительских предпочтений: проще и дешевле найти новых поставщиков с необходимыми возможностями и ресурсами, чем перестраивать внутреннюю деятельность компании, ликвидируя одни мощности и ресурсы и создавая новые;
- ускоряет приобретение ресурсов и навыков;
- позволяет сосредоточиться на тех операциях, которые эффективно выполняются силами компании, и тех, которые стратегически целесообразно сохранить под ее контролем.

Аутсорсинг обеспечивает существенные преимущества при сужении бизнеса.

Говоря о недостатках аутсорсинга, то компания рискует вывести за свои пределы слишком многие виды деятельности и лишиться части собственных ресурсов и возможностей. В таких случаях компания утратит виды деятельности, которые в течение длительного времени обеспечивали ей успех на рынке. Cisco, например, контролирует и защищает свой уникальный производственный опыт, разрабатывая новые методы производства, которые обязаны применять работающие с ней подрядчики. Таким образом, Cisco, с одной стороны, постоянно совершенствует производство, а с другой - сохраняет в секрете исходные коды и дизайн своей продукции. Кроме того, Cisco с помощью Internet круглосуточно отслеживает производственные операции своих подрядчиков, где бы те ни находились, и немедленно принимает меры при возникновении проблем.

Рассмотрев вышеперечисленные преимущества и недостатки аутсорсинга, можно сделать следующий вывод и определить основные плюсы и минусы аутсорсинга.

Плюсы аутсорсинга:

Во-первых, передав сторонней организации хотя бы одну из перечисленных выше функций, руководитель снимает со своих плеч проблему организации и содержания соответствующего персонала. Прямая экономия на зарплате целого штата специалистов (например, бухгалтерского или кадрового отдела), на налогах с их зарплаты, на стоимости основных средств (компьютеров, мебели), аренды помещения, канцтоваров и др. Не стоит забывать и о программном обеспечении, которое требует постоянного обновления, а также о самих кадрах, которые нуждаются в повышении квалификации. Попробуйте однажды подсчитать, во сколько выливается содержание Ваших бухгалтерских подразделений. Сумма будет не малая. Конечно, услуги аутсорсинга - удовольствие не из дешевых, но в сравнении с подсчитанной Вами суммой она окажется вполне реальной.

Во-вторых, фирма, которая взяла на себя функцию ведения вашей бухгалтерии или кадров, полностью избавляет руководство от необходимости взаимодействовать с налоговыми органами. Дело в том, что аутсорсер берет на себя ответственность за защиту результатов работы перед государственными инстанциями: налоговыми органами, фондами социального и пенсионного страхования. Исходя из этого, можно отметить первый плюс работы с аутсорсером - упрощение процедуры прохождения налоговых проверок. По доверенности аутсорсер сдает в соответствующие инстанции все необходимые документы клиента и защищает их.

В-третьих, серьезная аутсорсинговая компания имеет в своем штате юриста на случай затруднений с проверяющими органами. Также ее специалисты постоянно отслеживают все изменения в законодательстве, т.е. на Вас работает не просто бухгалтер, а целый штат специализированной организации. При необходимости они смогут проконсультировать Вас по тем или иным текущим вопросам. Например, если Вы захотите расширить сферу деятельности, Вам посоветуют, как это сделать наиболее выгодно с точки зрения налогообложения. Возможно, такие консультации Вам придется оплатить отдельно, но Вы получите действительно грамотную информацию, т.к. аутсорсер напрямую заинтересован в лояльности клиента [3].

В-четвертых, и это самое главное, аутсор-

синг позволяет не отрывать руководство организации от его основной задачи - управления компанией. Ведь такие функции, как расчет заработной платы, ведение бухучета и кадрового делопроизводства не являются стратегическими для фирмы и не дают каких-либо конкурентных преимуществ. Таким образом, аутсорсинг позволяет руководству сфокусироваться на основном бизнесе и развивать направления, связанные с продажей товаров, продукции, услуг.

Минусы аутсорсинга: К сожалению, у медали всегда есть оборотная сторона. Поэтому, говоря о преимуществах аутсорсинга, нельзя опускать отрицательные моменты.

Во-первых, это проблема конфиденциальности передаваемой информации. Именно об этом в первую очередь думает руководитель. Обычно в договоре прописывается специальный пункт, касающийся ответственности аутсорсера за утечку информации, а также за потерю информации (как первичной документации, так и информационной базы или отчетности). Все сотрудники аутсорсинговой компании должны в свою очередь подписать внутренние документы о неразглашении информации. При желании клиент может попросить ознакомиться с должностными инструкциями сотрудников компании - аутсорсера, с положениями о сохранении конфиденциальной информации. Заказчику следует также убедиться, что компания-аутсорсер обеспечена необходимыми средствами защиты от проникновения в его внутреннюю корпоративную сеть через открытые каналы связи.

Во-вторых, если Вы решили передать некоторые функции сторонней компании, нужно серьезно изучить предложенный договор, и как можно более тщательно прописать в нем или в приложениях к нему обязанности обеих сторон. Аутсорсинг - это взаимное сотрудничество заказчика и поставщика услуг, которое четко регулируется договорными отношениями. Если в случае с собственным бухгалтером руководитель может просто вызвать его к себе и дать задание с завтрашнего дня, например, формировать еженедельный отчет о продажах или себестоимости, то с компанией - аутсорсером такая ситуация вряд ли возможна. Придется разрабатывать дополнения к договору и естественно это скажется на увеличении стоимости услуг. Особенно это хорошо видно на следу-

ющем примере. Очень часто руководители в целях наиболее эффективной работы компании открывают дополнительные фирмы или индивидуальное предпринимательство. В обычной ситуации обязанность ведения бухгалтерии вновь созданных субъектов предпринимательства накладывается на тех же самых бухгалтеров. Увеличение объема работ для бухгалтера зачастую компенсируется небольшой прибавкой к его зарплате, но не более. Если же Вашу бухгалтерию ведет сторонняя организация, то стоимость услуг увеличится ровно на количество дополнительных фирм (естественно пропорционально объемам работ). Конечно, хочется отметить, что тяжелый труд бухгалтера нередко оценивается не совсем адекватно и справедливо, но этот вопрос мы оставим за кадром. Одним словом, аутсорсинговая компания за увеличение объемов всегда требует увеличения суммы договора. Ведь это тоже бизнес.

Третья самая большая проблема - это уровень профессионализма компании - аутсорсера. Рынок услуг всегда таит в себе опасность. Услугу нельзя посмотреть, пощупать и оценить, пока ее Вам не окажут. Результатом некомпетентности сотрудников сторонней организации может стать неправильный расчет, несвоевременность платежей, потеря данных и т.д. Профессиональный провайдер услуг, как правило, характеризуется наличием методик и методологии работы, которые накапливаются с опытом, а также наличием качественной технологической платформы. Во избежание оказания некачественных услуг необходимо также обратить внимание на существование у аутсорсера четкой модели сотрудничества. В нее входят: процедура обмена данными между клиентом и провайдером, программа контроля над вводом данных, обеспечение конфиденциальности информации и разграничение уровня доступа к ней.

Рассмотрев данные плюсы и минусы аутсорсинга, хотелось бы отметить модель сотрудничества. Для ведения бухгалтерского учета первичную бухгалтерскую документацию необходимо регулярно предоставлять компании-провайдеру. Варианты бывают разными. Если фирма небольшая, и оригиналы документов не нужны компании для текущей хозяйственной деятельности, возможна передача самих оригиналов сразу, например, в конце недели. В других

случаях ежедневно или еженедельно (в зависимости от договоренности) аутсорсеру отправляются только копии бумаг (в электронном виде). Оригиналы же передаются в конце месяца.

Вопросы качества четко прописываются в «Соглашении об уровне обслуживания». В нем указываются такие параметры, как: процент допустимых ошибок, скорость и время подачи результатов работы, быстрота реакции. Ошибок при оказании аутсорсинговых услуг в принципе быть не должно [4]. Клиент редко соглашается на какой-либо процент ошибок. Если же такого рода ситуации возникают, то компания-провайдер несет материальную ответственность. Размер возмещения ущерба прописывается в договоре. Провайдер самостоятельно и полностью возмещает материальный ущерб, причиненный клиенту. Под ним подразумевается ущерб, причиненный непосредственно в результате документально подтвержденных действий провайдера, невыполнения или ненадлежащего выполнения им обязательств по договору. Однако невыполнение или ненадлежащее выполнение обязательств не считаются ущербом, если они являются результатом приостановления процесса оказания услуг. Кроме того, компания-провайдер, как правило, имеет договор страхования профессиональной ответственности со страховой компанией.

Построение работы аутсорсера зависит от разработанной в компании методик. Каждый шаг, будь то первичный прием документов, их дальнейшая обработка или проверка качества проведенной операторами работы, должен обязательно находиться в зоне ответственности каждого отдельного исполнителя. Компания, где все за все отвечают, в итоге сама ни за что не может поручиться. Поэтому заказчик перед заключением договора обязательно должен познакомиться с этой методикой (по крайней мере, с теми ее частями, которые не являются внутренней коммерческой информацией аутсорсера). Если в работе провайдера все операции продуманы и прописаны до мелочей, Вы можете быть спокойны за качество его услуг. К тому же, выбирая поставщика услуг, всегда стоит обратить внимание на рекомендации от других его заказчиков. Обязательно позвонить всем рекомендателям и выяснить действительное положение дел.

Выбор компании для передачи отдельных бизнес функций - дело очень ответственное. Ведь основной причиной такой передачи является именно облегчение работы руководителя, его спокойствие и возможность посвятить свои силы развитию компании. Поэтому уверенность Вам может дать только действительно профессиональный и надежный партнер.

Однако, хотелось бы еще раз обратить Ваше внимание на то, что аутсорсинг - это сотрудничество, подкрепленное двусторонним согла-

шением, где у каждой стороны есть свои права и обязанности. Говорить о том, что аутсорсер будет работать на Вас, неправильно. Заключая договор, Вы тоже становитесь частью этой работы. И от того, насколько Ваша компания будет правильно и своевременно выполнять свои обязательства (передавать документы, предоставлять информацию и, в конце-концов, подписывать отчеты), будет также зависеть исход Вашего совместного сотрудничества.

Литература

1. Бравар Ж-Л, Морган Р. Эффективный аутсорсинг. Понимание, планирование и использование успешных аутсорсинговых отношений. - М.: Баланс Бизнес Букс, 2007.
2. Аксенов Е., Альтшулер И. Аутсорсинг: 10 заповедей и 21 инструмент. - СПб.: Питер, 2009. - 464 с.
3. Кушниров В.Б. Аутсорсинг - что за зверь такой? Отдать или не отдать? Вот в чем вопрос // Компас промышленной реструктуризации. - 2004. №9.
4. Календжян С.О. Аутсорсинг и делегирование полномочий в деятельности компаний. М. Дело, 2003, 270 с.

Түйін

Мақалада аутсорсингтік сұрақтарды зерттеу қарастырылған, басқа ұйымдардың құзырына компанияның кейбір құрылымдық бөлімдерінің қызметін беру туралы келісімдерді қарастырады. Қазіргі кезде аутсорсинг қаржылық және бухгалтерлік қызметтерде, еңбекақы есептеріндегі аутсорсингте, сонымен қатар кадрлық іс қағаздарында қажеттілікке ие болып саналады.

Summary

The article investigates the issues of outsourcing, which means transfer the functions of some units to a third party. At the moment the most demand in outsourcing is finance and accounting functions, including payroll and HR administration.

The brief analysis of one of the fundamental concepts of modern business is giving in this article. More and more often a mono profile companies transmit their activities to the independent external suppliers in order to improve the competitiveness of their organizations.



А.С. Куксов,

к.э.н., доцент

Государственный университет управления,

г. Москва

СИСТЕМАТИЗАЦИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ РИСКОВ В ЦЕЛЯХ ОПРЕДЕЛЕНИЯ БИЗНЕС - ПРОЦЕССОВ ВЛАДЕЛЬЦА БИЗНЕСА

Владельческое управление бизнесом неизбежно предполагает наличие инструментов его реализации. Совокупность инструментов такого управления эффективна тогда, когда ее удается встроить в общую систему бизнес - процессов. Проблема заключается в выделении тех управленческих бизнес - процессов, где необходимо участие владельца. Обоснование определения таких бизнес - процессов возможно на основе систематизации и выделения тех рисков, которые должен принимать на себя владелец бизнеса.

Ключевые слова: владелец бизнеса, топ - менеджмент, владельческое управление, предпринимательские риски, бизнес - процессы.

При обсуждении теоретических и практических проблем управления бизнесом в научной литературе основное внимание уделяется проблемам управления организацией и построения системы менеджмента внутри организации. Роль владельцев бизнеса в управлении им часто остается в стороне и не выделяется как самостоятельная проблема. Между тем рост количества предпринимателей, управляющих малым и средним бизнесом, а также развитие нормативной базы и повышение степени прозрачности участия акционеров в управлении крупными компаниями, ставят указанную проблему в разряд одной и наиболее актуальных в настоящее время.

В последние годы в России идет процесс формирования научной школы владельческого управления бизнесом. Данным вопросом активно занимаются Н.А. Сычев, В.В. Масленников, В.Г. Антонов, М.Л. Постникова, В.В. Шведенко, М.С. Ржевская. Основное внимание авторов, работающих по данной проблематике, направлено на изучение закономерностей построения системы владельческого контроля. Однако проблемы владельческого управления шире и охватывают целый ряд других вопросов, связанных с участием владельца в реализации других функций управления.

Одним из важных вопросов является моделирование бизнес - процессов владельческого управления. Прежде всего необходимо определить состав бизнес-процессов, в которых в той или иной степени должен принимать участие владелец бизнеса. Интересы и стремления собст-

венников бизнеса и наемных топ-менеджеров не всегда совпадают. Согласование интересов должно строиться на базе стратегических целей развития бизнеса, определяемых владельцем.

Собственники и менеджеры играют разную роль в управлении бизнесом и соответственно должны иметь различные инструменты управления. В.В. Масленников выделяет две группы моделей управления бизнесом: предназначенные для собственника и менеджера [1]. Автор приводит схему пирамиды владельческой организации бизнеса, в которой выделяет три группы задач, решаемых на разных уровнях управления. Модели собственника - это стратегические модели, определяющие больше развитие бизнеса, чем развитие организации, тогда как модели менеджеров - это скорее модели оперативного управления компаниями. Естественно, что управление бизнесом осуществляется на базе интеграции моделей при реализации приоритетных стратегических целей владельца бизнеса.

Наиболее воспринятым методом решения проблемы реализации стратегических целей в рамках оперативной деятельности компании в настоящее время является метод системы сбалансированных показателей, предложенный Д. Нортон и Р. Капланом. Традиционно в работах, рассматривающих методические вопросы внедрения ССП как инструмента достижения стратегических целей, говорится о том, что система показателей разрабатывается для подразделений организации. В работе [2] указывается на необходимость увязки системы стра-

тегических целей и показателей не с планами работы подразделений, а с параметрами бизнес - процессов, что, на наш взгляд, является более продуктивным.

Разработка бизнес-процессов требует выделения владельца процесса. Обычно в теоретических и методических работах по реинжинирингу бизнес-процессов таковыми определяются руководители разных уровней управления компанией, гораздо реже - руководители и владельцы компаний. Даже если владельцы компаний называются в числе возможных владельцев или участников бизнес-процессов, отсутствует методика выделения таких бизнес-процессов, в управлении которыми должны принимать участие владельцы бизнеса. На наш взгляд, определение совокупности бизнес-процессов, в которых необходимо участие владельца, возможно на основе систематизации и выделения тех рисков, которые должен принимать на себя владелец бизнеса.

Вопросам классификации рисков посвящено большое количество работ. Сложность классификации рисков заключается в их многообразии. На сегодня в экономической литературе не сложилось общепризнанной классификации предпринимательских рисков. Чаще других выделяют следующие группы рисков: внутренние и внешние, финансовые, проектные, инвестиционные, юридические, страховые, операционные, экологические и др. При этом конкретные риски могут быть одновременно отнесены к разным группам, а разные группы рисков иногда полностью или частично входят в состав других групп. Группировка рисков важна не столько сама по себе, сколько в целях создания эффективной системы управления рисками. Систематизация рисков, распределение их по группам, позволяет заложить основу для построения системы управления рисками. При этом подход к классификации рисков во многом определяется целями создаваемой системы.

Поскольку задача управления рисками должна решаться в привязке к конкретному объекту и доступной совокупности инструментов управления рисками, постольку совокупность рисков, которыми необходимо управлять, и инструментов управления является специфичной для каждой организации. Вместе с тем можно сформулировать общие правила по

выделению групп рисков и построению соответствующих бизнес - процессов.

В статье Д.В. Соколова [3] обосновывается модель, позволяющая увязать риски, бизнес-процессы организации и владельцев рисков. Автор ставит задачу создания многозадачной классификации рисков. Такая классификация, по мнению автора, должна решать задачи измеримости рисков, определять зоны ответственности лиц, занимающихся их управлением, и иметь механизмы адаптации под особенности деятельности организации. В работе выделены пять групп рисков: стратегические, финансовые, операционные, юридические и репутационные. Достоинством такой классификации, по мнению автора, является то, что, во - первых, эти виды рисков можно отделить друг от друга, во - вторых, любой частный риск может быть отнесен к одной из указанных групп.

Далее в статье показана возможность построения трехмерных матриц, увязывающих риски, их владельцев, бизнес-процессы организации и внешние факторы. К возможным владельцам рисков отнесены: владельцы, топ-менеджмент, внутренние аудиторы, подразделение риск-менеджмента, прочие структурные подразделения. С этим перечнем возможных владельцев риска можно согласиться, однако вопрос о том, когда риски должен принимать на себя владелец бизнеса, а когда передавать их менеджменту, остался открытым.

Для решения этой задачи мы предлагаем другую классификацию рисков. Будем считать, что изначально все риски берет на себя владелец бизнеса, а затем какие-то риски он оставляет за собой, а другие передает менеджменту. С этой точки зрения риски могут быть разделены на следующие три группы:

- риски, которые могут быть минимизированы за счет организационно-технических мероприятий;
- риски недобросовестного или неадекватного поведения топ-менеджеров;
- риски, которые не могут быть минимизированы с помощью организационно-технических мероприятий, но требуют предвидения

Первая группа рисков самая большая и управление ими должно быть передано менеджменту. Имеются апробированные инструменты риск-менеджмента, позволяющие держать си-

туацію под контролем в рамках операционной деятельности, управления персоналом, взаимоотношениями с имеющимися поставщиками и каналами сбыта и т.п. Само управление такими рисками может быть организовано лучше или хуже в зависимости от возможностей организации и построения бизнес-процессов в ней, однако оно не требует постоянного участия владельца. Участие владельца возможно в двух случаях:

- периодический контроль за эффективностью системы риск-менеджмента;
- контроль за отдельными рисками в случае, когда они становятся критическими.

Вторая группа рисков неизбежно остается прерогативой владельца. Контроль за деятельностью топ-менеджеров может осуществляться как с помощью формализованных процедур (например, системы показателей КРІ или анализа финансовой отчетности), так и другими способами (например, оценка психологического климата в организации). Обычно в рамках крупных компаний создаются отделы владельческого контроля, которые и выполняют указанную выше функцию.

Третья группа рисков - это, в основном, стратегические и проектные риски. Принятие стратегических решений или выбор проектов всегда осуществляются в условиях неопределенности внешней среды. Компания, заинтересованная в развитии, не может отказаться от принятия таких решений вообще. Хотя существуют аналитические инструменты, позволяющие лучше обосновать стратегические решения или эффективность отдельных проектов, всегда остаются внешние риски. Принятие таких рисков, то есть выбор решений по соотношению риск/доходность - это функция владельцев (или их представителей в лице совета директоров). После принятия решений управление рисками

может быть передано менеджменту. Однако особенность управления рисками из этой группы заключается в том, что оценка рисков может меняться в процессе реализации стратегии или проекта. Это вызывает необходимость постоянного контроля состояния рисков, который может быть возложен на отдел владельческого контроля. Ситуация, когда эти риски становятся критическими, требует вмешательства владельца. То есть, управление рисками этой группы требует такого построения бизнес-процессов, в котором в зависимости от текущей оценки риска возможен переход владения процессом от менеджмента к владельцу бизнеса и наоборот.

Таким образом, предлагаемая классификация рисков позволяет, на наш взгляд, выделить те бизнес-процессы, в которых необходимо участие владельцев бизнеса:

- периодический контроль эффективности операционной деятельности;
- контроль и принятие решений по управлению критическими рисками в операционной деятельности;
- контроль эффективности деятельности топ-менеджеров и ее непротиворечивости интересам владельца;
- принятие стратегических или проектных решений, требующих предвидения в условиях неопределенности;
- общий контроль за реализацией стратегических и проектных решений;
- принятие решений в случае возникновения критических рисков в ходе реализации принятой стратегии или отдельных проектов.

Бизнес-процессы, в которых необходимо участие владельца, должны включать еще и отдел владельческого контроля, одной из функций которого является подготовка соответствующей информации для владельца.

Литература

1. Теория менеджмента: Учебник для вузов/ Под ред. А.М.Лялина. - СПб.: Питер,2009.- 464 с.
2. Елиферов В.Г., Репин В.В. Бизнес - процессы: регламентация и управление: Учебник. - М.: ИНФРА-М, 2009. -319 с.
3. Соколов Д.В. Классификация рисков как многозадачный инструмент риск-менеджмента организаций. Управление экономическими системами. <http://www.uecs.ru/uecs30-302011/item/489-2011-06-16-07-22-37>

Түйін

Мақалада бизнесті басқарудағы бизнес иесі мен менеджерлердің қызметтерінің бөлінуі қарастырылады. Зерттеудің мақсаты - бизнес иелерінің қатысуы қажет болған бизнес үдерісін белгілеп көрсетуді негіздеу. Бұл мақалада осындай бизнес үдерісін белгілеп көрсетуге мүмкіндік беретін тәуекелдің классификациясы ұсынылады.

Summary

The article deals with the separation of the functions of managers and business owners. The purpose of the study - rationale for selection of business - processes that requires the participation of the owners. The paper proposed a classification of risks, which will highlight such business - processes.



Л.М. Муталиева,

к.э.н., доцент КазУЭФМТ

**РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ
ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА В КАЗАХСТАНЕ**

В статье дана характеристика развития гостиничного бизнеса Казахстана. Проведен анализ сложившейся ситуации на рынке отелей. Перспективы развития гостиничного бизнеса в РК связаны с развитием туризма. Особое внимание уделено туризму, который приносит большие доходы для страны, и это определяет перспективность его развития.

Ключевые слова: гостиничный бизнес, перспективы развития, анализ, отели, тенденции, особенности формирования, бизнес-туризм.

В настоящее время гостиничный бизнес РК функционирует в сложных условиях развивающихся рынков. Высокие показатели загрузки отелей отмечены опять в деловых реги-

онах страны. На современном этапе поездки с деловыми целями составляют около одной четвертой всего мирового туристского потока.

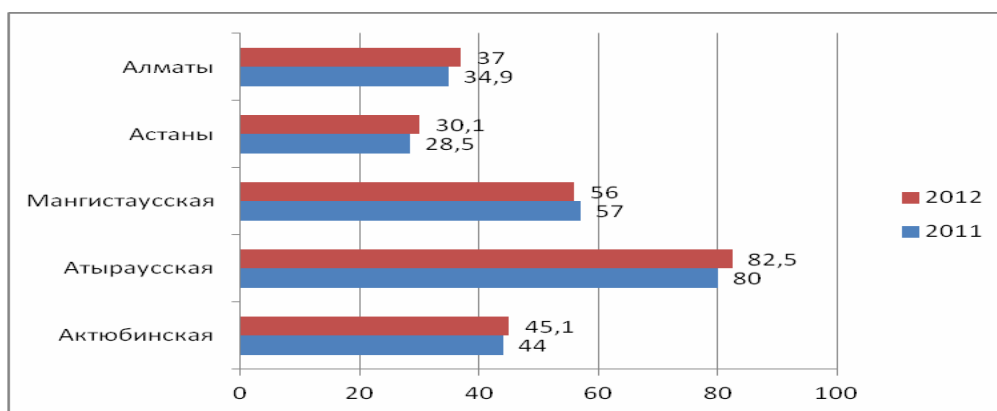


Рис. 1 - Загрузка пятизвездочных отелей по регионам Казахстана за 2011-2012 гг.

Одна из разновидностей делового туризма - конгрессный, который относится к числу наиболее динамично развивающихся и наиболее выгодных видов путешествий [1]. Среднегодовые темпы роста данного вида туризма в мире составляют 8%. Причем, как показывает международная практика, он дает вдвое больше дохода принимающей стороне, чем туризм с классическими целями - отдых.

Динамика загрузки отелей в разрезе регионов представлена на рисунке 1.

Среднегодовая загрузка в 2012 г. в пяти-

звездочных отелях Казахстана составила 50%, что намного выше среднего процента по Казахстану (24,9%) [2]. Проведем анализ сложившейся ситуации на рынке четырехзвездочных отелей. Из всех регионов самая высокая загрузка отелей в Костанайском, Западно-Казахстанском и Атырауском регионах. Среднегодовая загрузка четырехзвездочных отелей за 2012 г. составила 39%. Самые низкие показатели заполняемости четырехзвездочных отелей в Восточно-Казахстанской, Южно-Казахстанской областях и в Алматы (рис. 2).

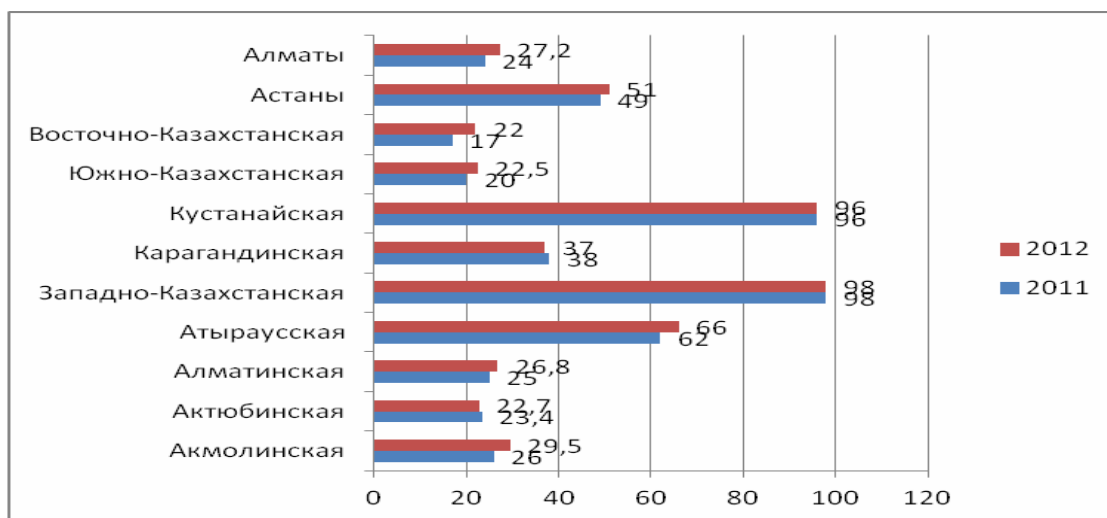


Рис. 2 - Загрузка четырехзвездочных отелей по регионам Казахстана за 2011-2012 гг.

Оценка деятельности двухзвездочных отелей показала, что средняя загрузка за 2012 г. составила 27%, что на 7% ниже, чем у трехзвездочных, на 8,2% ниже, чем у четырехзвездочных отелей, и на 17% в сравнении с пятизвездочными отелями. Вместе с тем загрузка трехзвездочных отелей за 2012 г. в республике составила 34% [2].

Наблюдается прямо пропорциональная зависимость загрузки отеля от его категории: чем выше категория отеля, тем больше его загрузка. Основной причиной данной ситуации яв-

ляется то, что высококлассные отели входят в гостиничные мировые сети и имеют нарабатанный имидж и популярность среди зарубежных потребителей. Заполняемость трехзвездочных отелей представлена на рисунке 3.

Распределение коэффициентов загрузки по регионам в двухзвездочных отелях показало, что наибольшая заполняемость гостиниц наблюдается в Павлодарской области и в городе Астане, соответственно, 53% и 46%. Самая низкая загрузка двухзвездочных отелей наблюдается в Кустанайской и Акмолинской областях.

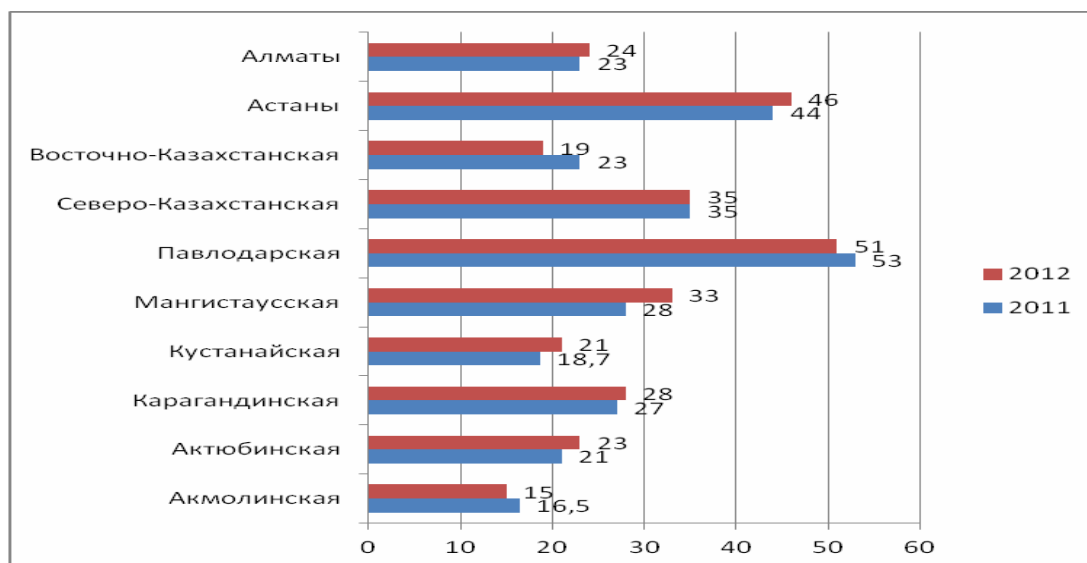


Рис. 3 - Загрузка трехзвездочных отелей по регионам Казахстана за 2011-2012 гг.

Выявленная специфика функционирования и построения гостиничных структур различных масштабов, классов, целевой направленности и форм собственности показала, что большая часть гостиниц Казахстана не имеет категории, что отрицательно сказывается на их заполняемости и экономических показателях. Определенно, что в отечественной практике казахстанский рынок гостиничных услуг представлен тремя основными сегментами: отели 4-5 - звездного уровня, 2-3 - звездные гостиницы, отели с одной звездой или без звезд. Тем не менее, в целях наиболее полного отражения ситуации на рынке гостиничных услуг созрела необходимость выделить еще один - четвертый сегмент средств размещения, который представлен в виде пансионатов, туристских баз, приютов, кемпингов, общежитий для приезжих и т.п. В связи с тем, что курс развития туризма взят на формирование такого вида туризма, как экологический, в Казахстане создано по маршрутам экотуризма 80 гостевых домов.

По официальным статистическим данным, в Казахстане в секторе въездного туризма сегмент туристского рынка под названием «деловые поездки», фактически характеризующий развитие бизнес-туризма, составляет всего 59,6%.

При этом, как правило, в основном бизнес-туристы пользуются дополнительными услу-

гами непосредственно через отели, и реже - с помощью туристских фирм. Развитие бизнес-туризма как сегмента рынка туристских услуг в целом связано с общими тенденциями, характерными для рынка туристских услуг в РК [3].

С целью успешного развития бизнес-туризма в республике целесообразно способствовать консолидации усилий общества, в т.ч. на уровне местного населения, а именно необходимо:

- развитие толерантности и доброжелательности по отношению к приезжающим туристам;
- осознание своей национальной самобытности и культуры.

Для частного бизнеса, связанного с туризмом, решение данных вопросов возможно с помощью:

- строительства и реконструкции инфраструктуры туризма, приближенной к международным стандартам;
- ориентации на кооперацию и консолидацию бизнеса, формирование привлекательных национальных брэндов;
- разработки эффективного имиджа туристского продукта Казахстана и использование разнообразных источников информации для привлечения туристов в регион.

Для региональных и местных властей возникает необходимость решения следующих задач:

- организация городскими органами власти

информационных бюро, которые обеспечат организацию и проведение конгрессов и других мероприятий.

- создания аттрактивной туристской инфраструктуры;

Мировые тенденции сокращения времени пребывания во время отпуска, что связано с делением отпуска на несколько частей, отразились в казахстанском туристском бизнесе и во времени проживания в отеле. Большая часть гостей - это бизнес-туристы, приезжающие на конгрессы, где тоже предполагается кратковременность нахождения в стране посещения.

Перспективы развития гостиничного бизнеса в Казахстане связаны в первую очередь с развитием туризма.

Как уже отмечалось ранее, туризм приносит большие доходы для страны, принимающей его. Это определяет перспективность его развития. Именно туризм обеспечивает основную заполняемость и востребованность гостиниц [4].

Международный туристский рынок сегодня представляет собой гигантский механизм с многомиллиардным оборотом и ожесточенной конкурентной борьбой, поэтому первоочередной задачей становится определение туристского продукта, который имеет присущие только Казахстану особенности и будет востребован. От этого зависит, в каких сегментах рынка казахстанский турпродукт будет иметь наилучшие перспективы.

На основе проведенного анализа и с учетом рекомендаций ВТО и имеющегося опыта можно выделить два базовых компонента казахстанского турпродукта: культурный туризм на Шелковом пути (паломнический и традиционный) и тесно связанный с ним экоприключенческий туризм (сафари, рафтинг, орнитологический, треккинг, альпинизм, охота, рыбалка). В этом отношении следует выделить регионы,

имеющие ресурсы для эко-приключенческого туризма, через которые пролегает маршрут Шелкового пути: Алматинская, Жамбылская, Южно-Казахстанская, Восточно-Казахстанская, Акмолинская области.

За последние семь лет закрылось 605 гостиниц, в 2005 г. в республике функционировали 205 гостиниц, номерной фонд был загружен всего на 15% [5].

Главной причиной предоставления некачественного туристского продукта в областных центрах зарубежным посетителям является отсутствие гостиниц соответствующего класса, а имеющаяся гостиничная база изношена на 80%, часть гостиниц находится в упадочном состоянии и на грани банкротства, так как они были построены в 60-х годах.

Анализ показывает, что наибольшую рентабельность имеют гостиницы туристского класса (2-3-звездные или малые и средние гостиницы). Именно по этому показателю казахстанский турпродукт не должен уступать (особенно в соотношении цена/качество) турпродуктам наших соседей по региону - Узбекистану, Кыргызстану, Таджикистану, Туркмении и России.

Таким образом, только использование инноваций в строительстве гостиниц может поднять уровень их комфортабельности в условиях дефицита ресурсов по пути прохождения туристских маршрутов.

Частные предприниматели, решившие связать свой бизнес с гостиничным хозяйством Казахстана, должны ориентироваться на перспективные направления развития туризма, транспорта и средств связи. И тогда вопрос заполняемости гостиниц, а вместе с этим их доходность в Казахстане, не будет стоять столь остро. В целом наблюдается зависимость развития гостиничного бизнеса от общемировых тенденций и особенностей формирования казахстанской экономики.

Литература

1. Шматько Л.П. Туризм и гостиничное хозяйство / Под ред. Л.П. Шматько - М.: ИКЦ «МарТ», 2010. - С. 74.
2. Туризм Казахстана в 2012 году. - Стат. сборник / Под ред. А.А. Смаилова.- Алматы: Жеті Жарғы, 2013.
3. Бондаренко Г.А. Менеджмент гостиниц и ресторанов. - М.: Новое знание, 2008. - С. 365.
4. Джанджугазова Е.А. Маркетинг в индустрии гостеприимства. - М., 2005. - С. 224.

5. Дурович А.П. Маркетинг гостиниц и ресторанов. - М.: Новое знание, 2006. - 632 с.

Түйін

Муталиева Ләйлә Маратқызы

Мақалада Қазақстандағы қонақ үй бизнесі жан-жақты сипатталған. Қонақ үй нарығында қалыптасқан жағдаяттарға талдау жасалған. Қазақстанда қонақ үй бизнесінің даму болашағы туризмнің дамуымен тығыз байланысты. Елге үлкен табыстар әкелетін туризмге аса көңіл бөлінген, бұл оның даму болашағын анықтайды.

Summary

Lyailya M. Mutaliyeva

In the article characteristics of the Kazakhstani hotel business development are given. Analysis of the present situation in the hotel market is carried out. Prospects of Kazakhstani hotel business development are connected with the tourism development. Special attention is given to the touristic branch, which brings big profits to the country, and this specifies prospectiveness of its development.



М.А. Тлеужанова, э.ғ.к., экономика кафедрасының доценті

Т.К. Бисенова,

магистрант

КазУЭФМТ

**ҚАРЖЫЛЫҚ ҚҰРАЛДАРДЫҢ КӘСІПОРЫННЫҢ ІС-ӘРЕКЕТІНЕ
ПАЙДАЛАНУ ТӘСІЛДЕРІ**

Жаңа үдемелі-индустриалды даму жағдайында шаруашылық жүргізіп отырған кез келген фирма үшін қаржылық тұрақтылыққа және бәсекеге қабілеттілікке жетудің жолы - ол қаржы ресурстарын тиімді басқару, сон-дықтанда мақалада қаржы құралдарының іс-әрекетін пайдалану тәсілдері қарастырылған.

Негізгі терминдер: Қаржылық дағдарыс, инфляция, пайда массасы, шекті шығын, шекті табыс, операциялық тегік.

Ұлттық экономика өзінің ерекшеліктерін сақтай отырып, қазіргі таңда әлемдік экономика кеңістігінде, яғни макроэкономикалық терминмен айтқанда ашық экономика жағдайында шаруашылық жұмыс жүргізіп қана қоймай, үдемелі индустриалды дамуға бет алып отыр. Жылдар бойы жинаған тәжірибесі бар, жаңа технологияны пайдаланатын, инфляция деңгейінің ауытқуы төмен өркениетті мемлекеттермен бәсекеге түсу оңай емес екендігін ұлттық кәсіпкерлер жақсы сезінеді.

Нарық жағдайында шаруашылық жүргізіп отырған кез келген фирма үшін қаржылық тұ-

рақтылыққа және бәсекеге қабілеттілікке жетудің жолы - қаржы ресурстарын тиімді басқару. Бұл сұраққа ұтымды шешу - қаржыны басқару технологияларымен қатар қаржылық-экономикалық операцияларды жүргізуге қажетті жаңа тәсілдерді пайдаланумен байланысты. Қазіргі таңда шаруашылық жүргізуші субъектілер, нарықтық ортаның анықталмағандық, белгісіздік жағдайында жұмыс жүргізуде.

Қазақстан экономикасында күрделі сұрақтардың бірі - бәсекеге қабілетті кәсіпорындар жұмысын ұйымдастыру. Ашық экономика жағдайында кәсіпорын жұмыс істеп отырған сырт-

қы талаптарына бейімделіп, өндірген өніміне сұранысты зерттей отырып, бұл сұрақтарды шешу өндірістің қаржысын басқару шеңберінде жүзеге асырылады.

Қаржылық дағдарыс инфляция деңгейін өсіре отырып, осы мәселелерді ескере отырып қаржы сұрақтарын шешеді. Фирмаларды тиімді басқару үшін нарықтағы экономикалық, қаржылық ақпараттарды толық білу керек.

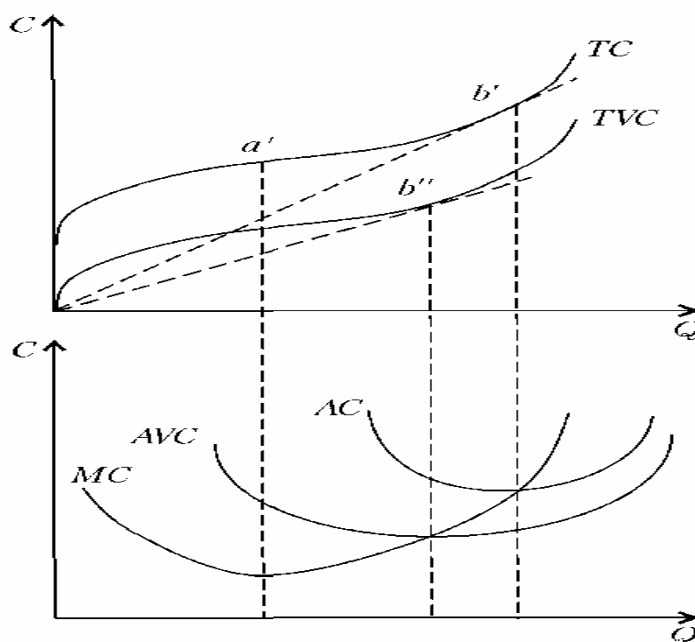
Қазақстан экономикасында фирмалар стратегиясы қалыптасу барысында қаржылық басқару стратегиясына сәйкес келетін жаңа тәсілдерді анықтайды. Мұндай есептеу тәсілдері нарықтық ортаның нақты көрсеткіштерімен, басқару объектісінің болашақтағы дамуының анықталмаған жағдайындағы ақпаратты пайдалану арқылы құрылатындығын ескеру қажет. Қаржы іс-әрекет жасайтын рентабелді кәсіпорынды қарастырамыз. Елдің кәсіпорындарында қаржы-

лық ресурстарды басқару кәсіпорын пайдасының массасын және динамикасын анықтаумен байланысты. Кәсіпорындардың жұмыстарының нәтижесіне әсер ететін факторларды 2 топқа бөлуге болады.

Біріншісі - сұраныс пен ұсыныс арқылы пайдасын мейлінше арттыру мақсатын көздеген кәсіпорынға әсер ететін факторлар, олар: кәсіпорынның бәсеке қабілеттілігі, өнімнің рентабелділігі, баға саясаты.

Екіншісі - сатылатын өнімнің шекті көрсеткіштерін анықтаумен байланысты тұрақты және айнымалы шығындар құрамын анықтау, шекті шығын мен шекті табыс арасындағы оңтайлы байланысты көрсету.

Төмендегі суретте AC , AVC және MC қисықтарының бір-бірімен байланысы қысқа мерзімді кезеңге байланысты суреттелген.



Сурет. Қысқа мерзімді кезеңдегі орташа, орташа айнымалы, шекті шығындар

Үш ерекше нүктелерге байланысты - (a' , b' , c') MC , AVC , AC қисықтарының минималды мәндері сәйкес келеді.

Шығындардың жалпы динамикасында қысқа мерзімді кезеңде 4 фазаны бөлуге болады:

- орташа, орташа айнымалы, шекті шығындар, шығындардың бір мезгілде төмендеуі;
- шекті шығындардың өсуіне орташа және

орташа айнымалы шығындардың азаюы сәйкес келеді;

- шекті және орташа айнымалы шығындар, шығындардың өсуі орташа шығындардың азаюына сәйкес келеді;
- шығындардың бір мезгілде барлығының өсуі.

Пайдасын мейлінше арттыру мақсатын

қойған фирмалардың негізгі сұрақтарының бірі шығындарды төмендету, сондықтанда кәсіпорынның шығындарын мұқият қарастыру қажет. Сыртқы ортадағы өзгерістер, инфляция қарқынының тұрақсыздығы және сұраныс пен ұсыныс арасындағы арақатынастарға байланысты шығындар құрамы өзгеріп отырады.

Айнымалы шығындардың құрамын өнім көлемінің өзгерісінен тәуелді екенін ескере отырып анықтасақ, оларға: материалдар, шикізаттар, технологияға керекті қуат күші, жанар май, сатып алынатын өнімдер, жартылай дайын өнімдер, жаңа өнім түрлерін меңгеру, өндірісте жұмыс істейтін жұмысшылардың еңбекақылары жатады.

Тұрақты шығындарға: жарнамаға керекті шығындар, несиеге берілетін пайыз мөлшері, әкімшілік басқару бөліміне төленетін еңбекақы, жал төлемдері мен тозуға төленетін салымдар жатады.

Рентабельді өнімді таңдау кретириі ретінде мынадай көрсеткіштерді қарастыруға болады:

- бір бірлік өнімнің жалпы өсімшесі (маржасы);
- бір бірлік өнімнің бағасының құрамындағы жалпы маржа үлесі.

Тұрақты және айнымалы шығындарды қарастырамыз. Бір бірлік өнімнің құрамын және құрылымын талдау қажет.

Кесте. Өнім көлемінің өзгеруіне байланысты тұрақты және айнымалы шығындар өзгерісі

Өндіріс көлемі (Q)	Айнымалы шығындар (VC) TVC AVC	Тұрақты шығындар (FC) TFC AFC
Өседі	Өседі Өседі	Тұрақты Кемиді
Кемиді	Кемиді Өседі	Тұрақты Тұрақты

Шығындар құрылымын сандық қатынас емес, сапалық қатынас деп есептеу керек. Шығындар құрылымымен операциялық тетік тығыз байланысты. Операциялық тетік әсерінде сатылған өнімнен түсетін кез келген табыс өзгерісіне қарағанда пайда өзгерісі күштірек болады. Операциялық тетік әсерін есептеу үшін бірнеше көрсеткіштер пайдаланылады. Олар:

1. *Жалпы маржа* = Сатылған өнімнен түскен пайда (TR) + Тұрақты шығындар (VC).

2. *Шығындарды өтеу соммасы* = Сатылған өнімнен түскен пайда (TR) - Айнымалы шығындар (VC);

3. *Операциялық тетік әсері* = Сатылған өнімнен түскен пайда (TR) - Айнымалы шығындар (VC) / Сатылған өнімнен түскен пайда (TR).

Операциялық талдаулар негізінде рентабельдік табалдырық немесе шығынсыз нүкте көрсеткішіне көшеміз, ол былайша анықталады:

1. $K (ж. м.) = Жалпы\ маржа / Сатылған$

өнімнен түскен пайда (TR).

2. *Рентабельдік табалдырық* = Тұрақты шығындар (FC) / K (жалпы маржа).

3. *Қаржылық тұрақтылық шегі* = Сатылған өнімнен түскен пайда (TR) – Рентабельдік табалдырық.

Қаржылық тұрақтылық шегінің мөлшері кәсіпорынның қаржылық тұрақтылығының бар екендігін көрсетеді, демек пайда табу мүмкіндігі бар. Фирмалардың қаржылық тұрақтылығын анықтауға әсер ететін факторларды анықтайық. Олар:

1. Қаржылық тетік әсерінің күші салыстырмалы шама тұрақты шығыннан тәуелді.

2. Сатылған өнім көлемінен қаржылық тетік әсерінің күші тікелей тәуелді.

3. Қаржылық тетік күшінің әсері жоғары болған сайын фирма рентабельдік табалдырыққа жақын болады.

4. Қаржылық тетік әсерінің күші қор сыйымдылық деңгейіне тәуелді. Қаржы сферасында

бізді дайын өнімді сатудан түскен табыс сатылған және өндірілген өнімге қарағанда көп қызықтырады.

Дайын өнімдердің бағасы мен сұранысының, шикізат пен жанармай бағаларының тұрақсыздығы фирмалардың өнім көлемі мен пайдасының динамикасын қадағалауға мүмкіндік бермейді. Сондықтанда бәсекеге түсетін фирмаларға қаржылық тетік әсерін пайдалануды ұсынуға болады. Осы тәсілдерді пайдалану шығындарды басқару кәсіпорынға қаржысын кешенді және жедел талдауға мүмкіндік береді.

Қаржы менеджментінің теориясында қарызға алынған қаражатты игеру барысындағы әсерді *қаржылық тетік әсері* деп атайды. Қаржылық тетік мақсатында екі көрсеткіш анықталады: таза пайда (ПР) және жеке меншік қаражытының рентабельдігі (РСС).

Экономикалық талдауларда жиі қолданылатын шығынсыздық нүктесі мен қаржылық тетіктің (DOL) арасында маңызды байланыс бар.

$$DOL = \text{Пайыз өзгерісі (\%)} / \text{Табыс өзгерісі (\%)} = Q*(P-TVC)/Q*(P-TVC)-TFC$$

Шығындар анықтамасы және теңдеуін ескеріп, теңдеуді төмендегідегі түрде бейнелеуге болады:

$$DOL=1/(1-Q*/Q*)$$

Соңғы теңдеуінен шығатын қорытындылар:

- 1) Егер ($Q>Q^*$), онда $DOL>0$. Мұндай жағдайда өнім көлемі өссе, онда пайда да өседі.
- 2) Егер ($Q<Q^*$), онда $DOL<0$. Мұндай жағдайда өнім көлемі өссе, онда шығын азаяды.

DOL-дың мәні үлкен болса, онда фирма өндірісінде капитал сыйымдылығы үлкен болады. DOL-дың мәні кіші болса, онда фирма өндірісінде еңбек күші көп. Демек, фирманың алдына қойған мақсаттарын немесе шектеулі ресурстармен іздеп отырған нәтиже бір-бірімен сәйкес келгенше, талдау үрдісін және жаңа ситуацияларды жалғастыру керек.

Өкінішке орай, бүгінгі жобаны талдау методологиясы және фирмалар стратегиясы жетік зерттелмеген мұндай жағдай өркениетті мемлекеттерде де орын алған. Ондай зерттеулердің кейбіреуіне күмәнмен қарауға болады, олар:

- 1) Болжауға мүмкін емес болашақтағы

уақыт және тұрақсыздық жағдайындағы болжау аспектілерін көрсететін методология.

- 2) Нарықтық сұранысты қалыптастыру дәлдігі және қатаң стандарттарды өзгерту мүмкіндігі.

- 3) Нарықтық шарттардың өзгеру жағдайында фирманың реактивті түрде бейімделуі стратегия портфелінің құрамдас бөлігі, фирманың дамуының стратегиялық бағытының бірнеше альтернативті жолдары қарастырылмай біреуін ғана қарастырып, оның іс жүзінде бағалау сапасын артық көрсету.

Бағалауды жүргізудің процедурасы жоқ болса, онда ешқандай стратегия және жоба жүзеге асуы мүмкін еместігі түсінікті.

Әдетте экономиканың өсуі негізінен 3 факторға тәуелді. Олар: жердің байлығы, капитал немесе жетілген технология және білімді, бәсекеге қабілетті мамандар жоғарыда қойылған мақсаттарға жету үшін инвестициялық жобаларды таңдап және оның тиімдігін анықтау қажет. Экономикалық тиімділікті бағалауды, өркениетті мемлекеттердің пайдаланатын құралдарын Қазақстан кәсіпорындарына бейімдеу қажет. Яғни кәсіпорынның өнім көлеміне әсер ететін факторларды дәлірек анықтаған сайын, экономикалық тиімділік коэффициентінің мәні дәл анықталады.

Инвестициялық жобалардың тиімділігін бағалайтын көрсеткіштер Қазақстан фирмаларында кеңінен пайдаланылуда. Олар:

Дисконтты табыс

1. Таза келтірілген эффект

2. Табыс индексі

3. Ішкі табыс нормасы

4. Өтеу мерзімі

5. Проектілерді салыстыру үшін көрсеткіштерді бір жүйеге келтіру керек.

Жоба спецификасы

1. Дисконтты табыстың формуласы (Present Value PV):

$$PV = \sum \frac{P_k}{k(1+r)^k}$$

2. Таза келтірілген эффект:

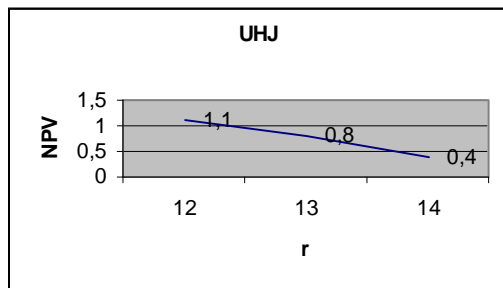
$$NPV = \sum_k \frac{P_k}{(1+r)^k} - IC.$$

Егер $NPV > 0$ болса, жобаны қабылдауға болады.

$NPV < 0$ болса, жобаны қабылдаудың қажеті жоқ.

$NPV = 0$ болса, жоба табысты да емес, зиянды да емес.

$x=r$	12	13	14
$y=NPV=f(x)$	1,1	0,8	0,4



3. Инвестицияның табыс индексі:

$$PI = \sum_k \frac{P_k}{(1+r)^k} / IC.$$

Егер $PI > 0$ болса, жобаны қабылдауға болады.

$PI < 0$ болса, жобаны қабылдаудың қажеті жоқ.

$PI = 0$ болса, жоба табысты да емес, зиянды да емес.

4. Инвестицияның ішкі табыс нормасы.

Басқаша айтқанда, егер $IRR=r$ деп белгілесек, онда $NPV=0$ келесі теңдеу арқылы табылады:

$$NPV = \sum_k \frac{CF_k}{(1+r)^k} = 0,$$

мұнда r - дисконттық коэффициент.

Инвестициялық жоба тиімділігін бағалауда төмендегідей факторлар әсерін ескерген жөн. Олар:

- уақыт аралығында қорлар ағымының интенсивтілігі;
- жоспарды жүзеге асыру мерзімі;
- жоспарды жүзеге асыру барысындағы технологиялық құрал-жабдықтардың нормативті қызмет ету мерзімі (эксплуатациялық мерзімі);
- нормативті мерзімнен тыс техникалық құрал-жабдықтарды пайдалану перспективалары;
- инвестициялық тәуелділікті болжау;
- фискалды саясат;
- қолданылатын амортизация;
- қаржыландыру көздері мен шарттары;
- интегралды-экономикалық әсер;
- аннуитеттер;
- көрсеткіштері және өтеу мерзімі.

Шетел тәжірбиесі көрсеткендей, жоғарыда келтірілген факторлар инвестициялық жобаның динамикасын бағалау кезінде жеке түрде кездеспей, басқа факторлармен комбинацияланып кездеседі. Отандық, шетелдік, халықаралық кәсіпорындардың тәжірибелерін саралап қарасак, жобаның толық аяқталмай қалуы, тоқтап, банкротқа ұшырауы инвестиция алдындағы жұмыстарға көп көңіл бөлмеуі, яғни көп жағдайда айтылған басқа факторлар жан-жақты қарастырылмайды. Қорыта айтқанда, көрсеткіштерді дәл есептеу - кәсіпорын тұрақтылығының кепілі.

Әдебиеттер

1. Бирман Г., Шмидт С. Инвестициялық жобалардың экономикалық анализі. Ағыл.аудару ред. Л.П. Белых. - М.: Банктер мен биржалар, ЮНИТИ, 1997.
2. Четыркин Е.М. Методы финансовых и коммерческих расчетов. - М.: Дело Лтд, 1995.
3. Ковалев В.В. Методы оценки инвестиционных проектов. - М.: Финансы и статистика, 2003.
4. Тлеужанова М.А. Системный анализ - основа стратегий предприятий: Учеб. пособие. - Алматы, 2003.

5. Карасева И.М., Ревкина М.А. Финансовый менеджмент. - М., 2007.

Резюме

Эффективность работы фирмы в конкурентной среде зависит от качественной оценки экономических показателей и от методов определения финансовых результатов.

Summary

Efficiency of firm performance in a competition environment depends on the quality estimation of economic indicators and the methods of financial results determination.



Ж.Е. Шимшиков, к.э.н.

*филиал Института экономики
МОН РК*

**РАЗВИТИЕ КОНКУРЕНЦИИ И ПРОБЛЕМЫ
БИРЖЕВОЙ ТОРГОВЛИ В РК**

В статье рассмотрена краткая история возникновения, становления биржевой торговли и товарных бирж в Европе, в Российской империи, в СССР и в Республике Казахстан. Определены содержание, место и роль деятельности товарных бирж в обеспечении оптовой торговли, в формировании рыночной цены товаров и ценового индикатора. Рассмотрены проблемы дальнейшего развития биржевой торговли и деятельности товарных бирж в РК. Внесены конкретные практические предложения по их решению.

Ключевые слова: оптовая торговля, товарная биржа, биржевая деятельность, фьючерсный контракт, хеджирование, конкуренция, электронные биржевые торги.

На современном этапе развития казахстанского общества внимание и научный интерес ученых экономистов, занимающихся исследованиями и разработками вопросов защиты конкуренции и антимонопольного регулирования экономики сосредоточены в основном на проблемах развития конкурентных факторов индустриально-инновационного развития или инновационной конкуренции. И это вполне объяснимо, ибо в Послании Президента РК - лидера нации Н.А. Назарбаева народу Казахстана: Стратегия «Казахстан 2050»: новый политический курс, состоявшегося государства, в числе десяти глобальных вызовов XXI века указано на то, что «...человечество находится на пороге Третьей индустриальной революции» [1].

Вместе с тем необходимо отметить, что конъюнктурные исследования сегодняшних ав-

торов оставляют вне поля зрения проблемы развития, так называемых традиционных конкурентных факторов индустриального развития национальной экономики, имеющих непреходящее значение, полноценное использование которых будет способствовать ускорению, импульсации инновационных процессов в предстоящей «Третьей индустриальной революции» с одной стороны и обеспечивать макроэкономическую стабилизацию в качестве антиинфляционного, антикризисного и, наконец, антикоррупционного механизма с другой стороны.

Одним из таких традиционных конкурентных факторов индустриального развития выступает биржевая торговля как сфера деятельности товарных бирж. Значение и роль биржевой торговли в мировой экономике можно аргументировать следующим достоверным фак-

том: в мире продается около 100 наименований биржевых товаров и на их долю приходится 20% международной торговли и две трети товаров, обращающихся на товарных биржах, составляют сырье и сырьевые материалы, что указывает на насколько высока ценообразующая роль биржевой торговли [2,86].

Развитый рынок характеризуется высоким уровнем оптовой товарной биржевой торговли. Идеальная структурная модель современного рынка, которая собственно и является механизмом рыночной саморегуляции через взаимодействие спроса и предложения, установления рыночного равновесия, равновесной цены и равновесного объема продаж товаров и услуг, представляет собой рынок совершенной конкуренции. Совершенная конкуренция имеет место в современной рыночной экономике при условиях многочисленности покупателей и продавцов при однородности, стандартности реализуемого товара, при свободном входе и выходе производителей в данную отрасль производства и при ничем не ограниченной свободе информации о конъюнктуре (изменениях цен, условий торгов, объемов спроса и предложения и т.д.) на данный момент, на данный товар, на данном рынке. Следовательно, товарные биржи обеспечивают все условия для функционирования рынка отдельного товара весомых объемов в режиме совершенной конкуренции, которая и является, собственно говоря, идеалом классического рынка.

Биржевая торговля обеспечивает свободное, чисто конкурентное, объективное ценообразование, сбалансированный, равновесный и эквивалентный обмен на среднем звене торговли на оптовом рынке, обеспечивая хозяйствующих субъектов надежными ценовыми индикаторами.

Вместе с тем товарные биржи обеспечивают реализацию не только готовых наличных, но и будущих товаров «в срок» (спот товары) и «впрок» (фьючерсные сделки), а также со страхованием рисков из-за непредвиденных изменений цен и колебаний рыночной конъюнктуры (форсмажорных обстоятельств) через хеджирование и котировку цен, разрешение спорных вопросов, надежность поставок «в срок» и «впрок».

По большому счету на сегодня товарная биржа это антикризисный, антиинфляционный инструмент в «умелых» руках государственного регулятора биржевой торговли и кроме то-

го, что очень важно, для всей нашей страны. Она может стать ценнейшим антикоррупционным инструментом государства при объявлении конкурсов на размещение госзакупок на товары и проведении тендеров госзаказов на выполнение работ и услуг, обеспечивая открытость, бесстрастность, независимость, прозрачность и стерильность от коррупции: здесь нет места кумовству, родству, взяточничеству и методам «ты мне, я тебе».

Биржевая торговля развивается не только структурно и функционально, но и технологически. Современная товарная биржа, используя достижения научно-технической революции, обогатила свой инструментарий электронными биржевыми торгами, когда уходят в прошлое традиционные голосовые торги в больших помещениях, взамен им идут электронные биржевые торги на глобальных Интернет-пространствах...

Современные товарные биржи усовершенствованные с организационно-технической точки зрения, к примеру электронные системы торгов в режиме он-лайн, расширенные по видам совершаемых операций и выполняемых функций все же сохранили главное содержание: открытость проведения торговых сессий, конкурентный способ заключения сделок. Товарные биржи прошли пятивековой путь от локальной оптовой торговли наличным товаром до высоколиквидных международных рынков срочных фьючерсных и опционных контрактов, представляя собой яркий пример саморазвивающегося рыночного института, ставшего неотъемлемой частью производственно-торговых и финансовых операций большого числа компаний и организаций.

К данной статье необходим краткий исторический экскурс о становлении биржевого рынка на Западе, в Российской Империи, в СССР и в независимой Республике Казахстан продиктованный тем, что на смену ажиотажного, поверхностного кратковременного всплеска интереса в экономической научной и научно-популярной литературе еще в советский период к товарным биржам в конце 80-х в начале 90-х гг. прошлого столетия в нашей республике наступило полное затишье и молчание. За последние 20 лет в нашей стране не было научных изысканий, не защищено ни одной диссертаций по данной теме, не выпускалась научная, учебно-ме-

тодическая литература, т.е. отсутствует теоретическая и прикладная литература по биржевой проблематике. Исключения составляют отдельные статьи публицистического характера в СМИ и «Справочник биржевой деятельности РК», выпущенный в 2011 г. МИРТ РК [2.86].

Этимологически «биржа» по-латыни и по-немецки буквально означает «кошелек». Любопытно происхождение этого термина. В XVI в. бельгийском городе Брюгге, находившемся на пересечении многих европейских торговых путей и именованный маклером христианских народов была площадь, названная по имени маклерской конторы Ванде Бурсе и где собиралось купечество для торгов. На здании конторы вывешивался герб с изображением трех кошелеков (на местном наречии «thebuurse»), т.е. бирсе или биржа. Это было, кстати говоря, в исторический период, в так называемой эпохе «первоначального накопления капитала», в период, последующий за Великими географическими открытиями и бурным развитием торговли.

Исторически первоначальной формой оптовой торговли принято считать караванную торговлю, главные отличия которой состояли в эпизодичности, нерегулярности проведения, отсутствии определенного места и правил торговли. По сути караванная торговля есть простейшая форма рынка - базар, где покупатели ждут продавцов, т.е. спрос (покупатель) ищет предложение (продавцов) и этот поиск периодичен и порой не предсказуем.

Сменяет ее ярмарочная торговля. Слово «ярмарка» в переводе с немецкого обозначающее «ежегодный рынок», подчеркивает регулярность и относительную организованность этой формы оптовой торговли. Ярмарочная торговля, как предшествующая биржевой торговле, являлась переходным этапом, когда сформировались все предпосылки к переходу к последней. Так, уже на ярмарках Европы XII-XIV вв. проводились сделки с наличным товаром как с немедленной оплатой, так и с отсрочкой платежа, на некоторых ярмарках были разработаны стандартные требования к качеству продукции, вводилась практика торговли по образцам, а не только наличными партиями товаров, торговля велась по строгим разработанным внутренним правилам, существовал ярмарочный суд для решения спорных вопросов и конфликтных ситуа-

ций, который называли «судом людей с пыльными ступнями», имея ввиду участников суда - купцов - долгие дни и месяцы находящихся в дороге.

Ярмарка отличалась наличием торговых рядов, специализированных на определенных товарах. Здесь предложение призвано улавливать спрос, а специализация продавцов - обеспечивает ускорение поиска. При этом стороны играют определенные роли, которые не изменяются. Не трудно представить, что многократное увеличение объемов операций способствует перерастанию ярмарки в товарную биржу.

Первоначальное накопление капитала, открытие Америки, бурное развитие торговли к XVI в. привели к тому, что ярмарочная торговля, обеспечив все предпосылки перехода к биржевой торговле, уступает ей и сходит с исторической арены, как массовая форма оптовой, регулярной формы торговли, которая теперь лишь эпизодически может организовываться в рамках розничной торговли. Итак, с укреплением капитализации в Европе появились постоянно действующие места оптовой торговли, специализированные торговые центры, своего рода оптовые магазины, т.е. товарные биржи.

К числу первых бирж относят открытую в 1531 г. биржу в Антверпене в Голландии, которую современники называли «бесконечной ярмаркой». Она была и первой международной биржей, ибо в торгах на ней участвовали купцы и торговцы из многих стран Европы. Биржа имела собственное помещение, над входом в которое имелась легендарная надпись «forthetradepeopleofallpeopleandlanguages», что означало «для торговых людей всех народов и языков».

В истории развития бирж большое значение имела Амстердамская биржа, основанная в 1608 г., которая была одновременно товарной и фондовой, где впервые была введена торговля по образцам и пробам товаров, а позднее были установлены средние нормы качества для товаров, что позволяло обойтись без представления наличной продукции на биржу. Амстердамская биржа известна в мировой истории еще и тем, что на ней стали проводиться операции с ценными бумагами: облигациями государственных займов Голландии, Великобритании, Португалии, а также акциями Голландской, Британской Ост-Индской, а позже Вест-Индской компаний. На бирже котировались ценные бумаги

44 наименований. С 1720 г. нашли распространение спекулятивные сделки с ценными бумагами и позднее спекулятивная игра перекинулась на товарные сделки. К слову, в начале XVI в. Амстердамскую биржу посетил император Петр I и после чего повелел Сенату учредить в России «буржу», что стало началом открытия товарных бирж в Российской Империи.

Первоначально в Европе возникла биржа реального товара, т.е форма оптовой торговли, адекватная домануфактурному и мануфактурному производству. Ее отличительными чертами, которые присущи и современным биржам, являлись регулярность возобновления торгова, приуроченность торговли к определенному месту и подчиненность заранее установленным правилам. Наиболее характерным типом биржевых операций являлись сделки с наличным товаром. На этом этапе биржевая торговля лишь устанавливала связь между купцом и производителем или потребителем. Учреждение бирж шло крайне медленно и ограничивалось преимущественно ведущими для международной торговли портами.

Промышленная революция в начале XIX в. вызвала громадное расширение спроса на сырье и продовольствие, привела к увеличению объема и номенклатуры торговли, усилила требования к однородности качества товара и регулярности поставок. Необходимость удовлетворения этих требований машинного производства обусловила трансформацию биржи первоначального типа, приспособление ее к новым условиям. В частности, наряду с предоставлением рыночного места, организацией биржевого торгова и фиксацией торговых обычаев, к числу основных функций биржи стали относиться: 1) установление стандартов на товар, 2) разработка типовых контрактов, 3) котирование цен, 4) урегулирование споров (арбитраж) и 5) информационная деятельность. Биржи постепенно превратились в центры международной торговли.

Быстрые темпы роста торгового оборота, возникновение мирового рынка затруднили ведение торговли на основе наличных партий товара. Массовое производство требует уверенности не только в поставках сырья, цены которого подвержены значительным колебаниям, но и в получении прибыли на капитал, в т.ч. уже затраченный на выпуск продукции, находящийся

в стадии реализации в товарной форме. Резкие колебания цен, заметно повышая риски, ограничивают уверенность в получении прибыли. В результате ведущую роль в биржевых операциях приобрели сделки на срок с реальным товаром, гарантировавшие предпринимателям поставку товара требуемого качества в нужный срок по ценам, обеспечивавшим возможность получения прибыли.

Следующим этапом в развитии биржевой торговли явилось возникновение фьючерсной (оптовой заочной, безналичной) торговли. История современной фьючерсной торговли началась на Среднем Западе США в начале 1800-х гг. Она тесно связана с развитием коммерческой деятельности в Чикаго и торговлей зерном на Среднем Западе.

Хаос в сфере спроса и предложения, проблемы перевозок и хранения зерна заставили фермеров и торговцев заключать контракты с последующей поставкой товаров. Заблаговременные, предварительные контракты на поставку кукурузы впервые были заключены купцами-речниками, которые получали зерно от фермеров поздней осенью и в начале зимы, но должны были хранить его до тех пор, пока кукуруза достаточно высохнет для погрузки на судно, а река освободится от льда. Чтобы уменьшить риск от падения цен во время зимнего хранения, эти торговцы отправлялись в Чикаго и там заключали контракты с переработчиками на поставку им зерна весной. Таким образом они гарантировали себе покупателей и цены на зерно. 13 марта 1851 г. был заключен контракт на 3 тыс. бушелей (около 75 т) кукурузы с поставкой в июне - первый в своем роде.

К концу XIX столетия фьючерсная торговля набрала обороты так, что появилась необходимость: 1) формализации торговой практики; 2) стандартизации контрактов; 3) установления правил поведения и расчетов; 4) порядка разрешения споров; 5) процедуры улаживания разногласий. А в начале XX в. с образованием новых товарных бирж фьючерсная торговля стала разрастаться все более и более.

Первая товарная биржа в Российской Империи, учреждена Петром I в 1703 г. в Санкт-Петербурге. Будучи введенной сверху принудительно при неразвитых рыночных отношениях Петровская биржа бездействовала более 150 лет.

Только после реформы 1861 года быстрый переход к рыночным отношениям дает толчок к появлению бирж во многих городах России. В 90-е и последующие годы биржевая торговля получает дальнейший импульс развития в связи с интенсивным строительством железных дорог, элеваторов, появлением коммерческих банков, развитием подтоварного кредита под хлеб и т.д. В целом к 1914 г. общее количество товарных бирж в России достигает 15 единиц. Но в связи с началом первой мировой войны 16 июля 1914 г. биржи официально закрываются. В январе 1917 г. открываются вновь, а в феврале снова закрываются. С ноября 1917 г. СНК СРФР запретил любые операции с ценными бумагами и биржевую торговлю.

Возрождение товарных бирж, как бы ни было это парадоксально, происходит при советской власти в июле 1921 г. с началом перехода к НЭП и многоукладной экономике переходного периода, когда в Москве открывается товарно-фондовая биржа советского образца и уже в 1922 г. их число достигло 50. На 1 октября 1926 г. - апогей биржевой торговли - в стране насчитывалось 114 товарных бирж. Их членами состояли 8 514 торгово-промышленных предприятий и частных лиц. Государственные и корпоративные организации составляли 67%, а частные лица -33% участников.

В биржевом обороте находились в основном те же товары, что и до первой мировой войны, продовольствие, фураж и в незначительных объемах текстиль, сырье, металлические и кожаные изделия, топливо. Функций товарных бирж в советский период заключались в определении спроса и предложения, регламентировании сделок и котировка цен. В дальнейшем в условиях свертывания НЭП и принятия курса на жесткую централизацию управления народным хозяйством ВКП (б) и СНК проводят линию последовательной ликвидации товарных бирж по всей стране. В декабре 1926 г. принимается решение о сокращении их числа до 14 и сужение их функций, а в феврале 1930 г. - о ликвидации, ибо административно - командная система более не нуждалась в механизме свободного конкурентного рыночного регулирования, в объективных (справедливых) ценовых индикаторах, потому что тоталитарная система, переходя на централизованную плановую эко-

номику, предпочла субъективно - расчетные, плановые цены на все товары и услуги.

Через более чем 60 лет забвения с началом перехода на рыночную экономику на постсоветских независимых государствах вновь открываются товарные и товарно-фондовые биржи. В Казахстане первые товарные биржи начали создаваться с 1991 г., такие как Западно-Казахстанская Универсальная Товарная биржа «Жаик», Международная Казахская аграрно-промышленная биржа на ВДНХ г. Алматы, Казахская строительная биржа в г. Караганда и др.

Не легким было становление бирж-первопроходцев и редко из них остались сегодня на плаву: разрыв экономических, торговых связей из-за распада СССР, падение экономического роста, гиперинфляция и бартерные сделки, приватизация и разгосударствление, т.е. все «преlestи» транзитной экономики. В нашей республике в ногу с рыночными преобразованиями шло и развитие биржевой торговли, пионерам-организаторам которых оттолкнуться можно было от отдаленного, но все же опыта аукционных торгов промышленной продукции Госснаба СССР, понадобился и мировой опыт, требующий своего изучения. Дело еще усугублялось отсутствием институциональных основ, в первую очередь, законодательной базы, регулирующей взаимоотношения между участниками биржевой торговли и государственными органами, курирующими их деятельность.

Итак, товарная биржа (англ. commodity exchange) - постоянно действующий оптовый рынок чистой конкуренции, на котором по определенным правилам совершаются сделки купли-продажи на качественно однородные и легко взаимозаменяемые товары. Торги на товарной бирже могут проводиться как «с голоса» в биржевой яме, что имело место до конца прошлого века и практикуется сегодня редко и преимущественно в настоящее время с помощью электронной торговой системы.

На товарной бирже торгуют не столько реальным товаром, сколько фьючерсами. Каждый фьючерсный контракт на товарной бирже является одновременно покупкой для одной стороны и продажей для другой стороны. Сторона-продавец осуществляет краткую позицию, т.к. продает, а сторона-покупатель - длинную позицию, т.к. покупает.

На сегодняшний день на товарных биржах в мире продается около 100 так называемых биржевых товаров и фьючерсных контрактов на них. На долю сельскохозяйственных и лесных товаров приходится две трети товаров, обращающихся на бирже. На первом месте стоят маслосемена, продукты их переработки - льняное и хлопковое семя, соевые бобы, соевое масло.

7 апреля 1995 г. принимается Закон РК «О товарных биржах». Постановлением Кабинета Министров РК за №1035 от 28 июля 1995 г. утверждается, наконец-то, Перечень биржевых товаров, включающий следующую группу товаров, производимых в республике: зерно (пшеница, ячмень, овес, просо, гречиха, рожь, кукуруза, сорго), сельхозпродукция (семена рапса и подсолнечника, соевые бобы, спирт этиловый, масло подсолнечное и хлопковое, масло сливочное, мясо, сахар, мед натуральный и т.д.) и продукты их переработки (муки, крупа), кожевенное сырье (шкурки, кожа, меха), животные (лошади, КРС, свиньи, овцы и козы), продукция производственно-технического назначения (нефтепродукты, уголь, древесина, черный и цветной металл, цемент, ферросплавы, автомашины) [3].

Значение утверждаемого Правительством «Перечня биржевых товаров» трудно переоценить в деятельности товарных бирж. Чем длиннее и объемнее «Перечень», тем полнокровнее и больше поле деятельности товарных бирж. Огромный «Перечень» от 1995 г. позволял товарным биржам проводить торги не только на своих площадках, но и во взаимодействии с другими биржами Средней Азии, России, Балтики посредством модемной и селекторной связи в режиме реального времени.

С 1996 г. уполномоченный орган - Республиканская комиссия по товарным биржам РК при Кабинете Министров РК переводит деятельность товарных бирж на лицензионную основу, что было вполне правомерно проделанной государством работой (Закон, Перечень, лицензирование), наконец-то, отечественная биржевая торговля стала на нужные рельсы и ей обеспечена стабильная динамика, но не тут-то было...

Кабинет Министров РК своими Постановлениями за №1863 от 30.12.1997 г., №307 от 11 марта 2004 г. и ряда других постановлений, издаваемых позже исключил ряд групп товаров из «Перечня биржевых товаров», главным об-

разом, продукции производственно-технического назначения, а самое губительное было в том, что торговые операции по остальным биржевым товарам включенным в «Перечень» приобрели не обязательный характер, особенно по их экспорту, т.е. это и был актом «перекрестия кислорода». Если добавить сюда изначальную мало-привлекательность этого сектора торговли ввиду открытости и прозрачности сделок для монополистов и других производителей, скрывающих размеры своих доходов от налогообложения, отсутствие практической возможности действенного влияния на ценовую конъюнктуру, то доля биржевой торговли в общем объеме оптовой торговле едва составляла 1%. Свидетельство тому закрытие 3 товарных бирж в 2005 году.

Агентство статистики РК долго не рассматривало биржевую торговлю и деятельность товарных бирж в качестве объекта своих исследований. В ежегодных статистических сборниках лишь в 2008 г. в разделе Реальный сектор экономики после Товарооборота оптовой торговли (подпункт 7.75) появляется подпункт Основные показатели деятельности товарных бирж (7.76), с фактическими данными за 2004 год. До 2004 г., начиная с 1991 г., т.е. в течение 13 лет статистические исследования деятельности товарных бирж и биржевой торговли не проводились, либо не публиковались фактические данные в ежегодниках [4].

С 1997 г. заметно замедлилось развитие биржевой торговли страны. Лишь в 2002 г. спустя, в связи с принятием Закона РК «О государственных закупках», происходит оживление отечественной биржевой торговли, когда появилась возможность осуществления государственных закупок биржевых товаров через открытые торги на товарных биржах.

Глава государства в 2007 г. дал поручение правительству страны о создании необходимых условий для развития биржевой торговли и деятельности товарных бирж. Только теперь, через 16 лет со дня возникновения, товарные биржи страны получили серьезную поддержку со стороны государства. Если с 1991 г. в течение 17 лет в стране действовало около (точных статистических данных, как уже говорилось, не имеется) 8 товарных бирж на все 100%, основанных на частной собственности, без государственной

доли в капитализации, то в 2008 г. создается АО «Товарная биржа» «Евразийская торговая система» сокращенно ЕТС с 40% долей государственной капитализацией, которая начинает проведение торгов с марта 2009 года.

В мае 2009 г. принят новый Закон РК «О товарных биржах». Без сомнения, в этом законе учтены все упущения первого Закона и учтены изменения экономических реалий в стране и новшества, изменилась и редакция, структура. Уже в общих положениях в статье 1 Основные понятия, используемые в настоящем Законе нашли четкие, однозначные определения все инструментарий биржевой торговли. Для сравнения приведем определение понятия «биржевой товар». В новом законе это... «товар, не изъятый из оборота или не ограниченный в обороте, в том числе срочный контракт, допущенный товарной биржей к биржевой торговле, за исключением недвижимого имущества и объектов интеллектуальной собственности» [5].

Важнее всего в новом Законе РК «О товарных биржах» созданы правовые основы - «правил игры» возможности эффективной деятельности товарных бирж, соответствующие современным требованиям нормы взаимоотношений и поведения как для биржевой торговли в целом, так и для ее участников. Установлена акционерная форма управления товарной биржей, определены гарантии и защита прав участников биржевой торговли и повышен статус брокерско-дилерских организаций. Товарная биржа создается согласно новому Закону только лишь в организационно - правовой форме акционерного общества, а биржевая деятельность и брокерско-дилерские организации подлежат лицензированию. Функция лицензирования возла-

галась на уполномоченный орган - Комитет торговли Министерства экономического развития, именуемого сегодня Министерством экономики и бюджетного планирования. Кроме того, в новом законе в главе 4 появилась ст. 13-1 «Государственные Закупки через товарную биржу», где установлен порядок осуществления госзакупок через товарные биржи только посредством электронных биржевых торгов из «Перечня» в режиме двойного встречного аукциона.

Вслед за принятием Парламентом РК Закона «О биржевой торговле» в декабре 2009 г. Правительство РК принимает Постановление об утверждении Типовых правил биржевой торговли, в которых детально описывается и регламентируется вся деятельность товарных бирж, устанавливаются взаимоотношения как участников биржевой торговли так и уполномоченного органа, его полномочия как государственного регулятора.

В соответствии со статьей 10 пунктом 2 Закона РК «О трансфертном ценообразовании» Правительство 6 мая 2009 г. принимает Постановление «Об утверждении перечня биржевых товаров». Новый «Перечень биржевых товаров» от 2009 г. включает большой круг биржевых товаров, начиная от нефти и нефтепродуктов и кончая шкурами КРС, состоящий из 11 групп. Правда, в перечне не были указаны минимальные партии товаров. Наконец-то биржевая торговля вошла в цивилизованное русло и все предпосылки для ее процветания государством созданы, свидетельством чего служит факт увеличения товарооборота товарных бирж в 2009 и 2012 гг. в 5 раз, рост числа бирж на 4 единицы, что можно проиллюстрировать в следующей таблице.

Таблица 1 - Основные показатели деятельности товарных бирж по Республике Казахстан (за 2004-2012гг.)*

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Количество товарных бирж, единиц	15	12	11	9	10	9	8	9	13
Количество биржевых торгов, единиц		904	308	141	161	398	964	12 983	21 340
Количество биржевых сделок, единиц	18 415	4 200	1852	1057	671	1 119	10 407	892 553	179 474

Продолжение таблицы 1

Объем выставленных на торги спот-товаров, млн тенге	74 062	73 199	28 543	12 068	25 383	94 548	884 692	465 453	1 456 337,7
Оборот бирж по совершенным сделкам, млн тенге	66 035	61768	28 430	12 030	13 659	55 120	86 425	461 996	1 447 234,4

* Агентство РК по статистике

Но вместе с тем остаются нерешенными следующие проблемы. Во-первых, государственные закупки через товарные биржи предусмотрены лишь на биржевые товары из «Перечня», а их 11 наименований, тогда как для примера: «Перечень биржевых товаров» в Республике Беларусь составляет 70 наименований, а в Российской Федерации государственные закупки через электронные биржевые площадки РТС, ММВБ и СПб МТСБ и вовсе не ограничены никаким «Перечнем биржевых товаров».

Во-вторых, львиную долю государственных закупок составляют государственные заказы на выполнение работ и услуг, размещаемые посредством проведения тендеров и конкурсов, где и процветают «откаты», «взятки» и всякая коррупционная муть, где было бы лучше всего использовать антикоррупционный механизм биржевой торговли, обеспечивающий прозрачность, открытость, объективность и справедливость, но, к сожалению, это не вмещаются в существующие законодательные рамки страны.

В-третьих, монополизация государственных закупок страны ТОО «Центром электронной коммерции». С 2012 г. все государственные закупки для обеспечения прозрачности процесса проведения перевели в электронный режим и в результате чего основной поток госзакупок пошел через вебпортал «goszakup.dov.kz», разработанный по заказу Министерства финансов ТОО «Центром электронной коммерций», предназначенный не только для осуществления госзакупок, но и размещения информации о поставщиках и закупках. Такая форма проведения госзакупок оказалась чревата следующими изъянами: проблематичность авторизации на портале после получения электронного ключа, входа в портал, частые технические перебои, трудность в нахождение нужного конкурса.

Самый главный системный недостаток этой формы проведения электронных госзакупок, в том, что у портала отсутствует механизм отсева недобросовестных поставщиков и фирм однодневок, что приводит к росту сорванных тендеров и не освоению бюджетных средств, парализующих нормальную работу хозяйствующих субъектов. Тогда как у электронных биржевых торгов перед любым электронным порталом имеется неоспоримое преимущество: у товарной биржи существуют собственные технические центры, тогда как портал хранит информацию на своем сервере.

Товарная биржа перед участием в торгах проверяет поставщика вплоть до наличия заявленного товара и его финансовой состоятельности. Биржа может запросить у поставщика дополнительные документы, к примеру авторизационное письмо от иностранного потенциального поставщика с указанием компании-партнера на территории Казахстана. Иногда казахстанские поставщики не являются таковыми и не могут предоставить товар нужного качества. Биржа может проверить «качество», сделать сделку прозрачной и проверить торги в быстром режиме в отличие иных способов госзакупок.

В идеале, конечно, каждый поставщик имеет право сам, по своему усмотрению, выбирать электронную площадку. Но, на наш взгляд, мелкие государственные закупки «по ценовым предложениям» проводились бы через ТОО «Центр электронной коммерции», а тендеры через электронные площадки товарных бирж, но для этого необходимо госзакупки через биржи расширить, за рамки биржевых товаров, добавив к «Перечню» работы и услуги.

В-четвертых, в самый пик подъема в 2011 г. биржевой торговли Правительство РК принимает новый «Перечень биржевых товаров», ко-

торый значительно сужается, в ней не достают многие стратегические товары, в т.ч. нефть и нефтепродукты, цветные металлы, прокат из железа или нелегированной стали, драгоценные металлы и дело этим не ограничивается. В июне 2012 г. вышеуказанный «Перечень» урезается еще на 3 позиции. Не стабильность и волатильность «Перечнем» оказывает крайне негативное воздействие на участников биржевой торговли, что может быть выгодно лишь монополистам, теневикам, чьи интересы коррупционно могут лоббировать некоторые силы во власти.

Ведь смысл Закона РК «О товарных биржах», вводящих «Перечень биржевых товаров», состоит в том, что товары включенные в «Перечень» должны в обязательном порядке реализовываться через товарные биржи. В развитых странах производители и потребители заинтересованы в определении объективной, справедливой цены реализуя свои товары через товарную биржу, вследствие чего во многом исключается коррупция, уход от налогов и оффшорная экономика и т.д. В нашей стране появление на рынке самых современных, электронно-технологических товарных бирж не прельщает многих бизнесменов проводить торги через биржевую торговлю пока со стороны государства не будут применяться некоторые принудительно-стимулирующие меры, что предполагает необходимость обязательного Перечня биржевых товаров как содействие развитию конкуренции, борьбе с инфляцией и, наконец, антикоррупционной деятельности.

Необходимо понимание того, что биржи должны быть настоящими, торги реальными, а не регистрированием задним числом вне биржи заключенных сделок, только тогда-то и будет получен реальный эффект бизнесом и страной от обязательной биржевой торговли стратегическими товарами. Одним словом, уполномоченному органу - государственному регулятору биржевой торговли - Комитету торговли МЭБП необходимо не только отстаивать перед Правительством каждый пункт в Перечне, но и приложить максимум усилия для ее расширения, а также изыскать все меры контроля за исполнением Закона РК «О товарных биржах».

В пятых, самый конкурентный по назначению институт внутри был также конкурентным, ибо поставщики и покупатели имели ши-

рокий выбор для проведения торгов между 17-ю товарными биржами. Однако вся эта конкурентная среда по естественному, свободному, но регулируемому государством развитию биржевой торговли сменяется доминантно-монопольным вмешательством государственного регулятора, создавшего доминанта в лице АО Товарная биржа ЕТС с 40% государственным участием.

Товарная биржа АО «Евразийская торговая система» была учреждена ОАО «Фондовая биржа Российская торговая система» - «РТС» Российской Федерации и АО «Региональным финансовым центром города Алматы» (РФЦА) в 2008 г. и прошла государственную регистрацию 9 декабря 2008 г., а первые торги провела 30 марта 2009 г. зерновыми в секции торговли сельхозпродукции.

При создании товарной биржи АО «ЕТС» Российская сторона в лице ОАО «Фондовая биржа РТС» свою долю в уставной капитал совместного предприятия внесла не деньгами и финансовыми активами, а используемыми им же копиями программного обеспечения торгов, оцененных им же в 7 млн долл. в США, тогда как Казахстанская сторона в лице АО РФЦА - бюджетными живыми деньгами в сумме 4 млн долл. США, что в последствии позволяет российской ОАО РТС через свою «дочку» - товарную биржу «ЕТС» диктовать свои правила и условия развития биржевого дела в Казахстане, пользуясь поддержкой государственного регулятора и других государственных служб РК.

Между тем, если в момент создания доля ОАО РТС в уставном капитале ОА «ЕТС» составляли 60%, а АО «РФЦА» - 40%, то теперь процентное соотношение по данным сайтов, распределились следующим образом: 1) реальный собственник, владеющий контрольным пакетом акций в размере 61,3% (1'053'809 простых голосующих акций) является Российское ОАО РТС; 2) Компания PlankinInvest (РФ) - 0,5% (8'593 простых голосующих акций); 3) АО «Тройка Диалог Казахстан» (РФ) - 0,5% (простых голосующих акций 9'051); 4) ОА «РФЦА» (РК) - 37,7% (647'217 - простых голосующих акций).

Общепризнанным и бесспорно самоочевидным является нежелательность непосредственного вторжения государства в конкурентную среду, ухудшающее состояние развития конку-

ренции. Указывая на это, ответственный секретарь Агентства по защите конкуренции РК Нурлан Абди сказал следующее: «...государство должно принимать участие в предпринимательской деятельности только в случае обеспечения национальной безопасности, в стратегических отраслях, а также в тех отраслях, в которых частный сектор не способен производить в достаточном количестве товары, работы и услуги. Несмотря на это, сейчас многие компании с участием государства по-прежнему занимаются оказанием услуг (производством товаров), широко представленных в конкурентной среде. В этой связи, в соответствии с поручением Главы государства, Агентством продолжена работа по сокращению необоснованного государственного участия в бизнесе» [6].

Вышеприведенное еще раз подтверждает неправомочность вторжения Комитета торговли МЭиБП РК в конкурентную среду биржевой торговли страны, естественным образом сформировавшейся в ходе рыночных преобразований в стране, с 17-ю полноправными, добросовестно конкурирующими между собой товарными биржами и четырьмя сотнями брокерскими и дилерскими компаниями, стремясь монополизировать положение в этой системе АО Товарной биржи «ЕТС», оказывая всяческую поддержку и лоббируя ее интересы. Нарушая Закон РК «О конкуренции», ради процветания товарной биржи с государственным участием, которая является в большей мере Российской чем нежели казахстанской, тем самым создавая угрозу национальной экономической безопасности нашего государства.

Вторгаясь в конкурентную среду товарных бирж, госрегулятор биржевой торговли нарушает прежде всего Закон РК «О товарных биржах», в преамбуле которого записано: «Настоящий Закон регулирует общественные отношения, возникающие в процессе деятельности товарных бирж и осуществления биржевой торговли, устанавливает порядок регулирования и государственного контроля за деятельностью товарных бирж в целях обеспечения открытого и эффективного их функционирования, защиты прав участников биржевой торговли и добросовестной конкуренции между ними».

В начале 2012 г. биржа ЕТС заключила договор о создании совместной электронной пло-

щадки для проведения государственных закупок на территории ТС с российской биржей ОАО «Московская международная валютная биржа». Биржа ММВБ в 2012 г. официально выкупила биржу РТС - основного акционера биржи ЕТС. Речь идет о соглашении между странами участниками ТС. Согласно статье 12 данного соглашения проводить государственные закупки на территории ТС электронным способом могут только ограниченное количество бирж, либо одна, уполномоченная государством [7].

Этим шагом биржа «ЕТС» окончательно монополизировала биржевой рынок Казахстана, обрекая отечественные биржи на крах и наносит ущерб национальной безопасности РК.

На наш взгляд, взвешенным, обоснованным и продуманным, заслуживающим всяческого одобрения является вариант решения проблем дальнейшего развития товарных бирж и товарной биржевой деятельности в Казахстане, озвученный участниками круглого стола от 17 апреля текущего года, организованного НЭПК «Союз «Атамекен».

Во-первых, предлагается увеличить «Перечень биржевых товаров» до перечня «Соглашения о государственных (муниципальных) закупках».

Во-вторых, пересмотреть предлагаемый размер капитализации товарных бирж в сторону уменьшения до 1 млн долл. США при условии увеличения Перечня биржевых товаров до перечня «Соглашения о государственных (муниципальных) закупках». При этом дать срок не менее 2-х лет товарным биржам для проведения мероприятий по докапитализации.

В-третьих, вернуть товарным биржам возможность проводить на своих площадках государственные закупки в полном объеме, дополнив их работами и услугами.

В-четвертых, выработать четкие параметры для электронных торговых площадок отечественных бирж, приемлемых как с точки зрения функциональности программного обеспечения, так и уровня развития товарного рынка страны.

В-пятых, исключить нормы проекта Концепции о необходимости создания единой биржи. Предлагается создание ядра конкурентно работающих бирж на базе действующих товарных бирж Казахстана.

К этим мерам предлагаемых НЭПК «Союз

«Атамекен» было бы целесообразным включение шестого пункта о передаче функций государственного регулятора в сфере биржевой торговли и деятельности товарных бирж Агентству по защите конкуренции РК - Антимонопольному органу.

Литература

1. Казахстанская правда, 2013. февр.
2. Справочник биржевой деятельности Республики Казахстан. - Астана 2011. -268 с.
3. См: http://online.zakon.kz/Document/?doc_id=1003570
4. Статистический ежегодник 2008г. - Алматы 2006.
5. Закон РК «О товарных биржах» <http://www.minplan.gov.kz/economyabout/8435/32401/>
6. Деловая неделя 23.05.2013.
7. См:(<http://profit.kz/news/8283-Kazahtelekom-snizhaet-tarif-na-internet/#.UKy7soc2YgI>)

Түйін

Шимшиков Ж.Е. Бәсекені дамыту және ҚР-дағы биржалық сауданың мәселелері.

Мақалада биржа саудасы мен тауар биржаларының Еуропада, Ресей империясында, КСРО-да және Қазақстан Республикасында пайда болуы мен қалыптасуының қысқаша тарихы қарастырылады. Тауар биржалары әрекетінің мазмұны, орны және көтерме сауданы қамтамасыз етудегі, тауар бағасы мен баға индикаторларын анықтаудағы рөлі анықтаған. Қазақстан Республикасындағы биржалық сауда мен тауар биржаларының одан әрі дамытылуының кезекті мәселелері айқындалған. Олардың шешілуі жайлы нақты, практикалық ұсыныстар енгізілген.

Summary

Shimshikov Zh.E. Development of competition and problem exchange trade in RK.

In the article short history of origin, becoming of exchange trade and commodity exchanges, is considered in Europe, in the Russian empire, in the USSR and in Republic of Kazakhstan. Maintenance, place and role of activity of commodity exchanges, is certain in providing of wholesale, in forming of market price of commodities and price indicator. The existent problems of further development of exchange trade and activity of commodity exchanges and their way of decision are considered.



*Г.К. Айбасова,
магистр, ст. преподаватель
КазУЭФМТ*

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДОВ ОЦЕНКИ ЗЕМЕЛЬ НАСЕЛЕННЫХ ПУНКТОВ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

В статье отражены основные моменты оценки земли в РК. Рассмотрены основные методы, применяемые при оценке земель. Проведен анализ вновь принятых нормативно-правовых актов государственной кадастровой оценки земель населенных пунктов. Выявлены сложившиеся проблемы оценки земель и предложены пути их решения.

Ключевые слова: оценка, земля, метод, налог, плата за землю, кадастровая оценка, рынок, недвижимость, земельные отношения, базовая ставка, цена, операции с землей, зонирование, коэффициенты.

Рыночная экономика диктует новые требования к использованию земель. В условиях рыночной экономики земельные участки должны быть объектом недвижимости, т.е. земля, как объект недвижимости, должна иметь стоимость, землепользование должно быть платным (налог и арендные платежи), входить в уставный фонд производства, участвовать в сделках (купля-продажа, залог, дарение, обмен).

Основными формами платы за землю являются цена земли или права землепользования, земельный налог, арендная плата, залоговая цена и другие платежи за землю [1].

Кадастровая (нормативная) цена земли обозначена одним из главных экономических регуляторов земельных отношений в процессе образования различных форм хозяйствования и вовлечения в рыночный оборот.

По своей экономической сути кадастровая цена земли является основой для определения других форм платежей за землю: земельного налога, арендной платы, залоговой цены и других платежей.

При оценке конкретного земельного участка применяются поправочные коэффициенты, учитывающие ренто- и ценообразующие факторы земельного участка.

Кадастровая оценка земель в Республике Казахстан производится в соответствии с Земельным кодексом РК и постановлением Правительства РК от 2 сентября 2003 г. №890 «Об установлении базовых ставок платы за земельные участки при их предоставлении в частную собственность, при сдаче государством или государственными землепользователями в арен-

ду, а также размера платы за продажу права аренды земельных участков» [2]. Базовые ставки платы за земельные участки должны периодически уточняться на основании данных государственной статистики об общем уровне инфляции и результатов мониторинга рынка земли. Их уточнение, согласно опыта стран с рыночной экономикой, проводится через каждые пять лет.

Рост экономики, инвестиций в жилищное строительство, благосостояния населения и другие положительные факторы, а так же признание земли как основы жизни, пространственного базиса всех видов деятельности человека, источника богатств и ценнейшего природного ресурса, вызвали резкий спрос на земельные участки по всем городам республики, особенно в крупных промышленных центрах. В связи с этим были уточнены размеры базовых ставок в городе Астана.

В сложившейся ситуации Постановление акимата г. Астаны от 4 декабря 2012 г. №83 и Решение маслихата г. Астаны от 6 декабря 2012 г. №92/11-V. Зарегистрировано Департаментом юстиции города Астаны 11 января 2012 г. №762 было принято решение по уточнению существующей базовой ставки. В соответствии с ним, были проведены необходимые работы, результатом которых стала утвержденная базовая ставка в размере 6 683 тенге за 1 кв.м.

Результаты мониторинга рынка земли указывают на необходимость пересмотра базовых ставок платы и по другим городам, т.к. они являются основой формирования рынка земли. Рассмотрим ситуацию его формирования.

В Казахстане формируются земельные от-

ношения, ориентированные на разные формы собственности на землю и права землепользования, на вовлечение земельных участков и права землепользования в рыночные условия.

В современных условиях формирование первичного рынка земли включает в себя операции по предоставлению земельных участков из государственной собственности в частную на возмездной основе путем единовременной продажи, либо в рассрочку для различных, установленных законодательством целей, а также предоставлению права землепользования на возмездной основе (продажа права аренды на земельный участок).

Для развития рынка земли необходимо дальнейшее совершенствование финансово-кредитных отношений, особенно в аграрном секторе, широкое использование ипотечной формы кредитования под залог земли и права землепользования.

Все более широкое развитие в республике получает вторичный рынок земли, который формируется в ходе сделок, осуществляемых физическими и негосударственными юридическими лицами между собой. Он включает операции по купле-продаже земельных участков, оформлению их наследования и дарения, передаче участков или права землепользования в качестве взноса в уставные капиталы хозяйственных товариществ либо в качестве пая в имущество производственных кооперативов, сдаче в аренду и залог земельных участков или права землепользования и другие сделки.

Наиболее интенсивно рынок земельной недвижимости развивается в городах Астана, Алматы, крупных городах и промышленных центрах. При этом во многих случаях рыночная цена превышает нормативную (кадастровую стоимость) земельных участков в несколько раз.

Анализ процесса кадастровой оценки земель периода перехода от плановых к рыночным методам ведения хозяйства, с использованием инструментария индикативного прогнозирования наметившихся тенденций, позволяет выделить три этапа земельно-оценочных действий:

- 1 этап (1992-1997) - использование материалов бонитировки почв и экономической оценки земель советского периода;
- 2 этап (1997-2002) - нормативная оценка земель с использованием величин базовых ста-

вок и поправочных коэффициентов без учета рыночной конъюнктуры;

- 3 этап (2003-?) - нормативная (кадастровая) оценка земель с учетом рыночной конъюнктуры.

Третий этап продлится достаточно долго, и будет характеризоваться ростом рыночной составляющей цены земли, которая должна ежегодно корректироваться с учетом конъюнктуры развивающегося рынка земли в составе рынка недвижимости, т.е. в условиях органической связи всех сегментов рынка капитала.

Рассмотрим некоторые особенности формирования кадастровой цены земли третьего этапа развития оценочных земельных отношений в условиях их государственного регулирования.

Основной особенностью порядка кадастровой оценки является то, что определение базовой ставки ведется комплексно: с элементами зонирования, и поправочных коэффициентов, т.к. базовая ставка - концентрированное выражение всех рентообразующих факторов, только на их минимальном уровне [3].

По отношению к землям населенных пунктов теоретически более целесообразным является средний уровень, т.к. чистый нормальный доход методологически определить здесь сложно, в связи с тем, что большая часть этих земель бездоходна. Это - прежде всего земли селитебной территории, где преобладают земли жилищной застройки, а также ряда категорий земель общественного пользования.

О современном порядке проведения нормативной оценки земли населенных пунктов в условиях перехода к рыночным земельным отношениям необходимо отметить следующее.

Исходные экономические условия:

- отсутствие рынка земли;
- наличие рынка жилья;
- на рынке жилья не выделяется стоимость земли в составе недвижимости;
- операции с землей осуществляются в неконкурентной среде;
- во избежание спекулятивных операций с землей осуществляется нормативная оценка земельных участков;
- индексами нормативной оценки являются базовые ставки и поправочные коэффициенты;
- основой регулирования операций с землей

служит ценовое зонирование.

Современные земельные отношения от чисто нормативных переходят к комбинированным: нормативные + рыночные. В связи с этим корректируется методический порядок системы оценки [4].

Базовая ставка земли жилых территорий определяется следующим образом: рыночная цена жилья - минус ее затратная составляющая (балансовая стоимость жилья).

Полученный остаток - цена земли вместе с ее улучшениями, осуществленными в предыдущий период.

Дифференциация базовой ставки земель жилых территорий ведется посредством поправочных коэффициентов по целевому использованию. Рассчитанные средневзвешенные значения зональных коэффициентов являются основой уточнения зон, выделенных по критерию стоимости недвижимости.

Средневзвешенные, зональные коэффициенты, умноженные на среднюю базовую ставку, дают значения зональных базовых ставок.

Зональные базовые ставки являются основой оценки конкретных земельных участков, которая осуществляется умножением зональной базовой ставки на комплексный поправочный коэффициент учета индивидуальных особенностей данного участка [5].

Основой дифференциации базовых ставок являются поправочные коэффициенты - носители дополнительных рентообразующих факторов, не учтенных в базовой ставке. Методологическая основа формирования поправочных коэффициентов:

а) для ценового зонирования - местоположение по отношению к центру города;

б) для оценки земельных участков - местоположение к центру квартала.

Базовая ставка платы за землю, по аналогии с процентной и налоговой ставками, должна быть относительно динамичной и ежегодно представляться на утверждение Правительству в докладе (отчете) о земельном балансе страны.

Базовая ставка выражает суть цены предложения земли, которое близко к абсолютной неэластичности в связи с ограниченностью территории, поэтому она должна быть более стабильной, чем цена спроса, зависящая от конъюнктуры рынка [6].

Цена спроса выявляется через поправочные коэффициенты к базовой ставке, которые должны быть более динамичными, поэтому ежегодно переутверждаются маслихатами.

Конкурентная среда есть только на рынке жилья, поэтому именно этот рынок должен стать катализатором всех платежей за землю в населенных пунктах. Методологическим подходом к определению стоимости земли здесь должен быть прием остаточной продуктивности. Суть этого приема: от рыночной стоимости жилья отнимается затратная составляющая (балансовая стоимость). Полученный остаток - это стоимость земли (базовая ставка).

Очень важно систематически вносить поправки в базовую ставку за счет индексации, в связи с этим необходимо постоянно совершенствовать методику изучения конъюнктуры рынка.

Кроме вышеизложенного следует иметь в виду, что для продуктивного применения поправочных коэффициентов необходимо постоянно уточнять методику определения базовых ставок и ценового зонирования.

Литература

1. Земельный кодекс Республики Казахстан от 20 июня 2003 года.
2. Постановление Правительства РК от 2 сентября 2003 г. №890 «Об установлении базовых ставок платы за земельные участки при их предоставлении в частную собственность, при сдаче государством или государственными землепользователями в аренду, а также размера платы за продажу права аренды земельных участков».
3. Мамыров Н.К., Саханова А.Н., Ахметова Ш.С., Брузати Л. Государство и бизнес. Теория государственного ценообразования. Кн. 4: Учебник. - Алматы: Экономика, 2002.
4. Хисматулов О.Т., Желясков А.Л. Методологические и методические основы оценки земли населенных пунктов. - Пермь, 1998.

5. Экономика недвижимости: Учеб. пособие / Под ред. д.т.н., проф. С.М. Байболова / Кызыл-орда, 2003.

6. Отчет по разработке базовых ставок платы за земельные участки / Агентство РК по управлению земельными ресурсами. Государственный научно-производственный центр по землеустройству. Астана, 2002.

Түйін

Мақалада Қазақстандағы заманауи кезеңге сәйкес жерді бағалаудың әдістері қарастырылған. Жер учаскелерінің базалық ставкасына әсер ететін түзету коэффициенттерге сәйкес жердің кадастрлық құнына мінездеме беріліп, нарықтық бағасына талдау жасалған.

Summary

The article deals with the approach to the estimation of the land which is developed in modern stage in Kazakhstan. It is analysed the market of the land and have given the characteristic of cadastral estimate cost of the land in dependences from corrected coefficient to the basic rate to the land.



Н.А. Сакенов,

*ст. преподаватель кафедры учета и аудита
КазУЭФМТ*

ОСОБЕННОСТИ МЕТОДИКИ РАЗРАБОТКИ УЧЕТНОЙ ПОЛИТИКИ НА ОСНОВЕ МСФО В КРЕСТЬЯНСКИХ (ФЕРМЕРСКИХ) ХОЗЯЙСТВАХ

Статья посвящена составлению и применению учетной политики, соответствующей международным стандартам финансовой отчетности на предприятиях агропромышленного комплекса.

Ключевые слова: учетная политика, агропромышленный комплекс, Международные стандарты финансовой отчетности, крестьянское (фермерское) хозяйство, план счетов, Национальные стандарты финансовой отчетности.

Бухгалтерский учет на сельскохозяйственных предприятиях характеризуется рядом особенностей, отражающих специфику отрасли. Это вызвано естественным фактором: процесс производства связан с землей и живыми организмами, а также социальным фактором - в сельском хозяйстве возможны разные организационно-правовые формы предприятий.

Выделяют следующие основные особенности бухгалтерского учета на сельскохозяйственных предприятиях и связанные с этим проблемы и задачи:

1. Главным средством производства в сельском хозяйстве является земля, поэтому необ-

ходим бухгалтерский учет земельных угодий и финансовых вложений в них. При организации и ведении учета земель в сельском хозяйстве земельные угодья отражают в натуральных показателях (гектарах), в денежном выражении показывают дополнительные (в качестве капитальных) вложения и покупные земли.

2. Особенность бухгалтерского учета в агропромышленном секторе обусловлена неодинаковой природой отраслей сельского хозяйства (растениеводство, животноводство, вспомогательное производство и т.д.) и соответственно происходящими в них изменениями (посев, оприходование урожая, прирост живой мас-

сы, приплод и пр.).

3. В сельском хозяйстве из-за действия климатических факторов производство сезонное (в первую очередь это касается растениеводства). Бухгалтерский учет призван отражать сезонность работ и затрат, которая, в свою очередь, оказывает влияние на бухгалтерский учет (например, в период уборки и основных сельскохозяйственных работ объем учетных работ возрастает, а в период сезонного уменьшения объем работ сокращается).

4. Зачастую от одной культуры или одного вида скота получают несколько видов продукции. Это приводит к необходимости разграничения затрат в бухгалтерском учете.

5. Производство сельскохозяйственной продукции - длительный процесс, иногда оно занимает более одного календарного года. По некоторым сельскохозяйственным культурам и животным затраты осуществляются в текущем отчетном году, а продукцию получают только в следующем отчетном году (озимые зерновые культуры, откорм молодняка крупного рогатого скота и др.). По этой причине в учете затраты разграничивают по производственным циклам, не совпадающим с календарным годом: затраты прошлых лет под урожай текущего года, текущего года под урожай будущих лет и затраты текущего года под урожай этого же года.

6. Часть продукции собственного производства поступает на внутривладельческое потребление (внутренний оборот): продукция растениеводства - на семена, корм скоту, в переработку; продукция животноводства - на удобрения в растениеводстве, корм скоту. В связи с этим необходимо четкое отражение движения продукции на всех этапах внутривладельческого оборота.

7. В аграрном производстве используется разнообразная сельскохозяйственная техника, что требует достоверного бухгалтерского учета всех мобильных машин и механизмов.

Кроме этих факторов, на организацию бухгалтерского учета в сельском хозяйстве оказывают влияние организационно-правовые формы предприятий. Сельскохозяйственные предприятия могут быть акционерными обществами, товариществами с ограниченной ответственностью, кооперативами, унитарными предприятиями (частными и государственными),

крестьянскими (фермерскими) хозяйствами и их ассоциациями.

Таким образом, система бухгалтерского учета сельскохозяйственных предприятий находится в зависимости от организации аграрного производства, организационно-правовой формы и специализации хозяйства, но при этом ей присущи общие черты, характерные для учета в любой отрасли народного хозяйства: учет строится по единому унифицированному Плану счетов, применяются типовые регистры бухгалтерского учета и формы, а также методы организации учетных работ.

В экономической литературе приводятся разнообразные определения учетной политики: «Учетная политика предприятия представляет собой совокупность выбранных предприятием способов ведения бухгалтерского учета, первичного наблюдения, стоимостного измерения, текущей группировки и итогового обобщения фактов хозяйственной деятельности» [1];

«... это совокупность конкретных методов и форм ведения бухгалтерского учета, объявляемая предприятием исходя из общепринятых правил и особенностей своей деятельности» [2].

Обобщая эти определения, можно сказать, что учетная политика предприятия - это совокупность принципов, процедур и способов организации бухгалтерского учета хозяйственной деятельности и представления финансовой отчетности государственным органам.

Учетная политика включает в себя конкретные методы и способы, а также форму ведения бухгалтерского учета и предоставления финансовой отчетности, исходя из установленных правил и особенностей хозяйственной деятельности.

Современный руководитель крестьянского хозяйства, при составлении учетной политики, имеет право самостоятельно определить, кто будет осуществлять учет хозяйственной деятельности (глава хозяйства, член семьи, обладающий навыками учетной деятельности, наемный работник, имеющий специальное образование, индивидуальный предприниматель, аудиторские или консультационные фирмы, оказывающие услуги в области ведения бухгалтерского учета); выбрать формы и методы бухгалтерского учета, технологию обработки учетной информации, основываясь на действующими

щих в стране нормативных документах.

Особенностью организации учета в крестьянских хозяйствах является предположение значительного упрощения системы подготовки первичной документации.

Документальному оформлению подлежат только следующие операции: получение наличных денег со счетов в банке; безналичные расчеты за товарно-материальные ценности, работы, услуги, налоговые платежи и т.п.; приобретение машин, оборудования, сельскохозяйственной техники, удобрений, горюче-смазочных материалов и другого имущества, отгрузка продукции покупателям, начисление оплаты труда наемным лицам. Для оформления этих операций следует применять, как правило, типовые документы, используемые в организациях и учреждениях и специальные документы, согласно отраслевым особенностям.

В настоящее время крестьянские (фермерские) хозяйства существенно различаются как по своим размерам, так и по организационно-

правовой форме деятельности. Фермерские хозяйства, исходя из условий хозяйствования, выбирают учетную политику, формы организации и методы ведения бухгалтерского учета, определяют технологию обработки учетной информации: вручную, с использованием калькуляторов или компьютеров. Небольшие по размеру хозяйства могут применять упрощенные варианты учетных регистров.

Для крупных хозяйств более подходящей и привычной является система счетов и двойной записи. Двойная запись позволяет детально отразить на счетах все хозяйственные операции, происходящие в крестьянских (фермерских) хозяйствах, объективно зафиксировать совершающиеся в них хозяйственные процессы производства, обращения и распределения. Учет хозяйственных операций завершается составлением баланса.

Приемы и методы реализации учетной политики в крестьянских (фермерских) хозяйствах представлены в таблице.

Таблица 1 - Приемы бухгалтерского учета

Первичное наблюдение		Стоимостное измерение		Текущая группировка		Итоговое обобщение	
Документация	Инвентаризация	Оценка	Калькуляция	Счета	Двойная запись	Баланс	Отчетность
ПОРЯДОК ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ							
Первичное наблюдение		Стоимостное измерение		Текущая группировка		Итоговое обобщение	
Реквизиты и формы первичных документов, документооборотов и т.д.	Периодичность и масштабы инвентаризации, порядок ее проведения	Конкретные способы оценки имущества и обязательств	Конкретные способы калькуляции себестоимости продукции и т.д.	План счетов	Журнал и книга учета хозяйственных операций	Состав статей баланса, конкретные способы оценки имущества и обязательств	Реквизиты и формы отчетов, состав статей и т.д.

Учетная политика, являющаяся инструментом реализации способов (приемов) бухгалтерского учета (первичного наблюдения, стоимостного измерения текущей группировки, итогового обобщения), может отличаться на

разных предприятиях. Она формируется на основе совокупности основополагающих принципов и правил, исполнение которых представляется безусловным.

Наличие таких принципов и правил объяс-

няется самим предназначением бухгалтерского учета в условиях рыночной экономики, который призван формировать полные и достоверные данные об имущественном и финансовом положении предприятия, призван быть составляющей общегосударственной системы формирования макроэкономических показателей.

Все это становится возможным лишь на основе единых подходов и правил ведения учета.

Принципы и правила - это не стопроцентная унификация учетного процесса. Эти правила устанавливают рамки в построении системы учета на предприятии, которые необходимо соблюдать при выборе учетных процедур и разработке учетного процесса.

При формировании учетной политики предполагается, что:

- имущество и обязательства предприятия существуют обособленно от имущества и обязательств собственников этого предприятия и других предприятий;

- предприятие будет продолжать свою деятельность в обозримом будущем и у него отсутствуют намерения для ликвидации или существенного сокращения деятельности и, следовательно, обязательства будут погашаться в установленном порядке;

- выбранная предприятием учетная политика применяется последовательно, от одного отчетного периода к другому;

- факторы хозяйственной деятельности предприятия относятся к тому отчетному периоду, в котором они имели место, независимо от факта времени поступления или выплаты денежных средств (принцип начисления) [3].

Учетная политика предприятия должна обеспечивать: полноту отражения в бухгалтерском отчете всех факторов хозяйственной деятельности, готовность бухгалтерского учета к превышению потерь (расходов) и пассивов над возможными доходами и активами; отражение в бухгалтерском учете фактов хозяйственной деятельности, исходя не только из их правовой формы, но и из экономического содержания фактов и условий хозяйствования; тождество данных аналитического учета на первое число каждого месяца, а также показателей бухгалтерской отчетности данным синтетического и аналитического учета; рациональное и экономное ведение бухгалтерского учета, исходя из ус-

ловий хозяйственной деятельности и величины предприятия.

При формировании учетной политики предприятия по конкретному направлению ведения и организации бухгалтерского учета осуществляется выбор одного варианта из нескольких допускаемых законодательными и нормативными актами, входящими в систему нормативно-го регулирования бухгалтерского учета в РК.

Если указанная система не устанавливает варианты ведения бухгалтерского учета по конкретному вопросу, то при формировании учетной политики разработка предприятием соответствующего варианта осуществляется исходя из МСФО.

Это означает, во-первых, применение избранных способов, всеми структурными подразделениями предприятия, включая выделенные на отдельный баланс, независимо от места их расположения. В противном случае формируемая разными подразделениями учетная информация может оказаться несопоставимой.

Во-вторых, в отношении какого-то одного конкретного вопроса предприятие должно использовать один выбранный способ, если иное не установлено системой нормативного регулирования учета. Кроме того, формирование учетной политики целесообразно осуществлять в тесной взаимосвязи с налоговым планированием.

Принятая учетная политика предприятия должна обеспечивать целостность системы бухгалтерского учета. Поэтому она должна охватывать все аспекты учетного процесса: методический, технический и организационный.

Методический аспект включает: критерий отнесения предметов к основным средствам и запасам, способ погашения себестоимости, формирование полных и достоверных данных об имущественном и финансовом положении предприятия и призван быть составляющей общегосударственной системы формирования макроэкономических показателей.

Все это становится возможным лишь на основе единых подходов и правил ведения учета.

Принципы и правила - это не стопроцентная унификация учетного процесса. Эти правила устанавливают рамки в построении системы учета на предприятии, которые необходимо соблюдать при выборе учетных процедур и разработке учетного процесса.

Учетная политика предприятия должна обеспечивать:

- полноту отражения в бухгалтерском отчете всех факторов хозяйственной деятельности;
- готовность бухгалтерского учета к превышению потерь (расходов) и пассивов над возможными доходами и активами;
- отражение в бухгалтерском учете фактов хозяйственной деятельности, исходя не только из их правовой формы;
- порядок начисления износа (амортизации) основных средств;
- порядок начисления амортизации по нематериальным активам;
- порядок финансирования ремонтных работ;
- метод оценки товарно-материальных запасов;
- формирование учетных групп материальных ценностей;
- способ отражения на счетах операций заготовления и приобретения материальных ценностей;
- способ учета выпуска продукции;
- сроки погашения расходов будущих периодов, дающие возможность правильно соотносить доходы и расходы по конкретным видам продукции;
- перечень резервов предстоящих расходов и платежей;
- метод определения выручки от реализации продукции;
- порядок создания резервов по сомнительным долгам;
- необходимость, порядок создания и использования фондов специального назначения;
- методы калькулирования себестоимости продукции;
- порядок выплаты дивидендов учредителям.

Технический аспект предполагает следующие ее составляющие:

- план счетов бухгалтерского учета;
- форма бухгалтерского учета;
- технология обработки учетной информации;
- организация внутрипроизводственного контроля;
- организация составления отчетности;
- инвентаризация имущества и обязательств.

При совершенствовании организационной стороны бухгалтерского учета, согласно раздела МСФО №1 «Представление финансовой отчетности», особое внимание необходимо уделить следующим вопросам:

1. Организационные формы учета. В настоящее время руководители и учредители предприятий имеют право организовывать бухгалтерский учет путем:

- создания отдельного подразделения - бухгалтерии;
- найма одного бухгалтера (главного бухгалтера);
- заключения договора на бухгалтерское обслуживание со специализированной фирмой;
- ведения учета руководителем организации.

Каждая из перечисленных форм имеет свои достоинства и недостатки. Важно, что руководителю и учредителям предприятия предоставлен выбор.

В частности, при выборе формы учета для крестьянского (фермерского) хозяйства необходимо применить упрощенную систему учета с применением учетных регистров или простую форму учета без применения учетных регистров (основанная на журнале учета хозяйственных операций). Применение указанных форм обуславливается незначительной численностью работающих, а также тем, что крестьянские (фермерские) хозяйства имеют доход, не превышающий соответствующий порог, что позволяет отнести их к малым предприятиям.

2. Рабочий план счетов бухгалтерского учета. Такой план счетов формирует главный бухгалтер предприятия, исходя из рекомендаций по применению плана счетов по НСФО №2, экономической целесообразности и возможности максимального сокращения времени на ведение учета [3].

Однако необходимо помнить, что вводимые бухгалтером новые проводки должны иметь четкое экономическое обоснование.

В крестьянских (фермерских) хозяйствах рабочий план счетов составляется исходя из отраслевых и местных особенностей, представляя, таким образом, возможность значительно сократить систему и объем бухгалтерского учета, и, соответственно, составление финансовой отчетности.

3. Формы первичных документов. Для пра-

вильного ведения бухгалтерского учета главный бухгалтер предприятия выбирает соответствующие формы первичных документов.

4. Порядок проведения инвентаризации. Этот порядок разрабатывают совместно руководитель и главный бухгалтер предприятия. Выявленные при проведении инвентаризации излишки материальных ценностей, приходяются в качестве прибыли предприятия по их рыночной стоимости. А недостача материальных ценностей (если отсутствует виновное лицо) фиксируется в бухгалтерском учете как убыток. Следует помнить, что существуют нормы естественной убыли по продовольственным и лекарственным товарам. Недостача в пределах этих норм относится к издержкам производства и обращения. Недостача сверх норм естественной убыли должна быть наложена на материально ответственное лицо.

Учетная политика разрабатывается главным бухгалтером и утверждается руководителем.

Учетная политика, избранная руководителем крестьянского хозяйства, подлежит оформлению соответствующей организационно-распорядительной документацией. Основное назначение этой документации состоит в том, чтобы зафиксировать составляющие учетной политики, обеспечить единообразную и по возможности точную реализацию их в практике предприятия всеми структурными подразделениями и каждым исполнителем.

Необходимость в этом обуславливается двумя факторами:

- во-первых, нормальная деятельность предприятия невозможна без упорядоченности его внутренней жизни, главным из аспектов которой является бухгалтерский учет;

- во-вторых, влияние учетной политики на результаты работы предприятия столь существенно, что требует безусловного исполнения всех ее аспектов.

К числу документов, составляющих учетную политику, относятся приказы и распоряжения руководителя хозяйства, внутренние правила, инструкции, положения, регламенты и процедуры, решения собственников (общего собрания акционеров и др.) и т.п.

Выбор конкретного типа документа зависит от внутреннего распорядка предприятия и

характера вопроса учетной политики.

Большое значение для оформления учетной политики имеют разного рода проектные материалы по организации бухгалтерского учета. Среди них: графики документооборота, план организации бухгалтерского учета, рабочие проекты автоматизированного ведения учета, должностные инструкции.

Цель их издания - оформить порядок применения тех или иных способов, избранных предприятием, определить то, как технически должны использоваться различные элементы учетной политики.

Помимо документов, специально посвященных учетной политике, следует отметить важность учредительных документов (устав, учредительный договор), закладывающий основы построения всей хозяйственной и управленческой системы предприятия.

Различные составляющие учетной политики оформляются документами разного уровня. Методические, организационные и отдельные технические способы ведения бухгалтерского учета должны быть зафиксированы в приказах и распоряжениях руководителя предприятия, так как согласно действующему законодательству именно на руководителе лежит вся полнота ответственности за организацию бухгалтерского учета и создание необходимых условий для правильного его ведения [4].

Большая же часть технических способов ведения учета может регламентироваться инструкциями и правилами, установленными главным бухгалтером, а также проектными материалами по организации учета на предприятии.

В соответствии с введенным в действие Национальным стандартом финансовой отчетности №1 (НСФО № 1), утвержденным приказом Министра финансов РК от 21 июня 2007 г. №218, крестьянские и фермерские хозяйства, применяющие специальный налоговый режим на основе уплаты единого земельного налога, обязаны вести бухгалтерский учет своей деятельности [5].

Суммы корпоративного подоходного налога, налога на добавленную стоимость, социального налога, земельного налога, платы за пользование земельными участками, налога на имущество, налога на транспортные средства, исчисленные в общеустановленном порядке,

подлежат уменьшению на 70%. Уменьшение суммы корпоративного подоходного налога применяется также при исчислении сумм авансовых платежей по корпоративному подоходному налогу.

Но необходимо отметить, что специальный налоговый режим не распространяется на деятельность налогоплательщиков по производству, переработке и реализации подакцизной продукции.

Выводы:

1. Учетная политика - это выбор крестьянским (фермерским) хозяйством вариантов учета и оценки объектов учета, по которым разрешена вариантность, а также форм, техники ведения и организации учета, исходя из установленных допущений, требований и особенностей.

2. Учетная политика на предприятиях АПК должна составляться на основе рекомендаций МСФО и НСФО №2.

3. В учетной политике для крестьянского (фермерского) хозяйства должны быть отражены рабочий план счетов и следующие основ-

ные разделы:

- основы формирования учетной политики;
- способы и методы оценки крестьянского хозяйства;
- техника ведения, формы и организация учета;
- изменения учетной политики;
- раскрытие учетной политики.

4. Правильное применение учетной политики обеспечивает:

- необходимый объем информации для принятия своевременных управленческих решений;
- позволяет проводить анализ деятельности и оценку уровня рентабельности хозяйства;
- создает условия для контроля со стороны государственных органов за деятельностью крестьянских (фермерских) хозяйств по использованию кредитов, оплате и охране труда, уплате налогов;
- оказывает существенное влияние на представление финансовой отчетности за отчетный период.

Литература

1. Учетная политика по НСФО №2. Алматы, 2010.
2. Зенин И.А. Учетная политика организаций. М.: Проспект, 2012.
3. МСФО. М.: Аскери-Асса, 2010.
4. Скала, Н.В. Скала, Петухова Е.Г. Национальная система бухгалтерского учета в РК. Алматы, 2010.
5. НСФО №1. Национальный стандарт от 21.06.07 №218. Министерство финансов РК

Түйін

Сакенов Н.А. Фермерлік шаруашылықтарындағы ХҚЕС негізіндегі есеп саясаттың әдістеме өзгешеліктері. Есеп саясаты бас кәсіпорындарда (АКК) ХҚЕС және №2 ҰҚЕС негізінде құрастырылады, ал оның пайдаланылуы есеп жүргізудің тиімді жүйесінің жасалуына, актив қозғалысының дұрыс және уақытылы көрсетілуіне, оның дәл бағалануына және есептік мерзім ішіндегі субъектінің қаржылық жағдайының көрсеткішіне маңызды ықпал етеді.

Summary

Sakenov N.A. The methodical features of developing the accounting policy on the basis of IAS in a peasant (farm) holdings.

Accounting policy at the enterprise of AIK is made up on the basis of IAS and NAS № 2. It's presentation contributes to the creation of rational system of holding the account and to the correct and timely reflection of assets motions, their exact estimation. It also has a substantial influence with the indexes sizes of the financial subject state for the accounting business period.



*С.Б. Спатаева,
Казахский агротехнический
университет им. С.Сейфуллина*

НАЛОГОВЫЙ УЧЕТ КАК ОТДЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИОННАЯ СИСТЕМА И ЕГО СВЯЗЬ С ФИНАНСОВЫМ УЧЕТОМ

В статье рассматриваются вопросы организации налогового учета и его связь с финансовым учетом. Информация, формируемая в финансовом учете, является основой для составления налоговой отчетности. В свою очередь налоговая отчетность должна соответствовать требованиям НК РК. Финансовый учет организуется в соответствии с положениями МСФО. В результате чего возникают различия между доходами и расходами, формируемыми в соответствии с положениями МСФО и налогооблагаемыми доходами и вычетами определяемыми в соответствии с положениями НК РК.

Ключевые слова: МСФО, вычеты, налогооблагаемый доход, регистры, финансовая отчетность.

Налоговый учет - это процесс ведения налогоплательщиком (налоговым агентом) учетной документации в соответствии с требованиями Налогового кодекса, в целях обобщения и систематизации информации об объектах налогообложения или об объектах связанных с налогообложением, а также исчисления налогов и других обязательных платежей в бюджет и составление налоговой отчетности.

Налоговый учет основывается на данных бухгалтерского учета. Порядок ведения бухгалтерской документации устанавливается законодательством РК о бухгалтерском учете и финансовой отчетности [1].

Налоговый учет, являясь отдельной информационной системой, неразрывно связан с финансовым учетом напрямую.

Налогоплательщик - самостоятельно организует налоговый учет и определяет формы обобщения и систематизации информации в налоговых целях в виде налоговых регистров, таким образом, чтобы обеспечить:

- формирование полной и достоверной информации о порядке учета для целей налогообложения операций, осуществленных налогоплательщиком в течение налогового периода;
- расшифровку каждой строки форм налоговой отчетности;
- достоверное составление налоговой отчетности;
- предоставление информации органам налоговой службы для налогового контроля.

Согласно действующему налоговому зако-

нодательству, налоговый доход формируется в соответствии с положениями Налогового кодекса независимо от результата хозяйствующего субъекта, полученного по данным бухгалтерского учета. Но информация, используемая в налоговом учете, извлекается из данных бухгалтерского учета и формируется в процессе ведения налогового учета.

Доходом от реализации является стоимость реализованных товаров, работ, услуг, кроме доходов, включаемых в совокупный годовой доход в соответствии с Налоговым кодексом. В финансовом учете они регламентированы положениями МСФО №18 «Выручка», являются доходами от основной деятельности в зависимости от сферы деятельности, и учитываются на счете 6010 «Доходы от реализации товаров, оказания услуг» Типового плана счетов (ТПС), которые накапливаются в течение финансового года. Доходы от реализации раскрываются в финансовой отчетности в «Отчете о прибылях и убытках» [2].

В течение отчетного периода в налоговом учете эти суммы заносятся в налоговые регистры для заполнения формы и приложений декларации.

В соответствии с требованиями Налогового кодекса налоговые регистры предназначены для обобщения и систематизации информации для обеспечения целей налогового учета.

Формирование данных налогового учета осуществляется путем отражения информации, используемой для целей налогообложения,

в хронологическом порядке и с обеспечением преемственности данных налогового учета между налоговыми периодами (в т.ч. по операциям, результаты которых учитываются в нескольких налоговых периодах, оказывают влияние на размер объекта обложения в последующие налоговые периоды либо переносятся на ряд лет).

Налоговые регистры ведутся в виде специальных форм. Формы налоговых регистров и порядок отражения в них данных налогового учета разрабатываются налогоплательщиком самостоятельно, за исключением форм налоговых регистров, установленным уполномоченным органом, и утверждаются в налоговой учетной политике.

Налоговые регистры формируются на основе данных бухгалтерского учета, как правило, из оборотно-сальдовых ведомостей программы по бухгалтерскому учету по соответствующим счетам.

Правильность отражения хозяйственных операций в налоговых регистрах обеспечивают лица подписавшие их.

В стоимость реализованных товаров, работ и услуг не включаются суммы налога на добавленную стоимость.

Также в ходе обычной деятельности предприятий возникают доходы от неосновной деятельности, которые соответствуют критерию признания доходами, и могут возникнуть или не возникнуть в отчетном периоде. К ним относят: доходы от списания обязательств, доходы по сомнительным обязательствам, доходы от выбытия активов, доходы от положительной курсовой разницы, доходы от финансирования и т.д. Они учитываются на счетах подраздела 6100 «Доходы от финансирования», и 6200 «Прочие доходы» Типового плана счетов.

К доходам от списания обязательств в соответствии с Налоговым кодексом относятся:

- 1) списание обязательств с налогоплательщика его кредитором;
- 2) обязательства, не востребованные кредитором на момент утверждения ликвидационного баланса при ликвидации налогоплательщика;
- 3) списание обязательств в связи с истечением срока исковой давности, установленные законодательными актами РК;
- 4) списание обязательств по вступившему

в законную силу решению суда.

Сумма дохода от списания обязательств должна быть равна сумме обязательств, подлежащих выплате на момент списания, в соответствии с первичными документами налогоплательщика.

Данная операция в финансовом учете сопровождается корреспонденцией по дебету счета 3310 «Краткосрочная кредиторская задолженность поставщикам и подрядчикам» и кредиту счета 6280 «Прочие доходы».

В соответствии с Налоговым кодексом к доходам по сомнительным обязательствам относятся обязательства, возникшие по приобретенным товарам, а также по начисленным работникам доходам, и не удовлетворенные в течение трех лет со дня возникновения таких обязательств. Указанные обязательства подлежат включению в совокупный годовой доход.

Доходом от выбытия фиксированных активов является превышение стоимости выбывших фиксированных активов над стоимостным балансом группы на начало налогового периода с учетом стоимости поступивших фиксированных активов в налоговом периоде, а также последующих расходов, произведенных в налоговом периоде и подлежащих отнесению в бухгалтерском учете на увеличение балансовой стоимости активов.

В соответствии с Налоговым кодексом РК учет курсовой разницы в целях налогообложения осуществляется в соответствии с МСФО №21 «Влияние изменений валютных курсов» и требованиями законодательства РК о бухгалтерском учете и финансовой отчетности с применением рыночного курса обмена валюты [3].

Доходы от положительной курсовой разницы возникают в отчетном периоде по монетарным и немонетарным статьям, и учитываются на счете 6250 «Доходы от положительной курсовой разницы» типового плана счетов.

Влияние изменения валютных курсов представляют собой разницу, возникающую в результате пересчета одинакового количества единиц одной валюты в другую по разным валютным курсам.

При формировании налогооблагаемого дохода компания рассматривает совокупное влияние курсовых разниц, то есть в декларации отражается только превышение положительной кур-

совой разницы над отрицательной курсовой разницей. Отрицательная курсовая разница отражается в финансовом учете по дебету счета 7430 «Расходы от отрицательной курсовой разницы». В конце отчетного периода эти два счета 6250 и 7430 сравниваются, разница между ними признается как доходы или вычеты при определении налогооблагаемого дохода.

Расходы в бухгалтерском учете учитываются на счетах 7 раздела «Расходы» типового плана счетов. К ним относятся: себестоимость реализованной продукции, работ, услуг, расходы периода и прочие расходы.

В соответствии со статьей 100 Налогового кодекса РК «Вычеты - это расходы налогоплательщика в связи с осуществлением деятельности направленной на получение дохода, за исключением расходов, не подлежащих вычету в соответствии с НК РК».

Размер относимых на вычеты расходов не должен превышать установленные нормы.

Вычеты производятся налогоплательщиком при наличии документов, подтверждающих расходы, связанные с его деятельностью, направленной на получение дохода. Данные расходы подлежат вычету в том налоговом периоде, в котором они фактически произведены, за исключением расходов будущих периодов, определяемых в соответствии с МСФО и требованиями законодательства РК о бухгалтерском учете и финансовой отчетности. Эти же подтверждающие документы формируются в финансовом учете при совершении хозяйственных операций.

Учет запасов в целях налогообложения осуществляется в соответствии с МСФО №2 «Запасы» и требованиями законодательства РК о бухгалтерском учете и финансовой отчетности. В соответствии МСФО №2 «Запасы»: себестоимость запасов в обязательном порядке должна включать все затраты на приобретение, переработку и прочие затраты, произведенные в целях доведения запасов до их текущего состояния и места их текущего расположения [4].

Затраты на приобретение запасов включают покупную цену, импортные пошлины, а также расходы на транспортировку, обработку и другие расходы, непосредственно связанные с приобретением объекта. НДС, не подлежащий отнесению в зачет по данным декларации по НДС, учитывается в стоимости приобретенных

товаров, работ и услуг.

Следовательно, НДС по приобретенным запасам, не подлежащий отнесению в зачет по удельному весу при наличии необлагаемых НДС оборотов, отражается в себестоимости приобретаемых запасов.

Доходами работника являются любые доходы, начисленные работнику в виде натуральной формы, в том числе доходы, полученные в виде материальной выгоды.

В финансовом учете учет заработной платы ведется на пассивном счете 3350 «Краткосрочная кредиторская задолженность по заработной плате». Начисленные суммы по заработной плате рассчитываются в расчетно-платежной ведомости. Здесь же возникают обязательства по следующим налогам и обязательным платежам: индивидуальный подоходный налог, облагаемый у источника выплаты, социальный налог и социальные отчисления, объектами, обложения которых являются начисленные доходы работникам.

Расходы по заработной плате в финансовом учете признаются различно. Расходы по заработной плате работников основного производства включаются в себестоимость произведенной продукции (работ, услуг). Расходы по заработной плате административного персонала, работников связанных с реализацией товаров (работ, услуг) являются расходами периода.

В соответствии с Налоговым кодексом РК на вычеты относятся сомнительные требования. Сомнительными требованиями признаются требования, возникшие в результате реализации товаров, выполнения работ, оказания услуг юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям, и не удовлетворенные в течение трех лет с момента возникновения требования.

В бухгалтерском учете они, если возникают, признаются расходами периода, и на сумму сомнительных требований делается бухгалтерская запись по дебету счета 7440 «Расходы по созданию резервов и списанию сомнительных требований» и кредиту счета 1290 «Резервы по сомнительным требованиям».

Отнесение сомнительных требований на вычеты производится при соблюдении одновременно следующих условий:

1) наличие документов, подтверждающих возникновение требований;

2) отражение требований в бухгалтерском учете на момент отнесения на вычеты либо отнесение таких требований на расходы в бухгалтерском учете в предыдущих периодах. В случае признания дебитора банкротом дополнительно необходимо наличие копии определения суда о завершении конкурсного производства.

Так, расходы по реализованным товарам, оказанным услугам отражаются в приложении, которое заполняется лицами, не являющимися плательщиками налога на добавленную стоимость. В форме отражаются сведения по при-

бретенным товарам, включая не относимые на вычеты. Сведения из данной формы не переносятся в декларацию и приложения к ней.

Также в учете учитываются обязательства по другим налогам и обязательным платежам в бюджет, которые признаются расходами периода, такие как налог на землю, транспортные средства, налог на имущество, плата за загрязнение окружающей среды и т.д.

По всем видам налогов организации сдают налоговую отчетность в налоговые органы в установленные сроки НК РК.

Литература

1. Налоговый кодекс РК по состоянию на 01.01.2013.
2. Международный стандарт финансовой отчетности №18 «Выручка».
3. Международный стандарт финансовой отчетности №21 «Влияние изменений валютных курсов».
4. Международный стандарт финансовой отчетности №2 «Запасы».

Түйін

Берілген мақалада салық есебін ұйымдастыру бойынша жалпы сұрақтар мен оның қаржылық есеппен байланысы қарастырылған. Салық есебі салық заңдылығына сәйкес құрастырылатын болса да, ол қаржылық есепте дайындалатын негізгі ақпаратқа негізделді. Қаржылық есепте құрастырылатын ақпараттың қаржылық есептіліктің халықаралық стандарттарына сәйкес дайындалып және шынайы болуы салық салына-тын табысты анықтауда маңызы зор.

Summary

In the paper there have been considered critical points of tax accounting and its links to financial accounting. Tax statement is made up in accordance with tax law requirements, and based on the data reflected in financial accounting. Financial accounting, in its turn, gets arranged on the lines of IFAS principles. As a result, there arises a difference between incomes and expenses being formed in accordance with IFAS principles, on the one hand, and incomes and deductions being calculated according to Tax Law rules, on the other hand.



С.М. Токенова,

*Казахский агротехнический
университет им.С.Сейфуллина*

ИНТЕГРИРОВАННАЯ ОТЧЕТНОСТЬ - НОВАЯ МОДЕЛЬ ОТЧЕТНОСТИ ДЛЯ БИЗНЕСА

В статье рассматриваются вопросы концепции интегрированной отчетности, занимаемой первые страницы профессиональных изданий мира эккаунтинга. Глобальный финансовый кризис выявил необходимость новой экономической модели, которая могла бы защитить бизнес и общество от серии последующих кризисов.

Поэтому модель, которая говорит ответственным за подготовку информации, что они должны делать, а пользователям - чего они могут ожидать... Модель, которая обеспечивает достаточный уровень раскрытия и, что, может быть, самое важное, гарантирует приемлемый уровень сравнимости информации, - такая модель нефинансовой отчетности внесла бы определенный порядок в «хаос», существующий сейчас.

Ключевые слова: эккаунтинг, инвестор, бизнес, МСФО, отчетности, концепция, кризис, корпоративная отчетность, баланс, модель, проформа.

Актуальность данной темы заключается в том, что концепция интегрированной отчетности в последнее время занимает первые страницы профессиональных изданий мира эккаунтинга. Глобальный финансовый кризис выявил необходимость новой экономической модели, которая могла бы защитить бизнес, инвесторов, сотрудников и общество от серии последующих все более глубоких кризисов.

В настоящее время в целях многих компаний над долгосрочными задачами улучшения жизни общества часто преобладают краткосрочные выгоды, запуская механизмы более агрессивного в отношении рисков бизнес-поведения и моделей принятия решений. Это не может не привести к рыночной нестабильности такого масштаба, который угрожает целым отраслям и экономикам стран. Один из аспектов критики настоящей модели корпоративной отчетности состоит в том, что сейчас в ней не уделяется достаточно внимания таким факторам, как риск, стратегия, надзор и устойчивость бизнес-модели предприятия. Защитники новой модели интегрированной отчетности предполагают, что включение всех этих нефинансовых, но тем не менее критичных для функционирования бизнеса компонентов в отчетность позволит улучшить ее качество и отразить существенное влияние фактора окружающей среды, социального и надзорного факторов (environmental, social and governance, ESG): здесь речь идет об использовании природных ресурсов, защите прав человека и воздействии бизнеса на общественные явления и изменения климата. Новая модель рассматривается как возможный способ получения более полной картины деятельности отчитывающегося предприятия, отражающей риски и возможности и более логич-

но увязывающей воедино факторы ESG и финансовые результаты.

Цель - создать единую и всеобъемлющую концепцию корпоративной отчетности, которая была бы структурирована вокруг стратегических задач организации, ее модели бизнеса и корпоративного управления. Задачи такой концепции сформулированы следующим образом:

- удовлетворить информационные потребности долгосрочных инвесторов, показав последствия принятия решений в долгосрочной перспективе;

- отразить взаимосвязь между факторами ESG и финансовыми факторами в принятии решений, влияющих на долгосрочные результаты деятельности бизнеса, сделав понятной и прозрачной связь между устойчивостью бизнеса (sustainability) и его экономической ценностью (economic value);

- обеспечить формат отчетности по ESG-факторам для систематического включения в процесс принятия решений;

- сместить акцент в показателях оценки результатов работы бизнеса с краткосрочных на долгосрочные;

- отразить в отчетности больше информации, которую использует менеджмент для ежедневного управления операциями.

На схеме 1 представлены основные компоненты интегрированной отчетности, которые должны найти свое место в разрабатываемой концепции: уже публикуемая сейчас в разных формах финансовая информация, информация по социальному фактору и влиянию бизнеса на окружающую среду, информация по реализации надзора и существующим компенсациям руководства, а также комментарии менеджмента.



Схема 1- Структура концепции интегрированной отчетности

Идея разработки и использования «новой модели отчетности бизнеса» далеко не нова. Стало уже своего рода традицией в периоды экономических катаклизмов говорить о несостоятельности старой модели отчетности бизнеса и призывать к существенному реформированию - вплоть до разработки кардинально нового подхода. История таких обсуждений начинается с 70-х гг. прошлого столетия, и один тот факт, что глобальное применение Международных стандартов финансовой отчетности (МСФО) согласовывается уже более 30 лет, позволяет понять сложность достижения глобального консенсуса.

Но даже если оставить в стороне вопросы практической реализации новой модели, на концептуальном уровне не существует единого подхода ни к «моделированию» бизнес-отчетности, ни к самой необходимости столь кардинальных изменений. Только на основе формального применения четкого определения «модели» можно отсеять большое количество предлагаемых вариантов.

Термин «модель бизнес-отчетности» используется в учетной литературе достаточно свободно. Кристиан Нильсен определяет основные характеристики модели бизнес-отчетности следующим образом:

- цель (внешняя коммуникация);
- описание содержания;
- структура раскрытия этого содержания;
- метод получения данных.

На схеме 2 изображена задача объединения двух видов отчетностей при создании третьей - бизнес-отчетности, но будет ли это «грамотное» сложение моделей или будет создана принципиально новая модель, пока неясно.

Отчетность вынуждена эволюционировать из-за необходимости отражения изменений в самом бизнесе, информационных технологиях, потребностях пользователей. В различных юрисдикциях существуют различные требования.

В рамках одной юрисдикции, как правило, встречаются разные подходы к различным предприятиям - в зависимости от их размера, вида собственности и деятельности.



Схема 2 - Бизнес-отчетность - интегрированная модель

Основная критика существующей модели финансовой отчетности сейчас сосредоточена в следующих областях:

- финансовая отчетность не решает поставленных перед ней задач, или, другими словами, создает ложное впечатление о компании у пользователей, потому что она «историческая» - отражает результаты прошлых событий, количественная и «только финансовая»;

- существующая модель неадекватно отражает нематериальные активы - большинство нематериальных активов, созданных «внутри» компании, не проходят тест на признание активов в соответствии с МСФО и поэтому не показываются на балансе компании [1];

- несостоятельность оценок по текущей стоимости - в период финансового кризиса и после него были высказаны большие сомнения в правомерности использования оценок по справедливой стоимости или по рынку, хотя это не совсем одно и то же. Заявляется, что оценка по справедливой стоимости, по крайней мере финансовых инструментов, приводит к усилению финансового кризиса;

- несостоятельность оценок по исторической стоимости - этот аргумент существует уже больше 60 лет и прямо противоположен предыдущему: новый подход должен базироваться на текущей стоимости. Формы текущей стоимости варьируются во времени, в последнее время актуальна справедливая стоимость;

- проблемы признания обязательств и раскрытия информации о финансовых инструментах - в прессе представителями профессии - бухгалтерами и аудиторами многократно высказывалось мнение о том, что некоторые из существующих практик, диктуемые требованиями МСФО, неадекватны.

Как видно из определения модели, под бизнес-отчетностью понимается не только годовой отчет. Для многих компаний годовой отчет уже давно стал только малой частью той информации, которая раскрывается внешним пользователям, и к тому же самая важная информация, например прибыли за год, уже оказывается донесенной до общественности к тому времени, как появляется годовой отчет.

Распространение XBRL. Еще одним из аспектов критики существующей ситуации является не только содержание модели, но и способ

«доставки» информации до пользователя. Здесь большие надежды связывают с новым методом «маркировки» финансовой информации в отчетности или присваивания тегов - XBRL (Business Reporting Language). Комиссия по ценным бумагам и биржам США (SEC) разъясняет, что «теги уникально идентифицируют отдельные данные в финансовой отчетности компании, так что по ним можно легко делать поиск в Интернете, их можно загружать в расчетные таблицы, базы данных и использовать в любого рода сравнительной и аналитической работе инвесторов, аналитиков и журналистов». Распространение XBRL растет: SEC постепенно вводит требования для публичных компаний США предоставлять информацию в формате XBRL, и процесс начался с самых крупных компаний; в Великобритании этот формат уже используется и для налоговых файлов, и для системы хранения информации о публичных компаниях (Company House), и это требование станет обязательным уже через несколько лет. Руководителем XBRL Int. было заявлено, что если бы использование этого языка было повсеместным, финансовый кризис можно было бы предотвратить.

Нефинансовая информация в отчетности. Спор по поводу целесообразности создания и внедрения модели нефинансовой отчетности уже практически выигран сторонниками «моделирования» - если существует жестко регулируемая финансовая отчетность, содержащая четкие инструкции о том, что должно быть раскрыто, как это следует оценивать и как представлять, то почему не реализовать похожий подход для нефинансовой отчетности? Согласно отчету компании «Делойт» Write from the Start: Surveying Narrative Reporting in Annual Reports, за последние 10 лет объем финансовой информации увеличился почти вдвое, а нефинансовой информации - в 6 раз и теперь занимает почти 54% годового отчета (выборка взята из публичных компаний Великобритании). Огромное количество информации, раскрываемой компаниями добровольно, отражает желания менеджмента донести эти сообщения до внешнего мира и его предположения о том, что внешнему миру было бы интересно. Поэтому модель, которая говорит ответственным за подготовку информации, что они должны делать, а пользова-

телям - чего они могут ожидать; модель, которая обеспечивает достаточный уровень раскрытия и, что, может быть, самое важное, гарантирует приемлемый уровень сравнимости информации, - такая модель нефинансовой отчетности по крайней мере внесла бы определенный порядок в «хаос», существующий сейчас [2].

Иногда группы компаний юридически структурированы таким нетрадиционным способом, что для них в соответствии с МСФО и ГААР США нельзя составить консолидированную финансовую отчетность. Данная статья посвящена таким разновидностям финансовой отчетности, как комбинированная финансовая отчетность и проформа финансовой отчетности, которые представляют результаты и ресурсы нескольких компаний, недостаточно связанных для составления консолидированной финансовой отчетности.

Термин «проформа финансовой отчетности» часто используется либо для обозначения предварительной неполной финансовой отчетности, подготавливаемой за один год в связи с недавним переходом на какие-либо стандарты (например, на МСФО) при необходимом раскрытии как минимум двух лет, либо, что и имеет отношение к консолидации, для обозначения консолидированной или комбинированной отчетности для компаний, находящихся под общим контролем материнской компании или физических лиц, которые находятся в процессе реструктуризации их организационной юридической схемы, в результате чего будет «обрисована» новая юридическая структура. В пос-

леднем случае проформа финансовой отчетности означает примерную финансовую отчетность, как она выглядела бы, если бы реструктуризация юридической структуры группы была уже завершена на начало самого раннего из представленных периодов.

Следует отметить, что МСФО и ГААП США в отношении планируемых изменений группы и отражения реструктуризации компаний под общим контролем не до конца проработаны. Так, например, даже последняя редакция стандарта МСФО (IFRS) 3 «Объединение бизнесов» не предусматривает описания учета сделок под общим контролем. При этом Совет по Международным стандартам финансовой отчетности (International Accounting Standards Board) еще в 2009 г. начал проект по учету таких операций, но принятия нового стандарта не произошло и не ожидается в ближайшие несколько лет. В отсутствие стандарта компаниям предлагается сформировать собственную учетную политику в отношении сделок с компаниями, находящимися под общим контролем. Обычно либо применяют учетную политику по использованию положений МСФО 3 также и для операций с компаниями, находящимися под общим контролем, т.е. применяют метод приобретения при таких операциях, как и в случае с обычными коммерческими рыночными сделками по слияниям и поглощениям, либо в качестве альтернативы выбирают так называемый метод предшественника (predecessor accounting), принятый, например, в ОПБУ США и стандартах некоторых других стран [3].

Литература

1. Международный стандарт финансовой отчетности 1 «Финансовая отчетность».
2. Сорокина К.В. // Журнал МСФО, 2011. №7.
3. Модеров С.В. // Журнал МСФО, 2013. №2.

Түйін

Мақалада соңғы уақыттарда есеп әлемінің кәсіби басылымдарының алғашқы беттерінде орын алып жүрген интеграциялық есеп берудің тұжырымдары қаралуда. Жаһандық қаржы дағдарысы бизнесті, инвесторларды, қызметкерлер мен қоғамды алда болатын терең дағдарыстан қорғайтын жаңа экономикалық модельдің қажеттігін анықтады.

Summary

The article reviews the issues of integrated reporting concept, which nowadays holds the headlines of professional press of the accounting world. Global financial crisis has revealed the necessity of the new economic model, which could protect business, investors, employees and society from the series of subsequent stronger and deeper crises.



М.А. Турарбеков,
докторант PhD КазЭУ им. Т. Рыскулова
Б.С. Утибаев, профессор КазУЭФМТ

**МОДЕЛИ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ СТОИМОСТИ АКЦИЙ
НАЦИОНАЛЬНЫХ КОМПАНИЙ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ ПОРТФЕЛЯ IPO**

В статье рассмотрены критерии оценки внутренней стоимости компании при первичном обращении акций IPO, а также модели определения теоретической стоимости акции для выработки эффективных стратегий по формированию портфеля IPO как для самих национальных компаний, так и индивидуальных и институциональных инвесторов. Работа содержит аналитические выкладки методики капитализации компаний на базе моделей постоянного и переменного роста, широко применяемых в практике планирования стратегий развития зарубежных предприятий, а также прикладные исследования по расчетам величины терминальной стоимости национальных компаний.

Ключевые слова: IPO (первая публичная продажа акций акционерного общества), первичный рынок, вторичный рынок, финансовые инструменты, инвестор, фондовый рынок, оценка внутренней стоимости компании, чистая прибыль на одну акцию.

В настоящее время активно обсуждаются вопросы вовлечения частных инвесторов на казахстанский рынок ценных бумаг, который получил толчок для своего развития с разработкой и внедрением Программы «Народное IPO», введенной по инициативе Президента Республики Казахстан Н.А. Назарбаева.

Эти относительно новые для казахстанского рынка финансовые инструменты делают крайне актуальным выработку эффективных стратегий по формированию портфеля IPO как для самих национальных компаний, так и индивидуальных и институциональных инвесторов.

При этом с точки зрения размещения акций IPO важной проблемой для индивидуальных и институциональных инвесторов является определение стоимости актива, т.е. цены акций. Стоимость актива напрямую связана со стоимостью компаний-эмитентов. Здесь для инвестора главное - не переоценить актив. Оконча-

тельные цены на акции, как правило, формируются непосредственно перед листингом, и во многом будут определяться с учетом мировой конъюнктуры. Тем не менее, одним из ключевых факторов в ее определении станет их доступность максимальному количеству инвесторов, т.е. должно исходить из реальной покупательской способности населения.

Разумеется, акции компаний, предназначенные для продажи в рамках народного IPO, будут оценены только тогда, когда появятся соответствующие предложения о покупке и инвестиционные меморандумы. Но, с точки зрения оценки их будущей стоимости, можно сделать предположительный анализ. В качестве приблизительной оценки инвестиционной привлекательности компаний можно использовать показатели, характеризующие их рыночную активность. К ним относятся чистая прибыль на одну акцию, ценность акции (коэффициент P/E), коэф-

фициент котировки акции (отношение рыночной и балансовой стоимости акции), дивиденд на акцию, коэффициент выплаты дивидендов.

При любом размещении своих акций компания заинтересована продать их по цене как можно более высокой. Оценка такого размещения (а значит, и цена IPO) не всегда соответствует реальной стоимости компании. Как правило, она существенно превышена.

В зарубежной теории оценки стоимости компаний и их активов количество выпускаемых и размещаемых при IPO акций и объявленную суммарную стоимость сопоставляют с коэффициентом P/E (цена/прибыль). Если суммарная стоимость превышает коэффициент цена/прибыль как 10/1, т.е. за акции продавец хочет в 10 раз больше, чем эта компания получает прибыль за 1 год, то такая цена завышена («дугая капитализация»). Вскоре она снизится под влиянием рыночных факторов обращения на вторичном рынке, и участники первичного рынка получат убыток. Если же соотношение цена/прибыль не превышает соотношения 10/1, как показывает практика, стоимость акций удержится при обращении на вторичном рынке.

Главный вопрос состоит в том, смогут ли национальные компании оправдать оптимистичные оценки экономистов и сохранить впечатляющие темпы роста в будущем. Как показывает опыт других стран, итог не всех размещений акций компаниями был успешным. Так, китайская социальная сеть Renren с момента IPO потеряла 72% стоимости, скидочный сервис Groupm упал на 40%.

Как показал опыт фондового рынка России, сопоставимого по структуре и правилам обращения с KASE, более 90% акций, размещенных в рамках IPO, потеряли от первоначальной стоимости до 40%. Аналогичная ситуация сложилась с эмиссией выпущенных без «рекламной шумихи» акций АО «Казахтелеком». Это объясняется, с одной стороны, тем, что эмитенты не считают нужным раскрывать потенциальным инвесторам необходимую информацию, с другой - неопределенность в дивидендной политике также не способствует повышению интереса. Не способствует решению проблемы и проводимая под нажимом крупных компаний политика KASE, закрывающая доступ к котировкам акций компаний.

Возможно, если подобная ситуация повторится с эмиссией и размещением акций компаний, участвующих в Программе «Народное IPO», то это надолго отобьет интерес потенциальных инвесторов к активам подобного рода, а соответственно, и к дальнейшему развитию фондовых операций в РК.

Из всего этого следует вывод, что при проведении IPO, особенно в части определения стоимости акций, компаниям следует руководствоваться не только собственными оценками, но и принимать во внимание ожидания рынка, которые позволяют провести адекватную стоимость компании и эффективно провести размещение на бирже.

Наиболее часто применяемой при капитализации компаний методикой определения теоретической стоимости акций является модель Гордона (модель постоянного роста, модель переменного роста) [1].

В модели постоянного роста предполагается, что дивиденд будет расти устойчиво:

$$V = D_1 / (r - g) = D_0 * (1 + g) / (r - g), \quad (1)$$

где V - внутренняя стоимость акции;

D_1 - ожидаемый дивиденд в первом планируемом году;

D_0 - последний выплаченный дивиденд;

r - требуемая доходность (исходя из величины собственного капитала и прибыли);

g - ожидаемый постоянный темп прироста дивиденда.

В случае, когда темп прироста дивидендов в течение нескольких лет прогнозного периода меняется (фаза непостоянного роста), а затем устанавливается на некотором постоянном уровне, применяется следующая формула оценки акций (модель переменного роста):

$$V = \sum_{i=1}^n \frac{D_i}{(1+r)^i} + \frac{C_{n+1}}{r-g} \left(\frac{1}{1+r} \right)^n, \quad (2)$$

где n - количество лет фазы непостоянного роста дивидендов;

C_{n+1} - первый ожидаемый дивиденд фазы постоянного роста с темпом g.

Считается, что такая ситуация характерна для компаний, находящихся в стадии становления, или зрелых компаний, осваивающих новые

виды продукции или перспективные рынки сбыта.

С использованием данных формул Гордона может быть рассчитана внутренняя стоимость обыкновенных акций, соответствующих статусу акций IPO. Вместе с тем данные модели могут быть применены и для расчета внутренней стоимости компании, если вместо ожидаемых дивидендов рассматривать ожидаемые чистые денежные потоки.

Стратегия планирования основывается на использовании конкурентных преимуществ как уже имеющихся у компании, так и тех, которые она собирается получить и может предъявить на рынке.

В первой сфере (постоянного роста) вызывает практический интерес моделирование на основе моделей роста Дж. К. Ван Хорна, широко применяемое в практике планирования стратегий развития зарубежных компаний [2].

Модели этого класса предполагают получение сведений об объеме продаж на тех условиях, что величины таких переменных как уровень издержек, используемый капитал и его источники и т.п., не изменяются, а стратегия планирования исходит из предположения, что будущее совершенно аналогично прошлому. Использование модели устойчивого состояния возможно в компаниях, удовлетворенных достигнутыми темпами развития и уверенных в стабильном воздействии внешней экономической среды.

Коэффициент устойчивого роста показывает, какими темпами может развиваться компания в дальнейшем, не изменяя сложившегося соотношения между различными источниками финансирования, и как быстро возрастает стоимость инвестиций акционеров вследствие реинвестирования прибыли. Иными словами, данный коэффициент показывает, какими темпами увеличивается собственный капитал за счет нераспределенной прибыли или привлечения дополнительного акционерного капитала. Данный показатель является чисто финансовым. Для выработки эффективных заключений относительно выбора стратегии роста необходимо проводить исследование сбалансированного состава финансовых показателей. Рост компании определяется как повышение предполагаемого уровня объема продаж. При этом любое увеличение продаж в будущем должно быть компенсировано за счет вложения дополнительных

ресурсов. Отслеживание коэффициента устойчивого роста позволяет выявить несогласованность в изменениях финансовых показателей [3].

Моделирование устойчивого роста представляет собой интегральный инструмент, помогающий при принятии решений. В связи с тем, что в последнее время все больше внимания уделяется доходности активов и их управлению, подобное моделирование играет очень важную роль. Проблема заключается в определении того, согласуются ли желаемые показатели экономического роста фирмы с ее реальными возможностями и финансового рынка. С этой точки зрения, моделирование будущего фирмы с позиции ее устойчивого роста рассматривается как мощный инструмент планирования.

Коэффициент устойчивого роста (g) компании определяется по следующей формуле:

$$g = (b \cdot NI/S \cdot (1 + D/Eq)) / (A/S - b \cdot NI/S \cdot (1 + D/Eq)), \quad (3)$$

где A/S - коэффициент капиталоемкости (активы/объем реализации);

NI/S - коэффициент чистой рентабельности продаж (чистая прибыль/объем реализации);

b - коэффициент реинвестирования прибыли, равный единице минус коэффициент выплаты дивидендов;

D/Eq - коэффициент соотношения заемных и собственных средств.

Первые четыре переменные являются целевыми. Коэффициент капиталоемкости, обратное значение традиционного коэффициента оборачиваемости активов, характеризует эффективность операционной деятельности компании. Чем меньше значение коэффициента, тем эффективнее используются ресурсы. В свою очередь, коэффициент находится под влиянием следующих факторов:

- управление дебиторской задолженностью, которое выражается через средний период ее сбора (инкассации);

- управление товарно-материальными запасами, что выражается через коэффициент оборачиваемости запасов;

- управление основными средствами, выражающееся в производительности оборудования;

- управление ликвидностью, о чем свидетельствует прибыль на ликвидные активы и их доля в общей сумме активов.

Коэффициент чистой рентабельности продаж является относительным измерителем эффективности операционной деятельности после вычета всех затрат и корпоративного подоходного налога. Хотя и доля всех активов в объеме продаж, и коэффициент чистой рентабельности продаж подвержены влиянию внешних факторов, связанных с рынками сбыта, они в большой мере отображают эффективность внутреннего менеджмента.

Доля реинвестирования прибыли и соотношение заемных и собственных средств определяются в соответствии с теорией и практикой формирования структуры капитала и выплаты дивидендов. Они во многом зависят от внешних факторов, связанных с финансовыми рынками.

Проведем прикладное исследование моделирования устойчивого роста для компании АО «Эйр Астана» по данным финансовой отчетности (табл.1).

Таблица 1 - Расчет коэффициента устойчивого роста АО «Эйр Астана»*

Коэффициент капиталоемкости	0,51
Коэффициент чистой рентабельности продаж	0,08
Коэффициент соотношения заемных и собственных средств	0,59
Коэффициент выплаты дивидендов	0,32
Коэффициент реинвестирования прибыли	0,68
Коэффициент устойчивого роста (g)	0,17

* Составлено автором по данным финансовой отчетности АО «Эйр Астана»

Коэффициент устойчивого роста составил 0,17, соответственно можно прогнозировать, что доходы от реализации компании будут ежегодно возрастать на 17%.

Приведем расчет теоретической стоимости компании, основываясь на модели дисконтированных денежных потоков. Данный метод оценки считается наиболее приемлемым по инвестиционным мотивам, поскольку любой инвестор, вкладывающий деньги в действующую компанию, в конечном счете, покупает не набор активов, состоящий из зданий, сооружений, машин, оборудования, нематериальных ценностей и т.д., а поток будущих доходов, позволяющий ему окупить вложенные средства,

получить прибыль и повысить свое благосостояние.

В рамках метода дисконтированных денежных потоков были проанализированы результаты финансовой деятельности АО «Эйр Астана» за последние 3 года. На основе анализа и использования коэффициента устойчивого роста были спрогнозированы будущие денежные потоки компании. При этом было сделано допущение, что компания находится в устойчивом состоянии и будет продолжать расти.

Для пересчета будущих денежных потоков в единую величину текущей (сегодняшней) стоимости используется ставка дисконтирования, которая представляет процентную ставку, являющуюся базой для определения рыночной стоимости бизнеса.

В качестве ставки дисконтирования может рассматриваться средневзвешенная стоимость капитала (WACC) компании. Средневзвешенная стоимость капитала показывает требуемую инвесторами ставку доходности на вложенный капитал или его рентабельность. Другими словами - это требуемая ставка дохода по имеющимся альтернативным вариантам инвестиций с сопоставимым уровнем риска на дату оценки.

Экономический смысл средневзвешенной стоимости капитала состоит в том, что организация может принимать любые решения (в том числе инвестиционные), если уровень их рентабельности не ниже текущего значения показателя средневзвешенной стоимости капитала. Средневзвешенная стоимость капитала учитывает в себе все риски, связанные с финансированием деятельности компании как из собственных источников финансирования, так и за счет заемных средств.

Стоимость финансирования за счет собственного капитала отражает все риски, присущие инвестициям в акционерный капитал, а стоимость финансирования за счет заемных средств соответствует процентной ставке, под которую предприятие может привлечь новые кредиты.

Средневзвешенная стоимость капитала рассчитывается по следующей формуле:

$$WACC = K_e * D_e + (1 - T) * K_d * D_d, \quad (4)$$

где: WACC - средневзвешенная стоимость капитала;

T - ставка корпоративного подоходного налога;

Kd - стоимость привлечения заемных средств;

Dd - доля заемных средств;

De - доля акционерного капитала;

Ke - стоимость акционерного капитала.

Стоимость акционерного капитала рассчитывают с использованием модели анализа колебаний цен CAPM:

$$K_i = K_{rf} + (K_m - K_{rf}) * \beta_i, \quad (5)$$

где K_i - ожидаемая норма доходности на ценную бумагу i ;

K_{rf} - гарантированная (безрисковая) норма доходности, получаемая от вложений в государственные ценные бумаги;

K_m - норма доходности, средняя для данного рынка (определяется как средняя арифметическая всех доходностей ценных бумаг, обращающихся на данном рынке);

β_i - коэффициент степени риска от вложений в ценную бумагу i .

В случае отсутствия у компаний пакетов акций на рынке можно привести бета-коэффициент компаний-аналогов. Аналоги целесообразно выбирать из той же отрасли, бизнес которых максимально похож на бизнес рассматриваемой компании.

Модель оценки доходности финансовых активов можно скорректировать на страновой риск и премию за размер (премия за малую капитализацию), учитывающую балансовую стоимость компании [4]:

$$K_i = K_{rf} + (K_m - K_{rf}) * \beta_i + S_1 + S_2, \quad (6)$$

где S_1 - страновой риск;

S_2 - премия за размер.

Не меньший интерес вызывает и методика расчета величины терминальной стоимости, основанной на предположении о том, что бизнес способен приносить доход и по окончании прогнозного периода. Гипотеза основывается на том, что после окончания прогнозного периода доходы бизнеса стабилизируются, и в остаточный период будут иметь место стабильные долгосрочные темпы роста или бесконечные равномерные доходы. Для оценки терминальной

стоимости компании используется модель Гордона:

$$V = FCF / (WACC - g), \quad (7)$$

где FCF - ожидаемый денежный поток следующего года;

WACC - средневзвешенная стоимость капитала;

g - ожидаемые темпы прироста свободного денежного потока в бессрочной перспективе.

Однако использование этой модели накладывает ряд серьезных ограничений на входящие в нее переменные.

Во-первых, ни одна компания объективно не в состоянии бесконечно долго расти высокими темпами, поэтому значение параметра g не может превышать темпы роста экономики в целом. Будет это глобальная, усредненная для нескольких регионов или национальная экономика, зависит от того, где действует и на какие новые рынки способна выйти компания.

Во-вторых, предположения относительно показателей, характеризующих деятельность компании, и оценка ее средневзвешенных затрат на капитал должны быть согласованы с предположением о постоянстве темпов роста.

Исходя из вышеизложенного, в качестве ожидаемого темпа прироста свободного денежного потока в постпрогнозный период возьмем среднестатистическую ставку в 3%.

Расчет величины терминальной стоимости АО «Эйр Астана» представлен ниже:

$$V_{2016} = ((20\ 678\ 877) * 1,03) / (0,1726 - 0,03) = 149\ 363\ 555$$

Таким образом, сумма дисконтированных денежных потоков и представляет внутреннюю стоимость АО «Эйр Астана». Ее величина составила 115 096 750 тыс. тенге, или 763 млн долл. Сравним данный показатель с балансовой стоимостью компании.

Балансовая стоимость компании на начало 2012 г. составила 57 382 738 тыс. тенге, или 380 млн долл. Соответственно, акции АО «Эйр Астана» могут быть интересны для инвесторов, т.к. коэффициент соотношения теоретической и балансовой стоимости компании составил 2,0.

Следует отметить, что точность расчетов,

проводимых при таких вычислениях, вполне несомненно, могут служить базой для принятия может вызвать правомерные сомнения, однако управленческих решений финансового характера. оценка тенденций, сама методика и результаты,

Литература

1. Бригхем Ю., Гапенски Л. Финансовый менеджмент. В 2х т.: Пер. с англ./ Под ред. В.В. Ковалева - СПб: Экономическая школа, 2004.
2. Ван Хорн Д., Вахович Д. Основы финансового менеджмента, 12-е изд.: Пер.с англ. - М.: И.Д. Вильямс, 2008. - 1232 с.
3. Копытов Р., Лабеев В. Уточнение значимости основных факторов стоимости на устойчивость развития деятельности предприятий, 2006.
4. Дамодаран В. Методы оценки стоимости капитала. //www.Damodaran.com

Түйін

Мақала жеке және институционалды инвесторлар, сонымен қатар ұлттық компаниялар үшін IPO портфелін қалыптастыруда тиімді стратегияларын жасау, IPO акциялары алғашқы қаралуда компанияның ішкі құнын бағалау критерилеріне бағытталған. Мақала шетелдік кәсіпорындарда даму стратегиясын жоспарлау тәжірибесінде кеңінен қолданылатын Дж. К. Ван Хорн арту үлгісі мен Гордонның тұрақты және ауыспалы арту үлгісі негізіндегі компанияның капиталға айналдыру әдістемесінің сараптамалы есептерін қамтиды.

Summary

This article is dedicated to on the evaluation criteria of the intrinsic value of the outstanding shares in the initial IPO, as well as the development of effective strategies for forming a portfolio IPO both for national companies as well as individual and institutional investors in the primary and secondary markets of their treatment. The work contains the analyzes capitalization methodology based on models of direct and alternating growth and growth patterns Gordon J. C. Van Horne, widely used in the practice of planning strategies for foreign companies, as well as applied research on the value of the terminal value calculations of national companies.



*Г.К. Аюпова,**к. филол. н., ст. преподаватель**КазУЭФМТ*

К ПРОБЛЕМЕ МЕЖКУЛЬТУРНОГО ДИАЛОГА В ТВОРЧЕСКОМ НАСЛЕДИИ КАЗАХСКОГО МЫСЛИТЕЛЯ ШАКАРИМА КУДАЙБЕРДИЕВА

В статье рассматриваются проблемы межкультурного диалога. Проблема межкультурного диалога актуальна для Казахстана как полиэтнического государства, в котором развитие межкультурного диалога, толерантности - условие успешного социально-экономического и социально-культурного развития. Уникальное культурное наследие казахского народа актуализировано в мировое пространство через обращение к духовному наследию выдающихся мыслителей. В этом контексте рассмотрение творчества казахского поэта-мыслителя конца XIX - начала XX вв. Ш. Кудайбердиева приобретает особый смысл в эпоху глобализационных и интеграционных процессов.

Ключевые слова: межкультурный диалог, культурная традиция, самобытная культура, переводческое искусство, осмысление.

История цивилизации - это история становления, взаимодействия, взаимовлияния и диалога культур. Проблема понимания, берущая начало от межличностного общения до коммуникации культур, приобретает особое значение в современную эпоху глобализации мира и интеграционных процессов. Несмотря на несхожесть национальных культур, всегда есть некие предельные основания, определяющие принципиальную возможность их диалога. Это культурные универсалии, которые являются воплощением социокультурного опыта.

Известно, что любая, даже сформировавшаяся и самобытная культура тяготеет к иным ценностям и инациональным образам. Поэтому и возникает межкультурный диалог, который играет важную роль в формировании отношений между народами и странами. Собственно межкультурный диалог представляет собой творческое усвоение чужих культурных традиций, постепенного раскрытия специфики и многообразия своей и чужой культуры. Как писал М.М. Бахтин, «мы ставим чужой культуре новые вопросы, каких она сама себе не ставила, мы ищем в ней ответа на свои вопросы, и чужая культура отвечает нам, открывая перед нами новые свои стороны, новые смысловые глубины» [1].

Проблема межкультурного диалога актуальна для Казахстана как полиэтнического и поликонфессионального государства, в котором развитие межкультурного диалога, толерант-

ности является условием успешного социально - экономического и социально - культурного развития. Уникальное культурное наследие казахского народа актуализировано в мировое пространство через обращение к духовному наследию выдающихся мыслителей.

Под «диалогом культур» мы подразумеваем - взаимодействие, взаимопроникновение и, как следствие, взаимообогащение культур путем освоения позитивного опыта и лучших традиций инациональных культур.

В истории Казахстана эпоха рубежа XIX-XX вв. рассматривается как сложный и противоречивый период, характеризующийся ломкой устоявшегося уклада жизни и общественного сознания, резким изменением экономической и политической ситуации, ростом национального самосознания и все большим вовлечением во всероссийскую систему развития, изменения в социально-исторической, социально - экономической жизни которой повлекли изменения и в духовной жизни. Культура и литература этого периода тяготеет к западноевропейской культуре, в особенности, к прогрессивной русской литературе.

В начале XX в. зарождаются и получают свое развитие различные идейные течения, направления, школы. Так, наряду с течением «Зарзаман», национально-освободительной поэзией, глубоко вскрывавшей противоречие и губительные последствия колониальной политики России, поэтами-книжниками как Шортанбай, Дулат,

Мурат, воспевавших свободу человека, получает распространение просветительство демократической направленности и художественно-эстетической тенденции в творчестве Ш. Кудайбердиева, Ш. Букеева, М. Копеева, Б. Кулеева, а также прогрессивно-настроенной интеллигенции, представленными творчеством и деятельностью А. Байтурсынова, М. Дулатова, Ж. Аймаутова, М. Жумабаева и др.

Многогранное и многостороннее творчество Шакарима Кудайбердиева, выросшее на основе казахского фольклора и предшествующей письменной литературы, а также всей многожанровой литературы Востока; воспринявшего позитивный опыт и культурные традиции отечественной и инациональной литературы, вобрало в себя и художественный опыт русской литературы, в лице Пушкина, Лермонтова, Толстого и др. Собственно межкультурный диалог представляет собой творческое усвоение чужих культурных традиций, постепенного раскрытия специфики и многообразия своей и чужой культуры. Восприятие русской литературы и ее творческое освоение и осмысление способствовали наиболее полному раскрытию индивидуального самобытного таланта художника слова.

Межкультурный диалог в творчестве Шакарима Кудайбердиева проявляется в разных формах. Мы коснемся лишь его переводческой деятельности. Поэт, в совершенстве знавший арабский, персидский, чагатайский, русский языки, читая философские, исторические, научные труды и художественные произведения на языке оригинала, впервые в казахской письменной литературе, осуществил поэтическое переложение на казахский язык поэмы «Лейли и Меджнун» (по мотивам известной восточной легенды, воспетой арабо-персидскими поэтами Низами, Навои, Физули), позаимствовав восточную традицию «назира» (перепева); перевел с персидского языка ряд стихотворений Хафиза, а также осуществил художественно-поэтический перевод повестей А.С. Пушкина «Дубровский» и «Метель», несколько рассказов Л.Н. Толстого, таких как, например, «Ассирийский царь Ассархадон», «Царь Криз», «Три вопроса», романа Г. Бичер-Стоу «Хижина дяди Тома».

Говоря о переводческой деятельности Шакарима, несомненно, нельзя не учитывать специфику времени, ведь к тому времени в Ка-

захстане еще не сложилось переводческое искусство как таковое, и Шакарим был одним из первых, кто стоял у истоков профессионального перевода в казахской литературе. Вслед за Абаем, расширившим культурные границы и освоившим прогрессивные учения своего времени и эстетические традиции инациональных литератур, индивидуальный талант Шакарима, опираясь на богатство мировой литературы, перерабатывал и творчески усваивал их художественный опыт.

Поэма «Лейли и Меджнун», как и многие поэмы поэта, «является одним из лучших высокохудожественных творений и своей выразительной красотой, глубоким содержанием, удивительной фантазией занимает огромное место не только в арабской, но и мировой литературе» [2].

Шакарим обработал известную в казахском фольклоре тему несчастной любви «Лейли и Меджнуна» в соотношении с одноименными воплощениями восточных классиков Низами и Физули на основе национального казахского фольклора. Воспевая высокие и благородные чувства, именуемые любовью и честью, Шакарим осуждает устоявшиеся патриархальные устои, выступает против косности и деспотии родительской власти, против узаконенной морали общества. Поэт выявляет уродливость социальных устоев того времени. В целом поэма Шакарима, основанная на арабской легенде и написанная в духе казахских лиро-эпических произведений трагедийного характера «Козы-Корпеш - Баян-Сулу», «Енлик - Кебек», по своей художественной ценности и значимости, не уступая одноименным поэмам и дастанам, явилась важной предпосылкой литературного обмена и развития литературных связей и традиций.

Фактом жанрового переосмысления представляются поэтические переводы романа (как его назвал сам Пушкин) «Дубровский» под названием «Дубровский әңгімесі» (Сказание о Дубровском) и повести под одноименным названием «Боран» («Метель»). Помимо просветительских устремлений Шакарима привлекли мотивы сюжета и конфликты, положенные в основу произведений, знакомые и близкие по духу к исконным образцам казахского словесного искусства, а также трактовка образов главных пушкинских героев. Стремясь передать идейно-эстетическую сущность пушкинского произведе-

дения, казахский поэт в своих переводах отразил казахские реалии того времени. Шакариму был близок бунтарский дух повести А.С. Пушкина - сопротивление личности установившимся социальным догмам общества.

Считая Л.Н. Толстого своим учителем, Шакарим был близок к нему «не только своим творчеством, но и жизненными поступками, поиском и утверждением человеческих ценностей и философским отношением к религии» [4].

В своем стихотворении «Слово» поэт пишет:

Пробудило меня рано
Поэтическое слово.
Понял я, в чем тайна мира,
Мироздания основа,
Через лирику Востока...
Изучив прилежно русский,
Смысл с себя я, смысл я с сердца
Грязь невежества былого.
И от слов не отступаюсь -
Ученик я Льва Толстого...
Всей душою возлюбил он
Справедливости дорогу.
Он - владелец дум глубоких
Кинул смелый вызов богу...

В переписке с русским писателем Шакарим пишет: «Толстому я задал в своем письме три вопроса. Он дал на них исчерпывающие и очень точные ответы. Его ответы меня особенно взволновали. Я их запомнил, как глубоко содержательные уроки и навсегда сохранил в памяти. Смысл первого вопроса заключается в том, что составил перечень всех, в моем понимании, отрицательных черт человека и попросил назвать самую худшую, по его мнению, которая может глубоко ранить честь и совесть человека. Толстой на это ответил следующим образом: «Все перечисленные Вами черты характера способны взбудоражить человеческую совесть. По-моему, есть одно состояние, которое может особенно сильно задеть честь человека. Если человек, сознавая то, что может принести вред окружающим людям, обществу в целом, не может высказаться открыто, остерегаясь трех вещей, во-первых, если ты очень богат и боишься навредить своему богатству; во-вторых, если ты - должностное лицо и, отстаивая справедливость, можешь лишиться должности; в - третьих, если ты из-за высказанной правды, будешь привлечен к ответственности.

- Второй вопрос: я намеревался приступить к созданию крупных произведений и попросил его совета. Толстой мне написал так: Будь то произведение с множеством действующих лиц, будь то короткий рассказ, прежде всего писатель должен настолько проникнуться описываемыми событиями и действиями, словно сам в них участвовал. Надо основательно знать причины и следствия этих событий, связь действий с общественным развитием. Ход описываемых событий должен быть очевиден для писателя, как в зеркале и глубоко прочувствован. В противном случае, художественное произведение убедительным и интересным не получится. Писатель не должен забывать пословицу: «Шуба, скроенная по тени человека, не будет ладной».

- Третий вопрос: Писатели, в том числе и я, не могут критически оценить достоинство и недостатки своих произведений. Каким образом можно выявить недостатки своих произведений, чтобы в дальнейшем исправить их? На мой третий вопрос Толстой дал такой ответ: «Одним из особых свойств писателя является умение увидеть недостатки своих произведений и исправить их. Это не присуще каждому. Есть такое выражение: «Ошибки других виднее». Но лучше всего, когда человек сам видит и исправляет свои недостатки. Природе человека присуще такое свойство, необходимое для исправления собственных ошибок и недостатков. Оно заключено в кристально чистом сердце. Если человек каждое свое деяние, написанное слово сможет представить на суд своему сердцу, то он своим тонким восприятием раскроет истину. Результаты умственных размышлений надо пропустить через сердечное сито. Человек, работавший в себе способностью доверять сердечным нюансам, всегда может увидеть свои и чужие недостатки. Поэтому самый справедливый критик - это твое честное и чистое сердце» [3].

В творчестве Шакарима соприкосновение с Толстым - не только литературная школа, но и интенсивный поиск собственных художественных решений тех вопросов, оказывшихся в фокусе внимания обоих писателей.

Несомненно, межкультурный диалог писателей, выразившийся во взаимодействии и взаимовлиянии идей и творчества, способствовали освоению и осмыслению общечеловеческих ценностей, обогащению и развитию не только собст-

венной, но и мировой культуры и литературы.

Проблемы межкультурного диалога и толерантности - проблемы актуальны не только для культуры и литературы, но и для всех сфер человеческой жизни.

Подлинная значимость духовной, культурно-гуманитарной составляющей в XXI в. проявляется во всех сферах нашего общества. В Казахстане, как и других странах, идут процессы формирования определенной модели культуры, влияющей на саму сущность духовных идеалов

и нравственных принципов, а в конечном итоге - на культурно-историческую практику. Диалог между разными цивилизациями может быть достигнут лишь на основе культуры. Как на уровне национальном культура является стержнем, хребтом любого государства и нации, так и в пространстве и на глобальной арене. Международное культурно-гуманитарное сотрудничество, диалог культур является исключительно эффективным общеукрепляющим средством для всего цивилизованного пространства.

Литература

1. Бахтин М.М. Вопросы литературы и эстетики. Исследования разных лет/ М.М. Бахтин.- М.: Художественная литература, 1975. С. 203.
2. Шәкәрім. Шығармалары. - Алматы: Жазушы, 1988. 110 б.
3. Дело №...Летопись горького времени. - Алматы: Жазушы, 1988. С.132.
4. Исмакова А.С. Казахская художественная проза. - Алматы: Ғылым, 1998. С.156.

Түйін

Шәкәрім Құдайбердиевтің шығармашылық мұрасындағы мәдениетаралық диалог мәселесі жайында. Мақалада мәдениаралық және толеранттық мәселелер қозғалады. Мәдениаралық диалог өзге мәдени дәстүрлерді үйрену, сонымен бірге өзінің және өзге мәдениеттің жан-жақтылығы мен өзгешелігін ашу дегенді білдіреді.

Summary

The problem of intercultural dialogue in Kazakh thinker Shakarym Kudaiberdiyev,s work
The article deals with intercultural dialogues and tolerance. An intercultural dialogue in all expresses learning cultural traditions and gradually opens the specific and multiple meanings of own and other culture.



Л.И. Изтелеуова,
к.с.н., доктор PhD
КазУЭФМТ

РОЛЬ МУЗЕЕВ В КУЛЬТУРНОЙ ИДЕНТИФИКАЦИИ СООБЩЕСТВА

В статье рассматривается культурная идентификация, формирующаяся на основе музеев, которая обеспечивает состояние групповой солидарности, и включает коллективный и индивидуальный уровни.

Ключевые слова: музеи, культура, культурная идентификация сообщества, искусство, музыка, религия, философия, мораль, экспозиция.

Во все времена культура имела огромное значение в жизни любого общества, т.к. источником культуры является базовая потребность каждого человека - стремление к духовному. И если о «форме культуры» свидетельствовали искусство, музыка, религия, философия, мораль и тип государственного устройства с его политическими, экономическими и юридическими порядками, то о факте и степени «культурности» человека свидетельствовало наличие в нем установки жить в соответствии с велением долга, чести и совести. Поэтому многие деятели науки, искусства и культуры посвящали свои труды ответам на вопросы о цели и смысле жизни, об общественном прогрессе, теории исторического процесса и роли отдельных личностей в этом процессе. Но в рамках одной статьи невозможно охватить все стороны этой обширной проблемы, поэтому сделана попытка рассмотреть роль музеев в плане культурной идентификации сообщества. Собственно слово «идентичность» означает специфические культурные, лингвистические и прочие особенности, которые признаются различными группами характерными для себя, отличают их от других групп и связывают между собой в такой мере, чтобы обеспечить солидарность. Речь идет о культурной идентификации, формирующейся на основе музеев, обеспечивающей состояние групповой солидарности, включающей коллективный и индивидуальный уровни. Но вначале немного об истории возникновения музеев.

Итак, музеи имеют многовековую культуру. Широко известны, например, музеи античной Греции, где музеями назывались специальные учреждения, посвященные науке и искусству (храмы муз). Сходным было толкование термина и в римской культуре (лат. *museum* - место ведения философских дискуссий). Однако в эллинской и ранней римской культуре широко бытовали и другие названия: академия, лицей, кабинет, союз, посвященные музам. Музеи были важнейшими центрами интеллектуальной жизни: здесь проводились философские диспуты, состязания в ораторском искусстве, выставки произведений художников, соревнования поэтов, спортсменов, музыкантов. Также в Древнем Риме было много разного рода памятников, вывезенных из завоеванных стран и служивших подтверждением его могущества. Слово «па-

мятник» появилось в Древнем Риме (*monumentum*) и означало скульптуру или стелу, воздвигнутую в честь событий или человека. Музеи были во многих городах Греции, а позднее они появились в Александрии, Древнем Риме, Византии и т.д. В средневековье в связи с распространением и утверждением христианства возникла задача сохранения священных реликвий: мощей, предметов, принадлежавших святым, чтимых икон. Они сосредотачивались в храмах или монастырских ризницах. Однако с течением времени музеи существенно менялись и в привычном для нас значении возникли в эпоху Высокого Возрождения (XV-XVI вв.).

В настоящее время музеи - это своего рода сокровищница материальных и духовных творений прошлого. Таковыми могут быть археологические находки, предметы материальной культуры, письменные источники, произведения искусства, фотографии, документы видео- и аудио ряда и многие другие свидетельства минувшего.

В нашей стране также имеется много музеев. Они весьма разнообразны по своему профилю, характеру фондов и своим конкретным задачам. Достаточно указать на некоторые важнейшие типы музеев и их коллекции, чтобы представить это многообразие. Так, имеются исторические, этнографические, художественные, мемориальные и краеведческие музеи. Исторические и этнографические музеи экспонируют памятники культуры: орудия и продукты труда, предметы вооружения, общественного и домашнего быта, различные документы той или иной эпохи. Музеи художественные представляют произведения скульптуры, живописи, графики и т.д. Мемориальные музеи хранят материалы, связанные со значительными историческими событиями, с жизнью и деятельностью выдающихся государственных и политических деятелей, выдающихся людей в области науки и техники, искусства и литературы. Краеведческие музеи собирают, материалы, характеризующие природу, историческое прошлое и настоящее своего края - его хозяйство, культуру и быт. Итак, рассмотрим некоторые из них.

Кургальджинский государственный заповедник находится в юго-западной части Тенгиз-Кургальджинской впадины, расположенной в центре Казахстана. Кургальджинская впадина

находится на стыке степной и полупустынной зоны. Озеро Кургальджин и горько-соленый бессточный водоем Тенгиз - это царство тростника и рогоза. Тростник разделяет единый водоем на несколько крупных заливов и множество плесов, получивших самостоятельные названия озер. Флора заповедника насчитывает огромное количество высших цветковых растений и кустарников. Фауна Кургальджина типична для степей и полупустынных зон. Кургальджинские озера богаты рыбой, в т.ч. промысловыми видами. Здесь также имеется огромное количество различных видов пернатых, но самыми удивительными, и, может быть, самыми красивыми птицами, гнездящимися на островах озера Тенгиз, являются розовые фламинго. Это самая северная в мире гнездовая колония фламинго. В Музее природы заповедника ведется большая научно-просветительская работа - специалистами Института зоологии проводится научная работа, а сотрудники экскурсионной службы ведут просветительскую работу (опубликованы книга, статьи, заметки, проводятся лекции и беседы, выступления по радио и телевидению). Частые гости Музея природы - школьники кургальджинских и астанинских школ. В Музее собрана богатая коллекция экспонатов, отражающих фауну и флору степного и озерного участков. Также известны снятые здесь научно-популярные фильмы «Фламинго - розовая мечта», «Вижу Солнце» и «Кургальджино».

Один из интереснейших музеев - Центральный Государственный музей РК - один из крупнейших музеев Центральной Азии. Современное здание музея было построено в 1985 г. по проекту архитекторов Ю. Ратушного, З. Мустафиной и Б. Рзагалиева. Оно по праву считается одним из лучших сооружений современной архитектуры нашего города. Общая площадь здания музея - 17557 кв. м. На сегодняшний день собрание Центрального Государственного музея РК насчитывает более двухсот тысяч памятников материальной и духовной культуры. Музей выпускает сборники статей и научных работ, посвященных вопросам истории Казахстана и музееведения. Итак, музей имеет 4 экспозиционных зала: археологический, исторический, этнографический, мемориальный.

Первый экспозиционный зал - зал археологии. Этот раздел включает в себя археологи-

ческие предметы, обнаруженные на территории Казахстана в результате работы многочисленных археологических экспедиций, отражающих историю нашей страны с древних времен. Здесь представлены копии наиболее ценных археологических находок, в т.ч. «Золотой человек» из Иссыкского кургана, уникальные древние золотые изделия из Каргалинского и Жалаулинского кладов, реконструкции древних погребальных сооружений и хозяйственных построек, макеты сооружений средневековой архитектуры.

Второй экспозиционный зал посвящен истории Казахстана с XV до начала XX столетия. Это период образования первого Казахского ханства, становления и развития государственности, борьбы казахских племен против джунгарских завоевателей, вхождения казахских земель в состав Российской империи. Этнографический материал, широко представленный в зале, ярко отражает сложившийся на протяжении многих веков быт казахского народа, его философские мировоззрения, материальную и духовную культуру. Здесь можно увидеть подлинные фотографии и документы, редкие издания книг, обширный картографический материал, предметы быта и народно-прикладного искусства казахов, а также образцы казахской национальной одежды и ковроткачества.

Основную часть экспозиции третьего зала музея составляют разделы, освещающие материалы по истории и этнографии народов, населяющих территорию республики в настоящее время. В этом же зале представлена выставка «Казахстан в годы Великой Отечественной войны 1941-1945 гг.».

Четвертый экспозиционный зал отражает историю Казахстана с момента провозглашения республики независимым государством в 1991 г. и до сегодняшнего дня. В экспозиции представлены государственные символы и государственные награды РК. Наиболее «молодые» экспонаты музея - это материалы по развитию космонавтики, истории религиозных конфессий Казахстана, изделия народно-прикладного искусства казахстанских мастеров и т.д. Кроме того, здесь представлены экспонаты, характеризующие развитие экономики, науки и культуры республики сегодня, а также подарки глав иностранных государств Президенту Казахстана. Подобные музеи в современных усло-

виях имеют огромное значение как научно-исследовательские, массово-просветительские и воспитательные центры. Музеи путем всестороннего изучения страны, собирания и показа музейных материалов, распространяют знания о стране в широких массах населения в целях воспитания любви к Родине и мобилизации их на решение хозяйственно-политических задач. Также музейная экспозиция показывает патриотические традиции нашего народа, его героическое прошлое, его одаренность и самобытность - все то, что является национальной гордостью и славой. Экспозиция, направленная на показ трудовых подвигов народа, деятелей науки и искусства, народных героев, природы края, его богатства, исторического прошлого края и современного положения - также помогает населению понять, что каждый человек должен знать историю, традиции и язык своей нации, быть патриотом своей Родины. Оно и понятно - ибо личность, утратившая представление о своей национально-культурной принадлежности, приводит к дестабилизации общественной системы, может превратиться в винтик любой политической или религиозной машины, не может противостоять давлению как извне, так и изнутри, более того, такого человека невозможно призвать даже на защиту целостности и суверенитета своей страны.

Итак, вся эта работа выполняется благодаря систематической научно-исследовательской деятельности музеев, составляющей основу всей их деятельности. Речь идет об изучении сотрудниками музеев не только подлинных предметов - первоисточников конкретных знаний о природе и обществе, но и запросов и интересов посетителей с тем, чтобы приблизить работу музея к посетителю. Следствием подобных действий сотрудников музея оказываются выпускаемые музеями серьезные научно-исследовательские труды, путеводители, лекции, схемы расположения материалов, проспекты экскурсий и т.д.

Приемы и формы массовой работы непрерывно развиваются, совершенствуются, но среди всех форм массовой работы музея особое место принадлежит полноценным, политически направленным, научно обоснованным экскурсиям. Именно экскурсии создают условия для планомерного и целенаправленного знакомства

с экспозицией музея. Музейная экскурсия представляет собой особый вид научно-просветительской работы, в которой в качестве отправного элемента выступает зрительное восприятие экспонатов - музейных предметов. Яркое, живое слово экскурсовода в сочетании с зрительным восприятием музейных предметов имеет большое познавательное и идейно-воспитательное значение. Экскурсии - специфически музейная форма массовой работы. Основное достоинство музейной экскурсии - это ее предметность и наглядность.

Вместе с тем необходимо отметить, что в настоящее время из-за влияния общих социально-культурных ориентаций на характер деятельности по сохранению культурного наследия, наши музеи представлены в самых различных проектах - от классических музеев коллекционного типа до музеефикации разнообразных памятников и целых территорий.

Один из подобных примеров - Музей национальных инструментов в г. Алматы. Сегодня в коллекции музея находится более 1000 единиц хранения, которые делятся на 60 типов казахских народных музыкальных инструментов. Музей музыкальных инструментов - прекрасная возможность познакомиться с казахской культурой. Посетители здесь имеют возможность послушать звучание этих инструментов в исполнении фольклорного ансамбля «Сазген».

Содержание работы музеев ориентировано на приобщение посетителей к богатствам национальной культуры и родного языка, преумножение духовных ценностей и интеллектуального потенциала. Подобное положение, несомненно, приводит к повышению уровня этнической культуры и расширению возможностей межкультурных коммуникаций. Речь идет о поддержке культурного разнообразия как важнейшего средства противостояния глобализации культуры и предотвращения конфликтов этнокультурного характера. Поэтому в Казахстане были созданы этнокультурные центры. Ежегодно проводятся национальные праздники, где организуются выступления художественной самодеятельности и продажа национальных изделий декоративно-прикладного искусства.

Создание подобных музеев - одно из важнейших условий обеспечения устойчивого развития культурного и природного разнообразия

Казахстана. Это позволяет сохранить культурную самобытность народов нашей страны, обеспечить преемственность национальной культуры, сохранить все многообразие историко-культурного наследия различных регионов РК.

Также в последнее время в процессы освоения культурного наследия все более активно входит понятие «виртуального музея». Виртуальный музей может обеспечить пользователей неограниченными возможностями для приобщения к мировой культуре во всем ее многообразии. В виртуальном режиме можно посетить многие музеи мира без переездов и очередей. Но виртуальный мир не заменяет, а лишь дополняет реальный, более того, не обеспечивает эмоциональной полноты человеческого бытия.

В нашей стране музеи все более используются как социокультурный институт для реализации общественной потребности в самообразовании, социализации и культурной идентификации через предметный мир. Речь идет о визуальной презентации и вербальной интерпретации объектов культурного наследия в музее, что позволяет воздействовать на интеллектуальную, эмоциональную и нравственную сферу личности, создавая условия для культурной идентификации сообщества. Данной деятельности предшествует кропотливая работа музея на эвристическом и гносеологическом уровне с культурным наследием.

Итак, наши музеи имеют важное значение

как региональные просветительские и научные центры из-за научно-образовательной и научно-исследовательской функции. Силами специалистов музеев проводятся обучающие курсы и лекционные программы, совместные образовательные программы с различными учебными заведениями и т.д. Другим направлением является проведение на базе музея научных исследований, связанных с историей достопримечательного места, с персоналиями, проведение здесь конференций и т.д. Также одним направлением может стать обучение местным промыслам, т.е. передача накопленного предыдущими поколениями опыта. Важное значение имеет создаваемый информационный продукт (в виде книжной, справочной продукции, или в рамках новых электронных технологий). Такая деятельность музея не только способствует популяризации объекта наследия, но и позволяет выйти на внешний рынок со своим продуктом или услугой. Наши музеи имеют важное значение как центры культуры. Они выполняют функции культурно-просветительного обслуживания населения, становятся подлинными очагами культуры, формируют особую культурную среду. Подобное положение позволяет сделать заключение, что деятельность наших музеев способствует объединению всех слоев населения в направлении общей цели - развитию страны на основе сохранения и популяризации культурного наследия.

Литература

1. «Город Верный и Семиреченская область», 2009. <http://www.silkroadadventures.net/ru/Kazakhstan/17Cities/04Almaty-4.html>
2. Шендрик А.И. Социология культуры. М.: ЮНИТИ, 2005. 495 с.

Түйін

Ізтілеуова Л. И. Мәдени қауымдастықты біріктірудегі мұражайдың рөлі.

Қазіргі кезде елімізде мәдени және табиғи мұраның нысандары ғылымның, білімінің, мәдениеттің қалыптасуына ықпал ететін ғылыми-танымдық бағытта қызмет атқаруда.

Summary

Izteleuova L.I. Today cultural and natural heritage of our society is more interested in the potential for the development of tourism. In this respect they are like objects of tourist and excursion routes, have contributed significantly to the development of both the educational.



Наши авторы

- Абылкаиров А.Б.**
Айбасова Г.К. магистрант Международной бизнес-школы магистр, ст. преподаватель кафедры учета и аудита, Казахский университет экономики, финансов и международной торговли
- Аймурзина Б.Т.** д.э.н., завкафедрой финансов, Казахский университет экономики, финансов и международной торговли
- Аюпова Г.К.** к. филол.н., ст. преподаватель кафедры мировых языков, Казахский университет экономики, финансов и международной торговли
- Байзаков С.Б.** д.э.н., профессор, АО «Институт экономических исследований» при Министерстве экономики и бюджетного планирования РК
- Балтабаева Б.С.**
Бисенова Т.К. магистрант Международной бизнес-школы магистрант, Казахский университет экономики, финансов и международной торговли
- Боппева Ж.К.** д.э.н., региональный эксперт GDSILtd (Ирландия)
- Бурлаков Л.Н.** к.э.н., доцент кафедры менеджмента, Казахский университет экономики, финансов и международной торговли
- Галиев С.Ж.** д.э.н., профессор, заместитель Председателя правления АО «Казахстанский институт развития индустрии».
- Жумабекова С.А.** к.э.н., директор Центра АО «Казахстанский институт развития индустрии»
- Изтелеуова Л.И.** к.с.н., доктор PhD, завкафедрой туризма и сервиса, Казахский университет экономики, финансов и международной торговли
- Катунина Н.В.** к.э.н., доцент, Омский государственный университет им. М.Ф. Достоевского
- Кудьяров Н.Б.** магистрант Международной бизнес-школы
- Куксов А.С.** к.э.н., доцент, Государственный университет управления, г. Москва
- Лулева Е.А.** к.э.н., доцент, Омский государственный университет им. М.Ф. Достоевского
- Мугалиева Л.М.** к.э.н., доцент кафедры туризма и сервиса, Казахский университет экономики, финансов и международной торговли
- Мухиядин А.У.** магистр, ст. преподаватель кафедры информатики и прикладной экономики, Казахский университет экономики, финансов и международной торговли
- Тайнова К.Е.** магистр, ст. преподаватель кафедры информатики и прикладной экономики, Казахский университет экономики, финансов и международной торговли
- Рахимбердиева М.У.** магистрант Международной бизнес-школы

- Сагинтаева С.С.** д.э.н., профессор, проректор по академическим вопросам, Казахский университет экономики, финансов и международной торговли
- Сакенов Н.А.** ст. преподаватель кафедры учета и аудита, Казахский университет экономики, финансов и международной торговли
- Глеужанова М.А.** к.э.н., доцент кафедры экономики, Казахский университет экономики, финансов и международной торговли
- Спатаева С.Б.** ст. преподаватель Казахского агротехнического университета им. С. Сейфуллина
- Токенова С.М.** ст. преподаватель Казахского агротехнического университета им. С. Сейфуллина
- Турарбеков М.А.** докторант PhD КазЭУ им. Т. Рыскулова
- Утибаев Б.С.** к.э.н, профессор кафедры учета и аудита, Казахский университет экономики, финансов и международной торговли
- Шимшиков Ж.Е.** к.э.н., директор филиала института экономики МОН РК
- Шукитова Э.Б.** магистр экономики, главный менеджер Центра АО «Казахстанский институт развития индустрии»

**Қазақ экономика, қаржы және
халықаралық сауда университетінің
ЖАРШЫСЫ**



**ВЕСТНИК
Казахского университета экономики,
финансов и международной торговли**

Редакторлар **Е.Р. Абдрахманова, М.Ж. Омарова**
Беттеуші **О.С. Баркова**

Басуға 17.01.14. қол қойылды. Пішімі 70x100 1/16. Көлемі 12 б.т. Таралымы 300 дана. Тапсырыс 545.
Подписано к печати 17.01.14. Формат 70x100 1/16. Объем 12 уч.-издл. Тираж 300 экз. Заказ 545.

*Қазақ экономика, қаржы және халықаралық сауда университетінің
баспа-полиграфиялық орталығы. Астана қ., Жұбанов көшесі, 7*



010008, Астана қ., Жұбанов көшесі, 7
тел.: (7172) 21-43-89, 37-16-22, 37-39-04, 37-67-26, +7-701-182-11-82

ПРАЙС-ЛИСТ

на издания Казахского университета экономики, финансов
и международной торговли

№	Наименование издания	Цена
1	2	3
ҒЫЛЫМИ ӘДЕБИЕТТЕР - НАУЧНАЯ ЛИТЕРАТУРА		
1.	<i>Сейткасимов Г.С.</i> Макроэкономические проблемы современной экономики Казахстана, 2010. - 350 с.	1100
2.	<i>Мусина А.А.</i> Коммерческий банк в системе финансового посредничества: теория, методология, практика, 2011. - 379 с.	1600
3.	<i>Еслямов С.Г.</i> Экспертные системы в обучении, 2010. - 220 с.	500
4.	<i>Каиржанов А.К.</i> Византизм и ментальность Киевской Руси. Раздумья на степной дороге, 2011. - 304 с.	1 000
ОҚУЛЫҚТАР - УЧЕБНИКИ		
1.	<i>Сейткасимов Г.С. и др.</i> Банковское дело, 2007. - 640 с.	1 500
2.	<i>Сейтқасымов Ф.С. және т.б.</i> Банк ісі, 2009. - 586 б.	2 000
ОҚУ ҚҰРАЛДАРЫ - УЧЕБНЫЕ ПОСОБИЯ		
1.	<i>Нұрымов А.А.</i> Салық және салық салу (жаңа Салық кодексінің негізінде шығарылған), 2009. - 540 б.	1400
2.	<i>Коллектив авторов.</i> Курс лекций по банковскому делу, 2008.- 243 с.	700
3.	<i>Ибраева Н.Т.</i> Контроллинг на предприятии, 2009. - 150 с.	500
4.	<i>Авторлар ұжымы.</i> Банк менеджменті, 2010. - 202 б.	840
5.	<i>Мендалиева С.И.</i> Финансовый менеджмент, 2010. - 278 с.	1000
6.	<i>Сүндетов Ж.С.</i> Аграрлық бизнестің экономикалық негіздері, 2010. - 224 б.	900
7.	<i>Ильяс А.А.</i> Финансовые услуги банков, 2010. - 258 с.	850
8.	<i>Нурумов А.А.</i> Налоговый контроль, 2011. - 283 с.	1080
9.	<i>Садиева А.С.</i> Финансовый учет I, 2011. - 293 с.	900
10.	<i>Бурбаев Т.К.</i> Діл философиясы, 2011. - 306 б.	1300
11.	<i>Сағынтаева С.С.</i> Ықтималдықтар теориясы және математикалық статистика, 2011. - 184 б.	730
12.	<i>Бураканова Г.М., Изтелеуова Л.И.</i> Имиджелогия, 2011. - 148 с.	500
13.	<i>Омарова С.Ж. және т.б.</i> Қазақ тілі экономикалық мамандықтарына арналған тестілер жинағы, 2011. - 152 б.	550
14.	<i>Адилханова А.</i> Казахско-английский диалог, 2011. - 89 с.	400
15.	<i>Садыкова Р.К.</i> Туристский кластер Казахстана (на немецк.яз), 2011. - 147 с.	350
16.	<i>Шахарова А.Е.</i> Учет и налогообложение в малом предпринимательстве, 2011. - 123 с.	550
17.	<i>Шахарова А.Е.</i> Делопроизводство в бухучете, 2011. - 135 с.	550
18.	<i>Ахмедина Б.К.</i> Французский язык. Сборник тестов для подготовки к ПГК, 2011. - 176 с.	350
19.	<i>Нұрымов А.А., Исаева А.Т.</i> Салық әкімшілігі, 2011. - 320 б.	1200
20.	<i>Кайыржанов А.К., Бөрібаев Т.К.</i> Ғалым, педагог, ұстаз. 2010. - 177 б.	900
21.	<i>Есекеева М.Ж., Сасықова А.Т.</i> Математика пәнінен тест жинағы. 2009. - 162 б.	150

1	2	3
22.	<i>Авторлар ұжымы.</i> Елтаным (медуказания). 2010. - 34 б.	100
23.	<i>Карбетова З.Р.</i> Производственный менеджмент, 2011. - 254 с.	1000
24.	<i>Мендалиева С.Е.</i> Қаржы менеджменті, 2011. – 272 б.	1100
25.	<i>Әлмерекөв Н.А.</i> Коммерциялық банктердің қаржы сенімділігі мен қызмет көрсету тұрақтылығын арттыру, 2011. - 254 б.	850
26.	<i>Сейткасимов Г.С.</i> Деньги. Кредит. Банки, 2012. – 540 с.	2 500
27.	<i>Сағынтаев С.С., Сағынтаева С.С.</i> Қатарлар. Еселік интегралдар. Өріс теориясының элементтері, 2012. - 215 б.	1 100
28.	<i>Сагиндыкова Г.М.</i> Практический аудит, 2012. – 180 с.	950
29.	<i>Нурумов А.А., Исмагулова А.У.</i> Местные налоги Республики Казахстан, 2012. - 296 с.	1 300
30.	<i>Исмаилова Р.А.</i> Мировые финансовые рынки, 2012. – 222 с.	1 100
31.	<i>Сейтқасымов Ф.С., Маулетов К.М.</i> Коммерциялық банктегі қаржылық талдау, 2012. - 200 б.	1 000
32.	<i>Әбдірахман М.А.</i> Әлеуметтік статистика, 2012. – 264 б.	1 200
33.	<i>Тілегенова К.Ә.</i> Қазақ тілі. Экономика мамандығы студенттеріне арналған оқу құралы, 2012. - 312 б.	1 050
34.	<i>Есентугелов А.</i> Экономика независимого Казахстана: история рыночных реформ, 2012. – 380 с.	2 000
35.	<i>Турекулова Д.М., Курманов Н.А.</i> Экономическая безопасность государства, 2012. - 282 с.	1 200
36.	<i>Байжұманов Ә.</i> Адам дамуы, 2012. – 164 б.	870
37.	<i>Сейтқасымов Ф.С., Жанболатова А.Ш.</i> Банк тәуекелдерін басқару, 2012. - 186 б.	950
38.	<i>Отызбаева К.Ж.</i> Особенности английской научной речи, 2013. - 197 с. НОВИНКА	1 000
39.	<i>Аипов А.К.</i> Охрана труда и безопасность жизнедеятельности, 2013. - 398 с. НОВИНКА	1 700
40.	<i>Сейткасимов Г.С., Жалбинова С.К.</i> Страховой менеджмент и маркетинг, 2013. - 225 с. ЖАҢА	1100
41.	<i>Джумабекова А.Т.</i> Организация деятельности центрального банка, 2013. - 220 с. НОВИНКА	1 050
42.	<i>Ильяс А.А.</i> Коммерциялық банктердің қаржылық қызметтері, 2013 - 223 б. ЖАҢА	1 070
43.	<i>Ауезова З.Т., Макенбаева Ш.К.</i> Қазақстанның ойын-сауық индустриясы, 2013. - 140 б. ЖАҢА	900
44.	<i>Касимова Б.Р., Саурова К.С.</i> Микропроцессор негіздері, 2013. - 132 б. ЖАҢА	870
45.	<i>Алина Г.Б.</i> Инвестиционные операции коммерческих банков, 2013. - 210 с. НОВИНКА	1 050
46.	<i>Галимжанова С.Б.</i> Социальная ответственность бизнеса, 2013 - 176 с. НОВИНКА	950
47.	<i>Сағындықов К.М., Амангелды Н.</i> Structured Query Language (SQL) негіздері, 2013 - 156 б. ЖАҢА	900